

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE**

**VERIFICAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES DA LANCHONETE
UFGD+SAÚDE EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE LANCHES E SUCOS**

THAINÁ DE ALMEIDA TOMAZETTO

BACHARELA EM NUTRIÇÃO

**DOURADOS-MS
2018**



Universidade Federal
da Grande Dourados

THAINÁ DE ALMEIDA TOMAZETTO

**VERIFICAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES DA LANCHONETE
UFGD+SAÚDE EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE LANCHES E SUCOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Nutrição da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Grande Dourados como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em nutrição, sob orientação da Profa. Dra. Angélica Margarete Magalhães.

**DOURADOS-MS
2018**

VERIFICAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES DA LANCHONETE UFGD+SAÚDE EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE LANCHES E SUCOS

VERIFICATION OF THE SATISFACTION OF CLIENTS OF THE LANCHONETE ESCOLA UFGD + SAÚDE IN RELATION TO THE QUALITY OF SNACKS AND JUICES

*TOMAZETTO, TA
MAGALHÃES, AM*

RESUMO

Este estudo teve por objetivo verificar o grau de satisfação de clientes da lanchonete escola UFGD+Saúde em relação à oferta de lanches e sucos, visando fornecer elementos para processo de melhorias contínuas. Estudo de caso, exploratório, caracterizado por levantamento de dados relativos à satisfação de clientes, no que diz respeito à qualidade de lanches e sucos comercializados, seguido de análise quali-quantitativa sobre o grau de satisfação dos clientes e principais problemas detectados, que poderiam afetar a fidelidade. Foi elaborado um questionário com base no método Net Promoter Score (Medida da satisfação de clientes) e, adicionalmente, foram incluídas duas perguntas abertas, contemplando os seguintes questionamentos: “o que você acha de melhor” e “o que você acha de pior”. Com base nos resultados referentes a lanches, pôde-se perceber que 2,85% podem ser considerados Detratores; 42,85% Neutros e 54,3% Promotores. Os resultados referentes a sucos apontaram que 0% podem ser considerados Detratores; 17,9% Neutros e 82,1% Promotores. Concluindo, a pesquisa de verificação da satisfação do cliente se mostrou eficaz para, apontar, tanto aspectos positivos, quanto falhas no controle da qualidade. As modificações que se iniciaram a partir do resultado da pesquisa, mostram que há uma preocupação por parte dos gestores, com o processo de busca por melhorias contínuas.

Palavras chave: Marketing, Alimentos & Bebidas, Consumo saudável

ABSTRACT

The objective of this study was to verify the degree of customer satisfaction of the Lanchonete Escola UFGD + Saúde in relation to the supply of snacks and juices, aiming to provide elements for the process of continuous improvement. A case study, exploratory, characterized by data collection regarding customer satisfaction, regarding the quality of snacks and juices marketed in the school cafeteria UFGD + Health followed by qualitative and quantitative analysis on the degree of customer satisfaction and main problems detected, which could affect fidelity. A questionnaire was elaborated based on the Net Promoter Score method and, in addition, two open questions were included, contemplating the following questions: "what do you think is the best" and "what do you think is the worst" . Based on the results regarding snacks, it was possible to notice that 2.85% can be considered Detractors; 42.85% Neutral and 54.3% Promoters. The results referring to sucos indicated that 0% can be considered Detractors; 17.9% Neutral and 82.1% Promoters. The open questions, additional to the "Final Question" were relevant to not only verify customer satisfaction but also to identify quality control failures. In conclusion, the NPS Method, added with open

questions, proved to be effective in measuring the satisfaction of clients, in the object of this study, and may be recommended for replication in similar studies.

Key words: *Marketing, Food & drink, Health consumption*

INTRODUÇÃO

O sistema de serviço de alimentação fora do lar vem crescendo no Brasil devido a processos de urbanização e industrialização e inserção da mulher no mercado de trabalho, conseqüentemente, os gastos das famílias, nesse setor, também aumentaram. Em contrapartida, numa dimensão inversamente proporcional, o tempo destinado ao preparo da alimentação diminuiu, o que levou ao aumento das refeições feitas fora do domicílio (LEAL, 2010; BEZERRA et al., 2013).

