AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM UMA CANTINA UNIVERSITÁRIA

EVALUATION OF THE QUALITY OF SERVICES PROVIDED IN A UNIVERSITY CANTEEN

João Batista Ferreira¹

Iara Maria de Castro²

Dulce Rosa Sucupira³

Jéssica Cristina Castro Silva⁴

Resumo

A Qualidade na prestação de serviços é um diferencial para qualquer empresa, seja de bens ou serviços, e a avaliação dessa excelência deve ser feita com base na visão dos clientes alvos. Assim, este estudo tem por objetivo aferir a percepção dos discentes do curso de Administração sobre a qualidade dos serviços prestados por uma cantina universitária. A metodologia consiste em uma pesquisa aplicada, descritiva, quantitativa e estudo de caso, e para a coleta de dados utilizou-se o questionário Servperf. Constatou-se que os discentes estão satisfeitos com os serviços prestados pela Cantina Universitária, porém, na dimensão presteza eles se mostraram contrariados, e em alguns itens, como, diversidade nos produtos e na forma de pagamento, evidenciaram preocupação com aspectos nutricionais e agilidade no atendimento. Neste trabalho foi possível perceber relação entre o grau de satisfação dos clientes e seu conhecimento. Apreende-se que as empresas que congregam um público-alvo com elevado grau de conhecimento terão maior preocupação com a qualidade na prestação de serviços. Conclui-se que os serviços prestados por uma cantina universitária devem primar pela qualidade. Fazer os serviços com rapidez, com atendimento individualizado, esforçar-se para surpreender o cliente, buscando melhorar sempre o seu desempenho. Essas são algumas variáveis fundamentais para esse tipo de negócio.

Abstract

Quality in service delivery is a differential for any company, be it goods or services, and the evaluation of this excellence must be made based on the vision of the target customers. Thus, this study aims to assess the perception of the students of the Administration course on the quality of services provided by a university canteen. The methodology consists of an applied, descriptive, quantitative research and case study, and for the data collection, the Servperf questionnaire was used. It was observed that the students are satisfied with the services provided by Cantina Universitária, however, in the fast-paced dimension they have shown themselves to be dissatisfied, and in some items, such as, diversity in products and payment, evidenced concerns about nutritional aspects and agility in the attendance. In this work it was possible to understand the relationship between the degree of customer satisfaction and their knowledge. It is understood that companies that congregate a target audience with a high degree of knowledge will be more concerned with the quality of service delivery. It is concluded that the services provided by a university canteen should prevail for quality. Do the services quickly, with individualized attention, strive to surprise the client, always striving to improve their performance. These are some key variables for this type of business.

Palavras-chave: Discentes. Percepção. SERVPERF.

Key-words: Disciples. Perception. SERVPERF.

¹Aluno de Doutorado na DAE – UFLA/MG. Mestre em Gestão Organizacional (UFG/CAT - GO). Docente e coordenador do curso de administração na Faculdade Cidade de Coromandel (FCC/MG). E-mail: coordenacaoadmfcc@hotmail.com

²Aluna de Graduação em Administração pela Faculdade Cidade de Coromandel (FCC/MG). E-mail: iaracastro8@yahoo.com.br

³Aluna de Graduação em Administração pela Faculdade Cidade de Coromandel (FCC/MG). E-mail: dulce.sucupira@bol.com.br

⁴Aluna de Graduação em Administração pela Faculdade Cidade de Coromandel (FCC/MG). Email: jess.cristinacs@gmail.com

Artigo recebido em: 07 de março de 2018. Artigo aceito em 29 de outubro de 2018.

Introdução

Num mundo globalizado com crescentes exigências dos clientes, além de produtos para satisfazer as necessidades dos consumidores, as organizações precisam preocupar-se com a qualidade na prestação de serviços.

Partindo de tal circunstância e levando em consideração que produtos e serviços de qualidade são obrigação, as empresas devem buscar diferenciais competitivos, pois atendimento com excelência pode ser uma alternativa e agrega valor à mercadoria.

