



Gestión de la Investigación y Compromiso Social de la Universidad

Arequipa – Perú  
23, 24 y 25 de noviembre de 2016

ISBN: 978-85-68618-02-8

## SATISFAÇÃO DE COMENSAIS DO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ: AVALIAÇÃO E PERSPECTIVAS

**LINNIK ISRAEL LIMA TEIXEIRA**

Universidade Federal do Ceará

[liana.marreiro@ifpi.edu.br](mailto:liana.marreiro@ifpi.edu.br)**LIANA SIQUEIRA DO NASCIMENTO MARREIRO**

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí

[liana.marreiro@ifpi.edu.br](mailto:liana.marreiro@ifpi.edu.br)**WERLON MARQUES SOUZA**

Universidade Federal do Ceará

[werlon@gmail.com](mailto:werlon@gmail.com)**ELANA FLAVIA DE SOUSA RODRIGUES**

Universidade Federal do Ceará

[elanaflavia@gmail.com](mailto:elanaflavia@gmail.com)**MAXWEEL VERAS RODRIGUES**

Universidade Federal do Ceará

[maxweelveras@gmail.com](mailto:maxweelveras@gmail.com)**ANTONIO JONES BEZERRA DE ALMEIDA**

Universidade Federal do Ceará

[almeida.ufc.2010@gmail.com](mailto:almeida.ufc.2010@gmail.com)

### RESUMO

A percepção da qualidade baseia-se em indicadores e estes têm a capacidade de fornecer aos gestores informações para o aperfeiçoamento das ações de gestão. O estudo apresenta uma avaliação do grau de satisfação dos comensais do RU-UFC, campus Benfica, e analisa a importância da qualidade dos serviços para o alcance da excelência na sua prestação. Foram analisados 66 questionários respondidos durante o período das refeições. A análise consistiu em descrever o percentual de nível de satisfação dos respondentes por dimensão e variável. Em seguida, foi calculada a correlação entre as variáveis de cada dimensão. Os resultados indicaram que o público expressa alta satisfação com as questões relacionadas ao pagamento pelo serviço prestado e com a alimentação fornecida, em que todas as variáveis apresentam baixo índice de reclamação. Nas questões relacionadas ao atendimento e ao ambiente, os usuários concentraram críticas quanto ao tempo de espera, iluminação e ventilação do ambiente, mostrando razoável satisfação quanto a outras variáveis dessas dimensões. Na matriz de correlação, todas as dimensões apresentaram correlação positiva e a maioria teve entre si coeficiente de força moderada, indicando relação entre as variáveis e influência umas com as outras. Os resultados indicam a necessidade dos gestores de avaliarem a estrutura de atendimento do RU, visto que as principais críticas se relacionam a aspectos estruturais, enquanto que o serviço prestado apresentou bom índice de satisfação.

Palavras-chave: Qualidade. Avaliação de satisfação. Restaurante Universitário.

## **1 INTRODUÇÃO**

É notável o aumento da participação cidadã na avaliação de serviços públicos. A expansão de novas tecnologias facilitou a conscientização da população sobre seus direitos e ampliou as formas de cobrança destes. Conseqüentemente, as organizações públicas não podem atuar de forma hermética, desconsiderando a opinião da população. Além disso, o fortalecimento das instituições de controle interno e externo, previstos constitucionalmente, resulta no aperfeiçoamento das ações de gestão.

Em relação a esse aperfeiçoamento, a Controladoria tem tido papel chave nas organizações públicas. Slomski (2005) pontua que a Controladoria busca o atingimento do ótimo em qualquer ente, público ou privado, e que a informação é essencial para que haja harmonia entre os diferentes setores, buscando um só objetivo, que é a maximização do resultado global da entidade.

Nesse contexto, as universidades públicas possuem um público extenso e uma diversidade de serviços. No âmbito interno, tais instituições geralmente contam com instrumentos para padronização de procedimentos e avaliação de qualidade. Estruturalmente, a controladoria interna representa fonte técnica de verificação de melhoria de processos. A ouvidoria, por sua vez, atua na recepção de críticas, sugestões ou elogios e na busca da causa dos problemas e melhoria da qualidade dos serviços prestados.

Não obstante a existência dessas estruturas, aos setores das universidades cabe a obrigação de conhecer e dialogar com seus beneficiários diretos. É nesse momento que os gestores têm acesso à informação do público externo, fonte preciosa para a controladoria e contribuição valiosa para a tomada de decisão estratégica. Um instrumento para comunicação reiteradamente utilizado é a pesquisa de qualidade e satisfação em relação a algum serviço, pois tem a capacidade de fornecer aos gestores informações diretamente daqueles que utilizam o serviço.

Ante exposto, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar o nível de satisfação dos comensais do Restaurante Universitário da Universidade Federal do Ceará (RU) - Campus Benfica. Com o estudo, espera-se que haja uma contribuição para que os resultados obtidos possam gerar informações relevantes para os gestores do RU, possibilitando melhoria na qualidade do serviço prestado aos usuários.