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) demonstrados pelas Pesquisas de Orçamentos Familiares – POF, no ano de 2002 a 2003 as famílias brasileiras tinham uma despesa de, em média, 24,1% de seu salário destinado à refeições fora do lar, já em 2008 a 2009 esse percentual subiu para 31,1% (MAURO, 2013; CLARO, 2014; BEZERRA, et al, 2017;). De acordo com Sebrae (2016), em 2012, o mercado de serviços de refeição fora do lar, no Brasil, faturou 100,5 milhões de Reais, passando para 116,5 milhões de Reais em 2013.

O serviço de refeições fora do lar engloba os estabelecimentos voltados ao comércio de alimentos prontos para o consumo, tais quais: restaurantes, bares, cafeterias, lanchonetes, etc. (TARDIDO e FALCÃO, 2006).

O estado nutricional de consumidores frequentes desse tipo de serviço pode ser impactado pela qualidade dos alimentos servidos, que, via de regra comercializam alimentos com alta densidade energética, pouca fibra e muito sódio, o que contribui com o fenômeno conhecido como transição nutricional (TARDIDO e FALCÃO, 2006; MAGALHÃES, 2010; CASTILHO, 2017), que consiste, na redução das prevalências de déficits nutricionais e aumento expressivo de sobrepeso e obesidade (SOUZA, 2010; DUARTE, ALMEIDA e MARTINS, 2013).

As alterações nos padrões alimentares da população, que impactam negativamente sobre o estado nutricional denotam um aumento no consumo de bebidas, que, em sua maioria são ricas em açúcar com alto valor energético, as quais contribuem com o aumento da prevalência de obesidade e Doenças Crônicas Não Transmissíveis – DCNT (BRASIL, 2017).

Uma das principais causas do aumento do consumo de bebidas açucaradas é o resultado de campanhas de marketing promovidas pelas indústrias, dirigida, especialmente ao público jovem (ESTIMA, et al, 2011). O setor de refeições fora do lar poderia contribuir com uma alimentação saudável e equilibrada, todavia, não basta que esses alimentos sejam saudáveis, é necessário que tenham demanda, o que depende, essencialmente, de estratégias de marketing (SILVA, DUARTE e CAVALCANTI, 2010).

Marketing é definido por Kotler como “processo de criação, distribuição, promoção e precificação de bens, serviços e ideias para facilitar a satisfação nas relações de troca com clientes e desenvolver, e manter, relações favoráveis com *stakeholders* em um ambiente dinâmico”.

Estratégias de marketing são importantes ferramentas para lidar com a concorrência, por representar um processo social que visa atender às necessidades dos indivíduos através da oferta e da troca de produtos e serviços de valores (NOGUEIRA,

2003; KOTLER, 2012) visto que a oferta de serviços voltados à alimentação esteja expandindo no Brasil (COSTA, 2017).

Como a oferta de serviços voltados à alimentação esteja expandido no Brasil, cresce também a concorrência, o que requer das empresas a adoção de estratégias de marketing para se manter no mercado (CASTILHO, 2017; COSTA, 2017).

Para jovens, a entrada na universidade pode provocar modificações no estilo de vida e nos hábitos alimentares, tornando-os grandes consumidores da alimentação fora do domicílio e, possivelmente um grupo vulnerável às circunstâncias que poderiam colocar em risco a sua saúde e qualidade de vida, considerando-se a baixa qualidade nutricional dos alimentos ofertados nesses espaços (VIEIRA et al, 2002; OLIVEIRA, 2017).

O meio universitário pode criar uma barreira entre a alimentação e a saúde, segundo Duarte, Almeida e Martins (2013), visto que impulsionam mudanças no comportamento, falta de planejamento dos horários, entre outros fatores que levam à escolha de praticidade, sem necessariamente, qualidade nutricional no momento de se alimentar, o que requer dos serviços de alimentação fora do lar uma preocupação com a qualidade nutricional dos alimentos e bebidas servidos em espaços universitários.

A Universidade Federal da Grande Dourados implantou, através de um projeto de extensão universitária a lanchonete UFGD+Saúde com o objetivo de oferecer lanches e refeições rápidas que ofereçam a vantagem da praticidade e, ao mesmo tempo proporcionem melhor valor nutricional (MAGALHÃES, MASUGOSSA e OLIVEIRA, 2018).