Com base nesses pressupostos iniciais, este estudo objetiva mensurar a percepção dos discentes do curso de Administração sobre a qualidade dos serviços prestados pela cantina universitária de uma instituição de ensino superior privada do Alto Paranaíba/MG, por meio da aplicação do instrumento Servperf. Visa ainda comparar o nível de satisfação dos discentes por período cursado, a fim de avaliar se o grau de criticidade dos alunos em relação à qualidade na prestação de serviços se eleva à medida que adquirem maior conhecimento.

A problemática em questão trata de responder a seguinte pergunta: A cantina universitária prestam serviços de elevada qualidade?

A qualidade na prestação de serviços é um diferencial competitivo para qualquer organização. Assim, este trabalho se justifica pela necessidade de discutir e demonstrar as principais dimensões de qualidade na prestação de serviços avaliadas pelo cliente, servindo de fonte de consulta para organizações empresariais do ramo de alimentação e de outros setores de atuação, pesquisadores, estudantes e demais interessados neste assunto.

O artigo foi estruturado em cinco seções, incluindo a introdução, fundamentação teórica, abordando qualidade em serviços, avaliação da qualidade em serviços e instrumento Servperf, metodologia, resultados e conclusão.

2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Qualidade em serviços

Pereira (2015) comenta que desde o princípio da atividade manufatureira, no período em que a produção artesanal predominava, é possível observar que a qualidade é objeto de atenção dos gerentes. Com o passar dos anos este conceito evoluiu deixando de ser somente utilizado para controle de falhas, mas, também, como fator estratégico

para a organização.

Levandovski (2016) contribuindo com essa discussão, relata que a qualidade tem se tornado cada vez mais um compromisso assumido por profissionais e gestores a fim de melhorar a satisfação dos clientes com os serviços prestados. Além disso, padrões de qualidade, cada vez mais elevados são exigidos dos estabelecimentos, levando-os a buscar meios para qualificação dos funcionários.

Batista (2009) enfatiza que os serviços, em sua maioria, são de difícil definição e mensuração. Isto ocorre pela diversidade econômica do setor de serviços e pelas diversas características a que são aplicáveis.

Na visão de Ferreira (2016) serviços são desempenho, atos, processos e performances que uma pessoa possa oferecer a outra, como também todas as atividades econômicas cujo produto não é físico ou construído e não tangíveis.

Para Neves (2015) os serviços são intangíveis, consumidos e produzidos simultaneamente, e, a pessoa que o oferece ou realiza faz parte dele, o desempenho durante a prestação de serviço é variável. Oportuno mencionar que a qualidade dos serviços tem grande dependência das pessoas que os executam.

Devido às características de serviços como a intangibilidade e a simultaneidade da produção e do consumo, para desenvolver modelos de gerenciamento de qualidade é necessário entender as necessidades dos clientes (PEREIRA, 2015)

Ferreira (2016) afirma que devido às características dos serviços, o diferencial de uma empresa de serviço está na capacidade de aumentar os benefícios percebidos pelo cliente.

2.2 Avaliação da qualidade em serviços de *fast food*

Melo (2016) relata que a qualidade no setor de serviços é aliada para o aumento da competitividade nas organizações. Infere ainda que a importância da excelência do serviço se deu a partir do final do século XX, com a informatização e o desenvolvimento de novas tecnologias.

Pinto, Gouvêa & Oliveira (2014) relatam que a satisfação do cliente e a qualidade de serviços são constructos que muitos autores consideram conectados entre si, ou seja, há uma correlação entre ambos. Sabe-se ainda que a satisfação do cliente ocorre a partir da qualidade dos produtos associada à eficiência na prestação de serviços.

É sabido que os clientes avaliam a qualidade do serviço comparando o que desejam ou esperam com aquilo que obtêm (BERRY, PARASURAMAN, 1995).

Auxiliando nas reflexões e no desenvolvimento do debate, Kotler (2011) ressalta que uma das principais maneiras de uma empresa de serviços diferenciar-se de seus concorrentes é prestar serviços de alta qualidade. E explica que a chave é atender ou exceder as expectativas de qualidade dos clientes-alvos.