Ademais, visa-se ainda coletar dados dos seguintes indicadores de qualidade: atendimento, ambiente físico, cardápio e preço. Diante desses dados, com base nos resultados dos indicadores far-se-á a avaliação do grau de satisfação dos comensais com base nos conceitos e princípios da controladoria para produzir informações e elaborar alternativas de propostas viáveis para melhoria do serviço prestado.

A justificativa para tal análise é realizada pela busca de contribuir para a gestão do RU-UFC, por meio da análise de alguns critérios que envolvem a qualidade da prestação de serviço. Por se tratar de um órgão prestador de serviço, e por ser um serviço vital, com bastante visibilidade e utilizado amplamente por toda a Universidade, o RU-UFC deve, por meio da realização de pesquisas de satisfação e estratégias diversas, buscar a eficiência e eficácia para com o serviço oferecido.

## **2 CONTROLADORIA E QUALIDADE**

Nesta seção serão abordados os principais aspectos da Controladoria e Gestão de Qualidade nas organizações públicas e como esses temas convergem para o aperfeiçoamento da gestão pública.

Conforme explicado anteriormente, a controladoria busca maximizar os resultados da empresa por meio do funcionamento harmônico dos diferentes setores da organização. Oliveira (2007) cita que a diferença entre o resultado da atuação da controladoria e o resultado da organização sem a controladoria define o valor agregado por ela para a empresa.

Logo, pode-se afirmar que a controladoria atua no sentido de promover informações para a tomada de decisões na busca de resultados esperados. Para tal, Roehl-Anderson e Bragg (1996) afirmam que a área de controladoria atua compreendendo as operações globais da empresa, provendo informações e tendo o poder de comunicação destas aos gestores, sendo capaz de analisar as informações obtidas de diversas áreas, disponibilizando projeções baseadas em sua obtenção e análise, fornecendo-as, por fim, em tempo hábil para a tomada de decisão. Nesse sentido, Barreto (2008) complementa que a Controladoria precisa disponibilizar a informação certa, para a pessoa certa, no tempo certo.

De acordo com Parisi (2011), cada organização deve desenvolver seu modelo de gestão, ou um conjunto de princípios e instrumentos de gestão para o planejamento e controle das práticas organizacionais. Olivera, Perez Jr. e Silva (2007) afirmam que, no século XX, a controladoria vigente na maioria das organizações sofreu severas críticas por ter um modelo com excessiva preocupação de emissão de dados e relatórios, sem a preocupação de fornecer instrumentos para avaliação das estratégias empresariais. Assim, indicadores financeiros se tornam insuficientes para explicar a gestão das empresas. Essa constatação influenciou Kaplan e Norton a desenvolverem uma ferramenta de gestão estratégica denominada *Balanced Scorecard*.

O *Balanced Scorecard* divide a análise da organização em quatro perspectivas: processos internos, aprendizagem e crescimento, financeira e clientes. De acordo com Norton e Kaplan (1997), em relação aos clientes é importante registrar o seu nível de satisfação por meio de critérios que agreguem valor aos serviços prestados. Percebe-se mais uma vez que a visão dos clientes é ponto central na gestão de qualquer organização e a Controladoria deve estar atenta a isso. Nas organizações públicas, a população, além de usuária dos serviços, é a mantenedora destes, portanto, à Controladoria também compete a responsabilidade de verificar se a relação entre serviço e expectativas dos cidadãos está em harmonia.

Uma das áreas de contribuição da Controladoria é na Gestão de Qualidade. Barreto (2008) explica que a preocupação com a qualidade contribui para a gestão dos custos à medida que aquela contribui para identificação de melhorias, definição de prioridades e auxilia na melhoria da rentabilidade operacional da empresa. A autora destaca que a identificação dos problemas possibilita que esforços sejam empreendidos para o atingimento de maior qualidade a custos mais baixos. Oliveira, Perez Jr. e Silva (2007) corroboram afirmando que a Controladoria compreende, dentre outras coisas, a análise de causas de desvios e sugestão de correções desses planos ou dos instrumentos e sistemas de controle.

Barreto (2008) destaca que a avaliação da satisfação do consumidor é uma das medidas de desempenho da qualidade. Com base nas informações obtidas, é possível criar ações corretivas no produto ou serviço de modo a desenvolver novos produtos ou serviços ou aperfeiçoar os existentes.

A gestão da qualidade como ferramenta organizacional foi elevada a grande patamar a partir dos japoneses e ganhou aceitação nas grandes corporações mundiais. No Brasil, o desenvolvimento dessa ferramenta ocorreu tardiamente, especialmente no setor público.

Atualmente, a concepção de qualidade está atrelada às expectativas dos indivíduos. No âmbito organizacional, a qualidade está relacionada à distinção entre o que a empresa oferece como produtos/serviços e a expectativa do cliente a respeito desses. Assim, ela pode ser notada de diferentes formas, visto que a satisfação se pauta no atendimento das necessidades dos consumidores, ou seja, a percepção da qualidade é algo subjetivo, o que implica dizer que o que satisfaz a uns pode não satisfazer a outros.