Com base no exposto, este estudo teve por objetivo verificar o grau de satisfação de clientes da lanchonete escola UFGD+Saúde em relação à oferta de lanches e sucos, visando fornecer elementos para processo de melhorias contínuas.

METODOLOGIA

Estudo de caso, exploratório, caracterizado por levantamento de dados relativos à satisfação de clientes, no que diz respeito à qualidade de lanches e sucos comercializados na lanchonete escola UFGD+Saúde seguido de análise quali-quantitativa sobre o grau de satisfação dos clientes e principais problemas detectados, que poderiam afetar a fidelidade.

Incluíram-se nesta pesquisa todos os clientes que concordaram em participar anonimamente e voluntariamente, opinando sobre seu grau de satisfação em relação à qualidade de lanches e sucos. Foram excluídos os trabalhadores diretos da lanchonete, bem como o coordenador do projeto.

Foi elaborado um questionário com base no método Net Promoter Score (Medida da satisfação de clientes), proposto por Reichheld (2011), adicionalmente foram incluídas duas perguntas abertas, contemplando os seguintes questionamentos: “o que você acha de melhor” e “o que você acha de pior”. Os formulários com as respostas, sem identificação dos respondentes, foram depositados em uma urna confeccionada exclusivamente para esse fim, que ficou disposta em local de fácil acesso.

A coleta de dados foi realizada no mês de setembro de 2018. Participaram da pesquisa, 80 pessoas, no entanto, foram consideradas válidas 70 respostas para os lanches e 67 para os sucos.

Os lanches comercializados, que foram avaliados são: Coxinha de mandioca, recheada com carne ou frango; coxinha de mandioca vegetariana, esfiha de carne, pastel assado de carne, ou de frango; torta de carne com legumes, ou de frango com legumes;

chipa, bolo de cenoura e bolo de fubá. Os sucos avaliados foram suco de laranja; suco de acerola; suco de couve com limão e hortelã e suco de abacaxi com hortelã.

Depois de concluída a coleta dos dados, os mesmos foram digitados em planilha eletrônica, do Software Excel do Office Microsoft 2016.

Como parâmetro de análise, foi utilizado o método NPS, proposto por Reichheld (2011), que se baseia em dividir as opiniões dos clientes em três grupos: “Promotores” (P) – clientes leais, aqueles cuja nota atribuída foi 9 e 10. Os “Neutros” (N) – clientes pouco entusiastas, aqueles cuja nota atribuída foi 7 e 8 e “Detratores” (D) – insatisfeitos, aqueles cuja nota atribuída foi de 0 a 6.

A partir do levantamento de dados e respectiva quantificação de respostas por grupo, passou-se ao cálculo da medida de satisfação do cliente, com utilização da equação: **NPS= %P – %D.**

Onde,

NPS significa Net Promoter Score (Medida da satisfação de clientes),

P significa que os clientes “promotores” são leais a empresa e recomendam os produtos aos seus amigos e;

D significa “detratores” que os clientes são insatisfeitos com a empresa.

O modelo proposto desconsidera o percentual de neutros.

Uma vez calculado o NPS, passou-se a classificação dos produtos em relação aos percentuais de resposta, definindo como zona de aperfeiçoamento valores de 0 a 50%, zona de qualidade valores de 50 a 75% e zona de excelência 75 a 100%, conforme recomendado por Duarte, Faria e Moura.

RESULTADOS

A Lanchonete UFGD+Saúde é gerenciada por empreendedoras solidárias, organizadas em grupo associativo, sob orientação de docente do Curso de Nutrição em um projeto de parceria entre a Pró-Reitoria de Extensão e a Pró-Reitoria de Assuntos Comunitários e Estudantis, contando com uma clientela formada por acadêmicos, professores e servidores da Universidade Federal da Grande Dourados, fornece lanches com proposta de alimentação saudável e adequada (MAGALHÃES, MASUGOSSA e OLIVEIRA, 2018). A tabela 1 mostra o número de respostas para lanches por valor atribuído. A tabela 2 mostra o número de respostas para sucos por valor atribuído.

Com base nos resultados referentes a lanches, pôde-se perceber que 2,85% podem ser considerados Detratores; 42,85% Neutros e 54,3% Promotores.

O NPS resultante foi de 51,45%, portanto, os lanches comercializados na lanchonete UFGD+Saúde se enquadram na zona de qualidade de acordo com a literatura estudada.