Pereira Filho, Campos & Nóbrega (2015) demonstram os principais fatores que influenciam na escolha de restaurantes, *fast foods* e cantinas universitárias, utilizando resultados de pesquisas realizadas. São eles, velocidade na realização e entrega do serviço, interesse em corrigir erros, preço razoável, ambiente agradável; funcionários educados; bom cozimento/preparo, eficiente fornecimento de suprimentos, adequada temperatura dos produtos, mesas limpas rapidamente e funcionários bem vestidos; variedade, qualidade e sabor da comida, ambiente e higiene, bem como facilidade de acesso.

A intangibilidade e a heterogeneidade dos serviços têm conduzido ao entendimento de qualidade em serviços como a relação entre a expectativa e avaliação do serviço prestado (PEREIRA FILHO, CAMPOS, NOBREGA, 2015).

Já Ferreira (2016) comenta que é difícil mensurar a qualidade de serviços, pois esta, quando se trata de serviços, é altamente subjetiva. Uma das abordagens mais estudadas na área de qualidade em serviços é a dos cinco *gaps*, ou Escala Servqual.

Parasuraman, Zeithaml e Berry, em 1988, propuseram a avaliação da qualidade do serviço, três anos após a publicação da Escala Servqual, baseada no modelo de satisfação de Oliver, segundo o qual a satisfação do consumidor tem como parâmetro a diferença entre a expectativa e o desempenho, conhecida como SERVQUAL (FERREIRA, SADOYAMA, 2015).

Neves (2015) cita as cinco dimensões da qualidade em serviços, conforme Parasuraman; Zeithaml & Berry, em 1985: **Tangibilidade** - A aparência das instalações físicas onde o serviço é prestado; **Confiabilidade** - Habilidade dos prestadores do serviço de realizar o serviço prometido, de forma confiável e acurada; **Presteza** - Disposição em atender o cliente e prestar o serviço rapidamente; **Segurança** - Conhecimento sobre o serviço e habilidade para transmitir confiança e segurança; **Empatia** - Atenção personalizada que a empresa e seus funcionários oferecem aos clientes, procurando entender a necessidade de cada freguês.

Calarge *et al.* (2015) explicam que determinar as dimensões da qualidade, pelas quais o cliente avalia o serviço, é fundamental para que o empregado possa planejar e traçar seus esforços na busca de uma percepção favorável de seus serviços pelo cliente.

Ferreira (2016) descreve que a Escala SERVQUAL, pode ser definida a partir de um questionário, elaborado em duas etapas. A primeira corresponde às expectativas, com 22 afirmativas, que evidenciam anseios gerais dos respondentes em relação ao serviço a ser investigado. Também com 22 questões, a segunda etapa visa medir o julgamento do usuário sobre o serviço prestado pela empresa específica que está sendo avaliada.

Neves (2015) comenta que a qualidade percebida é medida para cada item de pontuação, sendo a diferença entre a expectativa e a percepção. Já Ferreira (2016) resume que a expectativa (E) > Percepção (P) = significa Qualidade não satisfatória. Já quando a Expectativa (E) = Percepção (P) = Qualidade satisfatória. Se a Expectativa (E) < Percepção (P) = Qualidade ideal.

Calarge *et al.* (2015) inferem que o modelo SERVQUAL possibilita a detecção, caracterização e valoração das dimensões analisadas ao longo da pesquisa, identificando oportunidades para melhoria na prestação desses serviços na empresa pesquisada.

Ao longo desta seção, foi necessário dar maior explicação sobre a Escala Servqual, pois a mesma serve de base, para o Instrumento Servperf que será demonstrado a seguir.

2.3 Instrumento SERVPERF

Mondo & Fiates (2013) lembram que, Cronin e Taylor em 1992, desenvolveram o modelo SERVPERF, inferindo que o modelo SERVQUAL era inadequado, e utilizou em sua metodologia somente a percepção da qualidade em serviços, avaliando o desempenho da organização pesquisada.