Nesse sentido, para Caravantes (1997), a qualidade diz respeito à capacidade de suprir as necessidades do cliente, seja na hora da compra ou durante a utilização do produto/serviço, levando-se em conta o melhor custo/benefício e o mínimo de perda possível, mantendo a competitividade.

Segundo Lopes (2014), o termo qualidade pode ser definido sob diferentes percepções, dependendo da ênfase que cada teórico dá a determinado aspecto: para Deming a qualidade está vinculada a uniformização e confiabilidade atrelada a um menor custo possível e empenho contínuo da gestão; Juran define qualidade considerando a adequação do produto/serviço ao uso, enfatizando a satisfação das necessidades dos clientes; Feigenbaum relaciona qualidade à totalidade das características de um produto ou serviço, ligados ao marketing, a engenharia, a manufatura e a manutenção, que visam atender as expectativas do cliente. Nesse caso, a ênfase é na satisfação do cliente, bem como no aperfeiçoamento da cooperação e comunicação entre os diferentes setores que compõem a organização; Crosby considera que a qualidade está atrelada à conformidade dos produtos/serviços aos seus requisitos e especificações. O foco é na produção sem defeitos e na implicação dos colaboradores da organização.

A Qualidade como modelo gerencial é algo relativamente recente no contexto organizacional, porém, atualmente, é tida como primordial para o êxito das organizações. Nesse cenário, avaliar a qualidade dos produtos/serviços é fundamental para que a empresa desenvolva suas operações, revendo constantemente seus processos e procedimentos, para melhor atender às necessidades dos clientes e manter-se competitiva no mercado.

No âmbito dos serviços, Milet (1997, p. 96-98) apresenta critérios para avaliar a qualidade do serviço prestado, quais sejam: aspectos tangíveis (condições das instalações físicas, equipamentos, pessoal); confiabilidade (habilidade para cumprir aquilo que foi estabelecido); presteza (atendimento rápido e predisposição para ajudar o cliente); competência (perfis qualificados para execução dos serviços); cortesia; credibilidade; segurança; acessibilidade (possibilidade de interação entre as pessoas na organização); comunicação (transmissão de informações ao cliente de forma objetiva, compreensível e exata); compreensão das reais necessidades do cliente; e preço.

## **2.1 Gestão da qualidade nos serviços públicos**

No cenário atual de globalização, concorrência de mercados e renovação tecnológica a cada instante, torna-se salutar a avaliação da qualidade dos serviços prestados principalmente para tomada de decisões nas empresas como também nos órgãos públicos.

De acordo com Nascimento e Reginato (2007), o controle organizacional tem sido entendido e observado sob a perspectiva de gestão, isto é, a partir do planejamento e de sua execução e controle. Também são empregadas outras formas para difundir-lo, tais como: controle contábeis, de custos, entre outros.

O controle de qualidade, por sua vez, também faz parte do controle organizacional, uma vez que visa subsidiar o gestor com informações que permitam sua

atuação para o alcance de resultados dentro das organizações. As organizações do setor público são as maiores prestadoras de bens e serviços à comunidade, que está dependente da qualidade, agilidade e localização desses serviços, tendo como principal característica uma relação de responsabilidade direta com a sociedade, necessitando continuamente redefinir sua missão (ESTEFANO,1996). Com isso, pode-se mensurar a importância de tal controle, uma vez que por meio dele ocorre o gerenciamento de informações envolvidas na prestação de serviços.

É importante ressaltar que o zelo na prestação de serviços públicos pela Administração Pública com eficiência é previsto constitucionalmente no art. 37 da Constituição Federal (BRASIL, 2016). Corroborando com esse preceito constitucional, afirma o doutrinador Hely Lopes Meirelles (1995) que o princípio da eficiência impõe que todo agente público deve realizar as suas atribuições com presteza, precisão, perfeição e rendimento funcional o dever de eficiência corresponde ao “dever de boa administração” da doutrina italiana.

Nessa esteira de raciocínio Carvalho Filho (2007) assegura que a inserção desse princípio revela o descontentamento da sociedade diante de sua antiga impotência para lutar contra a deficiente prestação de tantos serviços públicos, que incontáveis prejuízos já causaram aos usuários. O doutrinador ainda afirma que o núcleo do princípio é a procura da produtividade e economicidade e, o que é mais importante, a exigência de reduzir os desperdícios de dinheiro público, o que impõe a execução dos serviços públicos com presteza, perfeição e rendimento funcional.

Com efeito, a eficiência manifesta a caracterização do serviço prestado com qualidade, a avaliação, por sua vez, permite que a administração pública, por meio de seus gestores, seja ciente do seu desempenho, considerando os critérios de excelência e os indicadores já citados.