Os resultados referentes a sucos, apontaram que 0% podem ser considerados Detratores; 17,9% Neutros e 82,1% Promotores.

O NPS resultante foi de 82,1%, portanto, os sucos comercializados na lanchonete UFGD+Saúde se enquadram na zona de excelência de acordo com a literatura estudada.

Valores de atribuição	Respostas para lanches, por valor atribuído
1	0
2	0
3	0
4	0
5	0
6	2
7	4
8	26
9	13
10	25
NC*	10
* Não considerado	

Tabela 1: Número de respostas para lanches por valor atribuído.

Valores de atribuição	Respostas para sucos, por valor atribuído
1	0
2	0
3	0
4	0
5	0
6	0
7	1
8	11
9	20
10	35
NC*	13
* Não considerado	

Tabela 2: Número de respostas para sucos por valor atribuído.

Aspectos positivos para lanches:

Sabor, aparência, variedade, preço, tamanho, são bem recheados, têm pouca gordura, são feitos na hora, existem opções veganas/vegetarianas, são saudáveis, fornecem saciedade e a massa é feita da mandioca.

Aspectos negativos para lanches: A coxinha tinha muita gordura, alguns não são frescos, muitas vezes são servidos com o meio congelado, demora para ficarem prontos, pouca variedade, o frango é pouco desfiado, pouco recheio, preço, muita massa.

Aspectos positivos para sucos:

Pouco açúcar, são batidos na hora, sabor, aroma, cor, são naturais e saudáveis, possui variedade de sabores e tamanhos, preço.

Aspectos negativos para sucos: Pouca variedade, são aguados, possui resíduos de outros sucos, às vezes ficam guardados prontos, demora para bater, muito açúcar, às vezes são servidos quentes.

DISCUSSÃO

Com base nos resultados pôde-se verificar que, de acordo com a opinião dos clientes, os lanches estão na zona de qualidade (51,45%) e os sucos estão na zona de excelência (82,1%). Os aspectos negativos demonstrados nas respostas das questões abertas corroboram os resultados para nível de qualidade dos lanches, uma vez que foram relatados descontentamentos com a qualidade. Por outro lado, as respostas em relação ao suco confirmam o índice apontado pelo NPS.

Esses resultados apontam para a viabilidade de implantação de pontos de serviços de alimentação, que contemplem a oferta de alimentação saudável, incluindo sucos naturais e lanches caseiros, em detrimento da comercialização de bebidas açucaradas e alimentos ultraprocessados, que, via de regra, contribuem para processos de aumento na prevalência de Obesidade e as chamadas Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT). Há que estar alerta para as quantidades de açúcar adicionadas aos sucos, para garantir que estes permaneçam como uma opção saudável.

Este estudo visava a transferência de conhecimentos para melhorias à gestão do projeto, assim, com base nos resultados, iniciou-se um processo de modificações intitulado “Qualidade Total da Lanchonete UFGD+Saúde”, corrigindo as falhas apontadas e incluindo novos itens nos cardápios, bem como treinamento de pessoal, sensibilizando para a importância da satisfação do cliente, sob pena de reduzir a procura frente à concorrência.

CONCLUSÃO

A pesquisa de verificação da satisfação do cliente se mostrou eficaz para, apontar, tanto aspectos positivos, quanto falhas no controle da qualidade.

As modificações que se iniciaram a partir do resultado da pesquisa, mostram que há uma preocupação por parte dos gestores, com o processo de busca por melhorias contínuas

A reaplicação da metodologia de avaliação deve ser feita após um período de funcionamento subsequente à implantação do processo de melhoria.

Estudos que verifiquem a qualidade do atendimento são recomendados.

REFERÊNCIAS

BRASIL; Ministério Do Desenvolvimento Social e Agrário; Câmara Interministerial de Segurança Alimentar E Nutricional; Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - **PLANSAN** 2016 – 2019. Brasília, 2017. In: Disponível em: http://www.mds.gov.br/webarquivos/arquivo/seguranca_alimentar/caisan/plansan_2016_19.pdf , acesso em 30 de abril de 2018.

BEZERRA, I.N. *et al.* Consumo de alimentos for a do domicílio. **Rev Saúde Pública**, São Paulo, v47, n1, p. 200-211, 2013.