O modelo SERVPERF usa como base as cinco dimensões de avaliação da qualidade em serviço: tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia, adotando um questionário com vinte e dois (22) itens referentes à percepção dos respondentes quanto à qualidade dos serviços (RASYIDA, *et. al.* 2016).

Pinto, Gouvêa & Oliveira (2014) abordam que o questionário da escala SERVPERF compreende os mesmos itens aplicados da escala SERVQUAL, pois eles representam as dimensões da qualidade de serviço. Tais itens foram considerados bem

embasados teoricamente para avaliação da percepção do desempenho dos serviços prestados.

Rieg *et al.* (2015) destacam que uma vantagem na utilização da escala SERVPERF se deve ao fato dela conter um menor número de questões a serem respondidas pelos entrevistados (questões somente referentes à percepção).

O instrumento SERVPERF é idêntico ao SERVQUAL, com a ressalva de que o segundo tem 44 itens (22 itens para expectativa de qualidade de serviço e outros 22 para a percepção), enquanto SERVPERF tem apenas 22 itens abordando o desempenho real, ou seja, a percepção (MONDO, FIATES, 2013).

Diante da importância do SERVPERF, e da sua facilidade de interpretação dos dados, este modelo será utilizado como instrumento para a coleta de dados desta pesquisa.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação e pesquisas (PRODANOV, FREITAS, 2013).

Cumprir enfatizar que esta pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética, com o registro CAAE: nº 79951317.5.0000.8078, com número do parecer: 2.439.009 e data da relatoria aos 14/12/2017.

3.1 Tipos de pesquisa

As pesquisas são classificadas quanto à sua natureza, objetivos, abordagem, procedimentos e instrumentos a serem utilizados.

No que se relaciona à natureza, este trabalho trata de uma pesquisa aplicada à luz da perspectiva de Zanella (2009), para quem investigação aplicada tem como motivação básica a solução de problemas concretos, práticos e operacionais.

Já quanto aos objetivos é uma averiguação descritiva, pois tem a finalidade de descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Esta afirmação tem como base os estudos e o entendimento de Gil (2008).

Relacionado à abordagem desta investigação, podemos dizer que é quantitativa. Para justificar tal afirmativa recorre-se novamente a Zanella (2009), que explica que a exploração quantitativa é aquela que se caracteriza pelo emprego de instrumentos estatísticos – tanto na coleta como no tratamento dos dados, e que tem como finalidade medir relações entre as variáveis.

No que se trata aos procedimentos é uma pesquisa sobre um estudo de caso e com *survey*, instrumento para a coleta de dados. Prodanov & Freitas (2013) relatam que na investigação com *survey*, em geral, procedemos à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida e mediante análise quantitativa, obtermos as conclusões correspondentes aos dados coletados.

3.2 Cantina Universitária

A cantina universitária estudada é uma empresa familiar que funciona sem conhecimento dos princípios administrativos necessários à sua sobrevivência.

Alves & Buss (2009) relatam que para esse tipo de organização se manter ativo por várias gerações é fundamental a atuação de um administrador, seja como consultor ou gestor. Contudo, essa realidade muitas vezes não é admitida pelos proprietários dessas empresas, o que faz com que grande parte se extinga ainda na fase do proprietário controlador.

3.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento utilizado foi o questionário adaptado do modelo original proposto por Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985), para a mensuração da qualidade em serviços – composto de cinco determinantes de qualidade de um serviço (confiabilidade, prestação, segurança, empatia e tangibilidade), com ajustes para os serviços de *fast food*, a Escala SERVQUAL.

Mas, foi aplicado apenas uma vez o questionário, conforme o modelo SERVPERF, proposto por Cronin e Taylor (1992), como alternativa ao instrumento SERVQUAL. A SERVPERF mensura o desempenho no trabalho percebido pelos usuários, avaliando apenas a percepção. Assim, não há a necessidade de aplicação do questionário antes (expectativa) e depois do serviço prestado (percepção).