O balanço dessa avaliação que envolve a prestação de um serviço público ofertado pelo RU-UFC- Campus Benfica, com base na qualidade dos serviços para o alcance da excelência na sua prestação, não levará em consideração apenas organizar os serviços para a demanda, mas também ordená-los para as necessidades dos usuários que necessitam da prestação e para atuação dos gestores apontando melhorias.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O estudo é classificado, quanto aos meios, como documental e levantamento de dados. Informações sobre quantitativo de refeição consumida e gastos realizados pela UFC foram obtidas por meio de documentos de controle mantidos pela instituição, portanto, dados secundários. Fowler Júnior (2011) orienta que o levantamento de dados objetiva fazer descrições quantitativas sobre aspectos de uma população e que a abordagem direta é mais utilizada. No presente estudo, o levantamento de campo foi realizado pela aplicação de questionários de pesquisas de satisfação.

Quanto aos fins, pode-se classificar o estudo como exploratório e descritivo. Sousa, Santos e Dias (2013) definem a pesquisa exploratória como uma pesquisa preliminar que tem como finalidade proporcionar mais assuntos sobre o tema escolhido e sua utilidade é justamente desenvolver novas ideias que possam ser utilizadas em pesquisas posteriores. Na pesquisa descritiva, Gil (2008) explica que um de seus objetivos é levantar a opinião ou crença de uma determinada população. O estudo foi precedido de uma pesquisa bibliográfica associando os conceitos de controladoria e qualidade, com vistas a destacar a importância dessas duas áreas na realização de serviços pelas instituições públicas. Posteriormente, foi realizada uma

pesquisa acerca da satisfação sobre o serviço do Restaurante Universitário, aplicado no horário do almoço, para que possíveis intervenções possam ser realizadas com objetivo de melhorias desta atividade tão importante dentro de uma instituição de ensino.

O questionário aborda os seguintes aspectos: atendimento, ambiente físico, cardápio e preço. O instrumento de pesquisa foi desenvolvido por Gardin e Cruvinel (2013) e utilizado em uma universidade na Região Sul do Brasil. Cada aspecto ou dimensão possui variáveis, em que cada uma destas é avaliada em escala tipo Likert, em que o “péssimo” representa “totalmente insatisfeito” e o ótimo representa “totalmente satisfeito”.

Na dimensão Atendimento, o primeiro quesito se refere à rapidez, em que questiona-se acerca do tempo da prestação do serviço. Em seguida aborda-se a cordialidade dos funcionários do local quanto ao atendimento, o terceiro quesito trata da pontualidade no horário de atendimento, o quarto aspecto leva em consideração a opinião acerca da limpeza dos utensílios do local, entre eles pratos, bandejas e talheres, e por fim, o último ponto desse item trata da opinião dos sujeitos da pesquisa acerca do tempo de espera para atendimento.

Logo adiante, o segundo item do questionário trata sobre o Ambiente Físico: nesse aspecto procura-se, no primeiro quesito, abordar os pesquisados sobre o arranjo físico do local, ou seja, a organização do ambiente, disposição das mesas e cadeiras e espaço para transitar. No segundo aspecto, trata-se da limpeza do restaurante, leva-se em consideração todo espaço físico inclusive os banheiros e área externa. Em seguida, questiona-se a qualidade da iluminação e ventilação do local, e para concluir esse item, aborda-se a satisfação dos comensais quanto à proximidade do local de trabalho/estudo em se tratando de deslocamento para chegar até restaurante.

Na terceira dimensão, Cardápio, a primeira abordagem trata da variedade dos cardápios, logo após o outro aspecto é o porcionamento, ou seja, a satisfação quanto à quantidade ou a porção servida na refeição, o terceiro quesito está relacionado com a apresentação visual das preparações, dando seguimento aos questionamentos aborda-se sobre a manutenção do cardápio previsto, já que o RU disponibiliza previamente através do site o cardápio que será servido no almoço e jantar, e finalmente, nesse item procura-se saber a satisfação dos comensais quanto ao sabor das preparações.

A última dimensão do questionário trata do preço, neste aspecto, busca-se de imediato que o pesquisado avalie a qualificação da equipe contratada para prestação do serviço, em seguida questiona-se a opinião dos pesquisados acerca do valor cobrado pela refeição, e por fim aborda-se a satisfação dos mesmos quanto à forma de pagamento da refeição.

A etapa quantitativa será realizada com base nas respostas obtidas pelo questionário de pesquisa de satisfação. O método de amostragem é do tipo não probabilística, realizada por conveniência, que, segundo Cooper e Schindler (2016), ocorre quando o pesquisador escolhe os entrevistados. Esse método tem a vantagem de ser simples, fácil de conduzir e, apesar de ser menos confiável que métodos probabilísticos, pode ser muito útil em pesquisas iniciais exploratórias (COOPER; SCHINDLER, 2016). No entanto, visto que nesses casos não é possível estimar o erro amostral, não se faz seguro a realização de generalizações. Ainda assim, esse tipo de amostragem fornece informações úteis para conhecer características dos participantes da pesquisa.

Os questionários foram aplicados na primeira semana de junho de 2016, no período das refeições, com retorno de 66 questionários respondidos. Após a tabulação dos dados, foi realizada a validação do questionário por meio do cálculo do Alpha de Cronbach, que calcula a consistência das respostas ao questionário. Em

seguida, foram calculados os percentuais de avaliação da cada variável por dimensão e descritos os índices de satisfação por variável.