BEZERRA, I.N. *et al.* Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. **Rev Saúde Pública**, São Paulo, v51, n15, p. 1-8, 2017.

CASTILHO, F.L. **Análise da gestão de um restaurante escola de empreendedorismo social e solidário**: estudo aplicado ao Bistrô Eco Sol UFGD. 2017. Dissertação

(Mestrado em Agronegócios) - Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas, Universidade Federal da Grande Dourados/UFGD, Mato Grosso do Sul.

CLARO, R.M. *et al.* Evolução das despesas com alimentação fora do domicílio e influência da renda no Brasil, 2003/2003 a 2008/2009. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v30, n7, p.1-9, jul.,2014.

COSTA, M.L. **Análise econômico-ambiental e nutricional em processos de produção de refeições**. 2017, 86p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas, Universidade Federal da Grande Dourados/UFGD, Mato Grosso do Sul.

DUARTE, F.M.; ALMEIDA, S.D.S.; MARTINS, K.A. Alimentação fora do domicílio de universitários de alguns cursos da área da saúde de uma instituição privada. **O Mundo da Saúde**, São Paulo, v37, n3, p. 288-298, 2013.

ESTIMA, C. C P.; PHILIPPI, S. T.; ARAKI, E. L.; LEAL, G. V. S., MARTINEZ, M. F.; ALVARENGA, M. S. Consumo de bebidas e refrigerantes por adolescentes de uma escola pública. **Revista Paulista de Pediatria**. v29, n1, p. 41-45, São Paulo, 2011.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012. 792 p.

LEAL, D. Crescimento da alimentação fora do domicílio. **Segurança alimentar e nutricional**, Campinas, v17, n1, p. 123-132, 2010.

MAGALHÃES, A.M. **Interação entre sistemas agroindustriais, modelos alimentares e saúde da população: estudo aplicado ao arroz**. 2010, 96p. Dissertação (Doutorado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.

MAGALHÃES, A.M.; MASSUGOSSA, M.J.; OLIVEIRA, E.R. Produção de lanches para comercialização em feira de alimentos típicos e produtos orgânicos. **Cadernos de Agroecologia**, ABA, Rio de Janeiro, v13, n1, julho, 2018.

MAURO, P.C. Fast casual: a revolução na área da alimentação. Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/artigos-sobre-franchising/fast-casual-a-revolucao-na-area-de-alimentacao/>. Acesso em: 30 de abril de 2018.

NOGUEIRA, J. F. **Papéis de marketing em um sistema de canal de distribuição: estudos de casos sobre diferentes composições organizacionais**. 2003. 101p.Dissertação(Mestrado em Administração Pública). Escola brasileira de administração pública e de empresas, Fundação Getúlio Vargas/FGV, Rio de Janeiro.

OLIVEIRA, M.C. *et al.* Ambientes alimentares universitários: percepções de estudantes de Nutrição de uma instituição de ensino superior. **Demetra: alimentação, nutrição e saúde**, Rio de Janeiro, v12, n2, p. 431-445, 2017.

REICHHELD, F.; MARVEY, R. **A pergunta definitiva 2.0**: Como as empresas que implementam o net promoter score prosperam em um mundo voltado aos clientes. São Paulo: Campos, 2011. 58p.

SILVA, F.A.S.; DUARTE, M.E.M.; CAVALCANTI-MATA, M.E.R.M. Nova metodologia para interpretação de dados de análise sensorial de alimentos. **Eng. Agríc.**, Jaboticabal, v30, n5, p. 967-973, set./out., 2010.

SOUZA, E.B. Transição nutricional no Brasil: análise dos principais fatores. **Cadernos Unifoa**, Volta Redonda, v5, n13, p.49-53, ago., 2010.

TARDIDO, A.P.; FALCÃO, M.C. O impacto da modernização na transição nutricional e obesidade. **Rev Brasileira de Nutrição Clínica**, São Paulo, v21, n2, p. 117-124, 2006.

VIEIRA, A.C.R. **Consumo de bebidas açucaradas, obesidade e alterações metabólicas em adolescentes**. 2010, 144p. Dissertação (Doutorado em Saúde Coletiva) - Instituto de Medicina Social, Universidade do estado do Rio de Janeiro/UERJ, Rio de Janeiro.