A fim de determinar a percepção dos clientes sobre a prestação de serviços na

cantina universitária, usaram-se os vinte e dois (22) itens que compõem a Escala SERVQUAL, sendo que estão suficientemente fundamentados, e serão apresentadas a seguir:

Quadro 01: Variáveis relevantes da pesquisa

Aspectos relevantes para a qualidade dos serviços em cantinas universitárias e <i>fast foods</i>		
DIMENSÕES		Itens (I)
	Tangibilidade	I ₁ – Instalações físicas são adequadas e atrativas. I ₂ – Mesas e cadeiras estão limpas e em bom estado, como os demais equipamentos. I ₃ – Há diversidade de produtos oferecidos e em quantidades suficientes a demanda. I ₄ – Há disponibilidade de lugares a todos.
	Confiabilidade	I ₅ – O local possui funcionários em número suficiente para atender a demanda. I ₆ – A entrega dos pedidos é de forma rápida e sem filas. I ₇ – Há higiene no preparo e manuseio dos alimentos. I ₈ – Há preocupação com aspectos nutricionais (supervisionado por nutricionista). I ₉ – Eficiência na resolução de problemas.
	Presteza	I ₁₀ – Disponibilidades de informações visíveis sobre os produtos. I ₁₁ – Os funcionários estão sempre dispostos a esclarecer dúvidas e demonstram sincero interesse em ajuda-los. I ₁₂ – O atendimento prestado pelos funcionários é ágil e adequado. I ₁₃ – Há disponibilidade de funcionários para levar os produtos e fazer atendimento na mesa..
	Segurança	I ₁₄ – Os pedidos são realizados de acordo com a solicitação e sem erros. I ₁₅ – O nível de atendimento é sempre o mesmo todos os dias. I ₁₆ – Os funcionários possuem capacitações e formação adequada para as funções desempenhadas. I ₁₇ – A cantina tem interesse na saúde do cliente.
	Empatia	I ₁₈ – Os funcionários são asseados (têm aparência limpa e organizada). I ₁₉ – Os funcionários sempre tratam os clientes com educação e cortesia. I ₂₀ – Presteza do caixa (pronta disposição para atender). I ₂₁ – Horário de funcionamento é conveniente. I ₂₂ – Há variedade na forma e prazo de pagamento (dinheiro, cheques, cartões, etc.).

Fonte: Adaptado de Parasuraman et. al. (1985)

O questionário utilizou uma escala do modelo Likert de sete pontos, que é do tipo bipolar, na qual o respondente fornece o grau de concordância ou discordância por meio de uma numeração que varia de um (01) a sete (07), conforme demonstrado na figura 01:

Figura 01: Escala tipo Likert com 07 pontos

Escala	1	2	3	4	5	6	7
	Medíocre	Fraco	Pouco satisfatório	Satisfatório	Bom	Muito bom	Excelente

Fonte: Oliveira & Ferreira, 2009.

3.4 Amostra e coleta de dados

A população-alvo deste trabalho é composta por 55 pessoas. Para ter uma amostragem com um nível de confiabilidade ideal foi realizado um cálculo no aplicativo *OpenEpi* versão 3, acessado pelo link: <http://www.openepi.com/SampleSize/SSPropor.htm>, possibilitando utilizar uma amostra satisfatória.

Segue a tabela com os dados mais detalhados, oferecendo os números da população total e amostra para a realização da pesquisa com nível de confiança de 90%.

Tabela 01: População e amostra da pesquisa

LIMITE DE CONFIABILIDADE DE $\pm 10\%$ ($p \leq 0,1$), NÍVEL DE CONFIANÇA DE 90%		
Discentes	População Total	Amostra (n)
1º período	15	13
3º período	16	14
5º período	10	9
7º período	14	12
TOTAL	55	48

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Questionários estruturados específicos para os discentes do curso de Administração possibilitaram a coleta de dados. Eles foram aplicados na sala de aula com permissão dos professores e da direção institucional. Será anexado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Ressalta-se que antes da aplicação do questionário foram dadas explicações sobre as funcionalidades da enquete, lido o TCLE com a finalidade de não deixar dúvidas, evitar erros e distorções nas respostas.