Por último, procedeu-se ao estudo da matriz de correlação entre as variáveis de cada dimensão. Como os dados são ordinais, o teste utilizado foi o coeficiente de correlação de Spearman, que indica quão duas variáveis estão positivamente ou negativamente relacionadas, em um intervalo de -1 a 1. (FIELD, 2013). De acordo com Barbetta (1998), valores até 0,30 são considerados fracos; entre 0,30 a 0,70, moderados; entre 0,70 a 1, fortes.

## **4- RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1 Restaurante Universitário**

Os Restaurantes Universitários (RU) fornecem, muitas vezes, refeições balanceadas a um preço acessível para atender as necessidades alimentares de discentes, docentes e técnicos administrativos das Instituições de Ensino Superior. O primeiro restaurante universitário do país foi implantado na Universidade Brasil, no Rio de Janeiro, por volta de 1950. (CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 2015).

Na Universidade Federal do Ceará, o primeiro restaurante universitário foi o do Campus do Benfica que começou a funcionar em 1957, sendo sua criação uma das principais metas do Clube dos Estudantes Universitários (CEU) (MARTINS FILHO, 1999). Na década de 70 foi implantado o do Campus Pici, em 2011, os do Campi de Quixadá e Sobral, em 2013 o do Campus do Porangabussu, 2015 o de Crateús e em 2016 o do Campus Pici 2.

Conforme consta no sítio da UFC, o RU, atualmente, está vinculado à Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis, tendo refeitórios distribuídos nos campi de Fortaleza (Campus do Pici, Campus do Benfica, Campus do Porangabuçu e Labomar) e do interior (Sobral, Quixadá, Russas e Crateús), ofertando aproximadamente 11.000 refeições por dia, incluindo café da manhã – exclusivo para residentes – almoço e jantar. Seu público-alvo é voltado para estudantes, docentes, técnico-administrativos e empregados que prestam serviços terceirizados para UFC.

### **4.2 Perfil dos Respondentes**

Do total de respondentes, 54,55% (36) são mulheres e 45,45% (30) são homens. Quanto à frequência ao RU, a grande maioria, 74,24% (49) respondentes, almoça e janta diariamente, o que denota a importância de utilização e manutenção desse serviço. Apenas 3% (2) utilizam o serviço eventualmente.

A média de idade dos respondentes é de 23,48 anos, um público jovem. O participante mais jovem tem 17 anos e o mais velho tem 54 anos. Os respondentes foram predominantemente alunos 92,42% (61), o que explica o perfil jovem dos pesquisados.

### **4.3 Validação e resultados dos níveis de satisfação**

Após a tabulação dos dados, estes foram submetidos aos testes de confiabilidade interna da escala por meio do cálculo do Alpha de Cronbach. O teste aplicado no SPSS retornou valor de 0,764, que segundo Hair Junior et al. (2005) é um valor considerado confiável. Verificando a escala de itens total, foi percebido que retirando a variável Limpeza o coeficiente aumentava 0,858. Calculando os coeficientes

por dimensão, o Atendimento retornou  $\alpha=0,274$ . Retirando a variável Limpeza, o valor aumentou para  $\alpha=0,673$ , valor aceitável para pesquisas exploratórias (HAIR JUNIOR et al., 2005), fato que provocou a retirada da variável. As dimensões Troco e Cardápio apresentaram  $\alpha>0,75$ . A variável Ambiente apresentou valor  $\alpha=0,644$ .

O passo seguinte consistiu na análise dos questionários por dimensão. A primeira dimensão pesquisada foi Atendimento. As variáveis utilizadas são: rapidez, cordialidade, pontualidade, limpeza e espera.

De acordo com os dados, todos os itens apresentaram baixo índice de satisfação “ótimo”, sendo que Cordialidade foi o único que ultrapassou a faixa dos 10%. Excetuando a variável Espera, todos os itens foram predominantemente avaliados como “regulares” ou “bons”.

A variável Espera foi avaliada na maior parte como Péssimo/Ruim, totalizando 59,09%. Assim, tendo em vista disparidade encontrada dessa variável em relação às outras, é recomendável que os gestores envolvidos tenham maior atenção com as filas. A UFC ampliou o número de RU: inaugurou um recentemente no Campus do Pici, o maior da UFC; inaugurou em 2013 um RU no Campus Porangabussu, o que desafogou o atendimento no Campus Benfica. As formas de pagamento, abordado mais na frente, foi aperfeiçoado por meio de cartão magnético. Mesmo assim, a expansão do número de vagas na graduação constitui um desafio para a diminuição do tempo de espera. Ainda não há projeto de expansão do refeitório do Campus Benfica.

Em relação ao Ambiente Físico, é importante destacar que a variável Limpeza do Salão não apresentou nenhuma avaliação péssima. A responsabilidade por esse quesito também é da empresa contratada para servir as refeições, o que indica mais uma vez o bom serviço prestado.

A variável Iluminação apresentou forte reprovação, em que 78,79% consideraram “ruim/péssimo”. O refeitório do Campus Benfica é cercado de janelas de vidro, o que favorece a iluminação durante o período do dia dentro do refeitório. No período noturno, as áreas que se concentram as filas possuem poucas lâmpadas.