Foram mantidos todos os questionários totalmente respondidos, entretanto serão descartados os questionários que não forem respondidos ou respondidos parcialmente.

3.5 Critérios de inclusão e exclusão

Foram incluídos aqueles que assinaram o TCLE, assim como, somente os alunos

com idade maior que 18 anos, com frequência e matriculados no respectivo curso supracitado.

Já referente à exclusão, foram excluídos os discentes que estavam de licença no momento da pesquisa.

4. Análise dos dados

Os dados foram analisados estatisticamente a partir da utilização do Microsoft Excel 2010, possibilitando a construção de gráficos para melhor visualização dos resultados, bem como a discussão e compreensão da visão dos respondentes sobre a motivação no ambiente de trabalho.

4.1 Riscos e benefícios

Foram realizados procedimentos que não representaram quaisquer danos à saúde e integridade dos participantes; e dado à oportunidade de deixar a pesquisa a qualquer momento, sem nenhum ônus, caso houvesse algum desconforto.

Espera-se que este estudo resulte em informações importantes sobre a percepção dos discentes em relação à satisfação nos serviços prestados em uma cantina universitária, de forma a que o conhecimento que será construído a partir desta pesquisa possa trazer uma visão mais realista e clara no que se refere à qualidade em prestação de serviços oferecidos pelo estabelecimento.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com a finalidade de analisar as percepções dos discentes, por meio da escala SERVPERF, sobre a qualidade dos serviços prestados pela cantina universitária pesquisada, serão apresentados os dados a seguir.

5.1 Análise da percepção dos atores da pesquisa por dimensão

Inicialmente aborda-se o resultado geral da avaliação da qualidade dos serviços prestados pela cantina universitária, por meio da estatística descritiva, em específico a média, e desvio padrão.

Tabela 2: Média das dimensões da qualidade de serviços – alunos

Média das dimensões da qual	Tangibilidade	Confiabilidade	Presteza	Segurança	Empatia
Média das Percepções (P)	4,48	4,07	3,77	4,37	4,43
DP = Desvio Padrão	1,66	1,76	1,79	1,77	1,87
Qualidade dos serviços	Satisfatório	Satisfatório	Pouco satisfatório	Satisfatório	Satisfatório

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Os resultados demonstraram que os alunos, de maneira geral, estão satisfeitos com os serviços prestados pela cantina universitária. Apenas na dimensão presteza, que é a disposição em atender o cliente com rapidez, conforme mencionado por Neves (2015), encontram-se estudantes insatisfeitos.

A seguir o gráfico, figura 02, mostra com detalhamento os resultados, item a item.

Figura 02: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Na dimensão tangibilidade, o item três (3), conforme quadro 1, que infere sobre a diversidade dos produtos oferecidos teve avaliação pouco satisfatória, impactando no resultado geral.

Na dimensão confiabilidade merecem destaque os itens cinco (5), que indaga se o local possui funcionários em número suficiente; seis (6), que questiona se a entrega dos pedidos é de forma rápida, sem filas; e oito (8), que interroga se há preocupação com aspectos nutricionais (supervisionado por nutricionistas). A abordagem a essas

questões mostrou insatisfação por parte dos discentes.

Em relação à dimensão presteza, o item treze (13), que pergunta sobre a disponibilidade de funcionários para levar os produtos e fazer atendimento à mesa, foi o item com maior discrepância negativa, sendo considerando o ponto fraco da cantina.

No que diz respeito à dimensão segurança, os discentes estão todos satisfeitos. O mesmo não ocorre quando se trata de empatia, assim como no item vinte e dois (22), que indaga se há variedade na forma e nos prazos de pagamentos. Em ambas as questões os alunos mostraram-se insatisfeitos.

5.2 Análise comparativa da percepção dos alunos por período

No intuito de observar se o grau de criticidade dos alunos em relação à qualidade na prestação de serviços se eleva à medida que adquirem maior conhecimento ao longo do curso, foram examinados os dados a seguir, por meio da análise de regressão linear simples.