Por outro lado, Acesso e Arranjo tiveram avaliações semelhantes, com respostas positivas em mais de 70% dos entrevistados. O retorno positivo sobre o Acesso pode ser explicado pela fácil localização do RU do Campus Benfica na avenida e relativamente equidistante das diversas faculdades do Campus.

Na dimensão Cardápio, as variáveis são: variedade, porcionamento, apresentação, sabor e manutenção. Elas apresentaram semelhanças de avaliação. Destaca-se o percentual dos itens avaliados como “ótimos”, e aprovação geral superior a 70%. O Porcionamento apresentou melhor avaliação como “ótimo” (18,18%), enquanto que o menor foi Apresentação (4,62%). No geral, ele apresentou 89,39% de aprovação, considerando os indicadores “regular”, “bom” e “ótimo”. A variável manutenção teve o menor índice de reprovação (3,13%).

A boa avaliação da dimensão Cardápio, que se aplica em grande parte à fornecedora, informa aos gestores que os serviços prestados pela empresa contratada tem sido satisfatório e que, sob esse aspecto, é interessante manter contrato com a mesma.

A última dimensão, Troco, foi a mais bem avaliada entre todas as dimensões, em que todas as variáveis (Valor, Pagamento e Troco) apresentaram aprovações superiores a 80%. Interessante considerar que a variável Valor não teve nenhuma avaliação péssima, além de apresentar a maior avaliação como “ótimo” (59,09%).

Os altos índices de satisfação nessa dimensão podem ser explicados pelas melhorias gradativas realizadas pelos gestores do RU. A venda de tíquetes foi



descontinuada e houve a implantação dos cartões magnéticos com recarga eletrônica e instalação de catracas. Os tíquetes foram substituídos por créditos, permitindo ao estudante a obtenção de quantos créditos puder adquirir. Tal medida foi essencial para reduzir as filas nos guichês de compra. Também é possível, no momento do acesso ao refeitório, saber o saldo do cartão eletrônico, dessa forma o estudante pode planejar sua próxima recarga.

#### 4.4 Análise da Matriz de Correlação

Nesta seção, cada dimensão do questionário será analisada pela correlação entre suas variáveis, de forma que seja evidenciado como cada variável se relaciona uma com a outra.

##### 4.4.1 Atendimento

A dimensão Atendimento é constituída de cinco variáveis: rapidez, cordialidade, pontualidade e espera. Conforme explicado anteriormente, a variável limpeza foi retirada por interferir na consistência do questionário.

**Tabela 1 - Correlação das variáveis da dimensão Atendimento**

GRUPO	Rapidez	Cordialidade	Pontualidade	Espera
Rapidez	1	0,312 (0,011)	0,398 (0,001)	0,446 (0,000)
Cordialidade	0,312 (0,011)	1	0,353 (0,004)	0,323 (0,008)
Pontualidade	0,398 (0,001)	0,353 (0,004)	1	0,360 (0,003)
Espera	0,446 (0,000)	0,323 (0,008)	0,360 (0,003)	1

Fonte: autoria própria, 2016.

Com base na tabela 1, percebe que quase todos os coeficientes de correlação estão compreendidos no intervalo  $0,3 < x < 0,7$ , indicando força de correlação moderada entre as variáveis e que possuem estas têm correlação direta.

Os itens que apresentaram maior coeficiente de correlação foi Rapidez e Espera ( $x=0,446$ ). É lógico concluir que maiores índices de satisfação com rapidez também se relacionam com maiores índices de espera. Inversamente, as variáveis Espera e Cordialidade apresentaram o menor coeficiente de correlação ( $x=0,323$ ), mas ainda assim denotam uma correlação moderada.

É positivo destacar a relação direta entre todas as variáveis e pode-se afirmar que elas são adequadas para mensurar o nível de satisfação de acordo com a dimensão estudada.

##### 4.4.2 Ambiente

A dimensão “Ambiente” é constituída de quatro variáveis: arranjo, limpeza (do salão), iluminação e acesso. As correlações entre as variáveis são indicadas na tabela 2.

**Tabela 2 - Correlação das variáveis contidas na dimensão Ambiente**

GRUPO	Arranjo	Limpeza	Iluminação	Acesso
Arranjo	1	0,233 (0,06)	0,428 (0,000)	0,278 (0,024)
Limpeza	0,233 (0,06)	1	0,312 (0,011)	0,160 (0,200)
Iluminação	0,428 (0,000)	0,312 (0,011)	1	0,295 (0,016)
Acesso	0,278 (0,024)	0,160 (0,200)	0,295 (0,016)	1

Fonte: autoria própria, 2016.

Nesta dimensão constatou-se que a variável Acesso apresentou fraca correlação com as demais variáveis, sendo a correlação com a variável Limpeza a menor. A variável Limpeza, por sua vez, também teve baixa correlação com a variável Arranjo. Na pesquisa de satisfação, as três variáveis foram as mais bem avaliadas pelo público, no entanto, de acordo com o teste de correlação, a satisfação dos usuários com cada variável não foi influenciada pela satisfação das outras duas. Convém destacar que, a despeito das fracas correlações, todas são positivas.

A maior correlação encontrada foi entre Arranjo e Iluminação ( $r=0,428$ ), classificada como moderada. A variável Iluminação apresentou as melhores correlações com as outras variáveis. No entanto, na avaliação de satisfação foi a variável fortemente reprovada, do contrário das demais.

De modo geral, por apresentarem correlação moderada entre si, as variáveis da dimensão Ambiente, e maiores médias em cada uma das variáveis significam maiores níveis de satisfação quanto à dimensão Ambiente.

#### 4.4.3 Cardápio

A dimensão “Cardápio” é constituída de quatro variáveis: variedade, porcionamento, apresentação e sabor. Os coeficientes de correlação entre as variáveis são demonstrados na tabela 3.

**Tabela 3 - Correlação das variáveis da dimensão Cardápio**

GRUPO	Variedade	Porcionamento	Apresentação	Sabor	Manutenção
Variedade	1	0,516 (0,000)	0,410 (0,001)	0,513 (0,000)	0,516 (0,000)
Porcionamento	0,516 (0,000)	1	0,277 (0,24)	0,443 (0,000)	0,396 (0,001)
Apresentação	0,410 (0,001)	0,277 (0,24)	1	0,400 (0,001)	0,436 (0,000)
Sabor	0,513 (0,000)	0,443 (0,000)	0,400 (0,001)	1	0,521 (0,000)
Manutenção	0,516 (0,000)	0,396 (0,001)	0,436 (0,000)	0,521 (0,000)	1

Fonte: autoria própria, 2016.

Todas as variáveis apresentaram coeficiente de correlação moderada positiva, ou seja, as relações lineares de crescimento ou decréscimo. Os maiores coeficientes foram encontrados entre as variáveis Variedade e Manutenção ( $x=0,516$ ) e as variáveis Variedade e Sabor ( $x=0,513$ ).

Pode-se observar que as variáveis Manutenção e Sabor foram a que demonstraram os maiores coeficientes de correlação com as outras variáveis, o que evidencia que tais variáveis possuem maior influência na satisfação dos usuários do RU.

Por outro lado, a variável Apresentação foi a que evidenciou menor correlação com outras variáveis, e com a variável Porcionamento sua correlação foi considerada fraca ( $x=0,277$ ).

Portanto, ficou evidenciado que as variáveis utilizadas na dimensão Cardápio são relevantes e influenciam a satisfação dos usuários da RU.

#### 4.4.4 Troco

A dimensão “Troco” é constituída de três variáveis: valor, pagamento e troco. Os coeficientes de correlação entre as variáveis são demonstradas na tabela 4.

**Tabela 4 - Correlação das variáveis contidas na dimensão Troco.**

<b>GRUPO</b>	<b>Valor</b>	<b>Pagamento</b>	<b>Troco</b>
Valor	1	0,601 (0,000)	0,336 (0,006)
Pagamento	0,601 (0,000)	1	0,648 (0,000)
Troco	0,336 (0,006)	0,648 (0,000)	1

Fonte: autoria própria, 2016.

Nessa dimensão foram encontrados os maiores coeficientes entre de correlação do estudo. Todas as correlações são positivas e moderadas. A variável Pagamento apresentou todas suas correlações com coeficiente próximo a alto ( $x=0,602$  para correlação com valor;  $x=0,629$  para correlação com troco).

Portanto, percebe-se que a variável Pagamento é essencial na satisfação dos usuários quanto à essa modalidade de avaliação. Os esforços empregados pela UFC nos últimos possivelmente explica a importância dessa variável: o uso de cartões com recarga facilitou a vida dos estudantes e reduziu as filas para atendimento de compra.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo avaliar a satisfação dos usuários do RU da UFC no campus Benfica com vistas a fornecer contribuição para os gestores sobre a realidade do funcionamento do serviço na óptica dos próprios usuários.

Verificou-se que as refeições servidas na RU tem tido aprovação da maioria dos respondentes, estando satisfeitos com as porções servidas e com as variedades de cardápio. O funcionamento dos serviços para acesso aos créditos para refeição foi visto positivamente pelos comensais, o que denota que as aquisições realizadas pela UFC na tecnologia de atendimento nos guichês foram acertadas.

Os serviços que dizem diretamente respeito à empresa fornecedora das refeições foram bem avaliados, de modo que se pode inferir que a empresa tem cumprido bem com suas obrigações.

Por outro lado, as variáveis mais preocupantes apontados pelos alunos são a Iluminação (na dimensão Ambiente) e Espera (na dimensão Atendimento). Assim, nota-se que as principais críticas relacionadas ao serviço dizem respeito a questões de estrutura.

Os resultados encontrados neste estudo são importantes fontes de informação para as coordenações envolvidas nos serviços e também para a Controladoria. Com a informação de que a espera é um dos fatores mais criticados e de que anualmente a demanda é crescente, é primordial o desenvolvimento de estratégias e planejamento para descobrir soluções, ainda que paliativas, para o problema apontado.

Embora seja constatada a crítica quanto à espera na fila, o estudo não aprofundou as consequências disso. O aprofundamento de estudos sobre as consequências do tempo de espera da fila pode ser desenvolvido de modo a identificar até que ponto a fila pode afetar a decisão do estudante de usar o serviço, tendo em conta horários de aulas, estágios e atividades extracurriculares.

Portanto, pode-se afirmar que os objetivos da pesquisa foram atingidos à medida que, por meio de um questionário adequado, as opiniões dos usuários sobre os serviços resultam em importante retorno à UFC, tanto aos gestores como a Controladoria, que busca a melhoria e aperfeiçoamento dos serviços prestados à comunidade, auxiliando a transformação da Universidade em instituição de referência na educação.

## REFERÊNCIAS

BARBETTA, Pedro A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 2. Ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 1998.

BARRETO, Maria da Graça Pitiá. **Controladoria na gestão: a relevância dos custos de qualidade**. São Paulo: Saraiva, 2008.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 05 jun. 2016.

CARAVANTES, Geraldo R. **Administração e qualidade: a superação dos desafios**. São Paulo: Makron Books, 1997.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo**. 18. ed. rev., ampl. e atual. Rio de Janeiro: Lumen Júris, 2007.

CATELLI, Armando et al. (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica - GECON**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 9. Reimp.

CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 22., 2015, Foz do Iguaçu. Gerenciamento do custo da qualidade em um restaurante universitário. Foz do Iguaçu: Associação Brasileira de Custos, 2015. 16 p. Disponível em:  
<<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3964/3965>>. Acesso em: 25 maio 2016.

COOPER, Donald. SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 12 ed. Porto Alegre: McGraw Hill, 2016.

ESTEFANO, E. V. V. Satisfação dos recursos humanos no trabalho: um estudo de caso na biblioteca central da Universidade Federal de Santa Catarina. 1996. Dissertação (Mestrado em Engenharia) — Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

FIELD, Andy. **Discovering Statistics Using SPSS**. 3. Ed. London: Sage, 2009.

FOWLER, Floyd J. **Pesquisa de Levantamento**. 4ª ed. Tradução: Rafael Padilha Ferreira. Penso: São Paulo, 2011.

GARDIN, Erika Torresin de Oliveira Gardin; Cruvinel, Ester Beatriz Stabile. Avaliação da satisfação dos clientes do Restaurante Universitário (RU) do Campus Londrina da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (Monografia). **Graduação em Tecnologia em Alimentos**. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, 2013. Disponível em:  
<[http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2380/1/LD\\_COALM\\_2013\\_2\\_07.pdf](http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2380/1/LD_COALM_2013_2_07.pdf)>. Acesso em: 04 junho 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR Jr., J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2005.

LOPES, Janice Correia da Costa. **Gestão da Qualidade: decisão ou constrangimento estratégico**. 2014. 76 f. Dissertação (Mestrado) - **Curso de Mestrado em Estratégia Empresarial**, Universidade Europeia - Laureate International Universities, Lisboa, 2014. Disponível em: <[https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/13214/1/Dissertação de M-EE - Gestão da Qualidade - Janice Lopes 50029662.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/13214/1/Dissertação%20de%20M-EE%20-%20Gestão%20da%20Qualidade%20-%20Janice%20Lopes%2050029662.pdf)>. Acesso em: 31 maio 2016.

MARTINS FILHO, Antônio. **História abreviada da ufc**. 3. ed. Fortaleza: Ufc, 1999. 256 p.

MEIRELLES, Hely L. **Direito Administrativo Brasileiro**. São Paulo: Malheiros, 20. ed., 1995.

MILET, Evandro Barreira. **Qualidade em Serviços: princípio para gestão contemporânea das organizações**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

MOSIMANN, Clara Pellegrinello. **Controladoria: seu papel na administração de empresas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. Planejamento, planejamento de lucro. In: **Controladoria: Uma abordagem da Gestão Econômica – GECON**. Catelli, Armando (Org.). Atlas: São Paulo, 2011.

OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JUNIOR, José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria estratégica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NASCIMENTO, Auster Moreira; REGINATO, Luciane. **Controladoria – Um enfoque na eficácia organizacional**. São Paulo: Atlas, 2007.

NORT, DAVID P.; KAPLAN, ROBERT S. **A estratégia em ação - Balanced Scorecard**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

PARISI, C. Ensaio sobre o comportamento organizacional. In: Catelli, Armando et al (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica - GECON**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 9. Reimp.

ROEHL-ANDERSON, Janice M.; BRAGG, Steven M. **Manual del controller: funciones, procedimientos y responsabilidades**. Barcelona: Deusto, 1996.

SLOMSKI, Valmor. **Controladoria e governança na gestão pública**. São Paulo: Atlas, 2005.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (Ceará). Conheça o Restaurante Universitário. **Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis**. 2016. Disponível em: <<http://www.prae.ufc.br/restaurante>>. Acesso em: 31 maio 2016.