Primeiramente observam-se as avaliações dos alunos, separadas por períodos a fim de visualizá-las e compará-las.

Figura 03: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos por período

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Evidencia-se que os alunos do primeiro período estão mais satisfeitos com os serviços prestados pela cantina, considerados bons. Por outro lado, os discentes do terceiro período consideraram-nos pouco satisfatórios, de maneira geral, e na dimensão

presteza inferiram que são fracos.

Para compreender melhor a relação entre a avaliação da qualidade dos serviços da cantina universitária e os períodos estudados no curso, ou seja, mensurar se o grau de criticidade dos alunos em relação à qualidade na prestação de serviços se eleva à medida que eles adquirem maior conhecimento, destacamos no seguinte gráfico os resultados subdivididos por períodos.

Figura 04: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos por período – Dimensão Tangibilidade

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao se avaliar a tangibilidade e observando a relação entre o grau de satisfação (Escala Likert/quanto maior, melhor) e os períodos cursados pelos alunos, ficou claro que o declive da reta é negativo, considerando $y = a.x + b$, o $a = - 0,682$. Assim a correlação entre a satisfação na prestação de serviços e os períodos cursados é negativa, variando em sentido inverso. Quanto mais conhecimento adquirido pelos alunos, mais críticos eles se tornam ao avaliar a qualidade dos serviços prestados.

Observando o R^2 obteve-se o resultado 0,6606 – este dado indica que 66,06% da variação entre período cursado está linearmente relacionada com o grau de satisfação, explicitada com a variação no grau de satisfação e os outros 33,94% devido a fatores não explicitados.

Figura 05: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos por período –

Dimensão Confiabilidade

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No que se refere à confiabilidade percebe-se visualmente que a inclinação da reta é decrescente, conforme apresentado no gráfico da dimensão tangibilidade, com R^2 de 0,6645.

Figura 06: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos por período – Dimensão Presteza

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Na temática presteza, a tendência da reta é inversamente proporcional, o resultado do R^2 0,7455, bem mais próximo de 1, demonstra que grande parte da variação do grau de satisfação é explicada linearmente pela variação dos períodos

cursados.

Figura 07: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos por período – Dimensão Segurança

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O quesito segurança também acompanhou as tendências das dimensões abordadas anteriormente, com inclinação da reta descrente, e $R^2 = 0,5878$.

Figura 08: Gráfico demonstrativo das percepções dos alunos por período – Dimensão Empatia

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Já na dimensão empatia podemos perceber pequena inclinação da reta, com $R^2 = 0,3185$, demonstrando menor relação entre as variáveis dependentes e independentes.

CONCLUSÃO

Os resultados demonstraram que os alunos estão satisfeitos com a prestação de serviços da cantina universitária, mas exigem mudanças na dimensão presteza e em alguns itens como diversidade nos produtos e na forma de pagamento, bem como preocupação com aspectos nutricionais. Além disso, os clientes querem também atendimento na mesa com rapidez e elevação no número de funcionários no estabelecimento.

Entende-se que os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois ficou evidente neste trabalho que existe uma relação entre o grau de satisfação dos clientes e sua capacitação e conhecimento. Assim, as empresas que têm um público-alvo com elevado grau de conhecimento, automaticamente devem ter maior preocupação com a qualidade na prestação de serviços – caso contrário poderão se deparar com problemas diante da insatisfação dos estudantes.

Conclui-se que os serviços prestados por uma cantina universitária necessitam primar pela qualidade, pela rapidez no atendimento, sem falar na recepção individualizada ao freguês. O acolhimento deve surpreender o cliente, buscando melhorar sempre o seu desempenho, Essas são algumas variáveis essenciais.

Vale ressaltar, como contribuição teórica, que este estudo demonstrou a relevância e a facilidade de avaliar a qualidade de empresas de serviços a partir da utilização do modelo SERVPERF.

Já como contribuição gerencial, os resultados apontam aspectos a serem priorizados pela empresa pesquisada, bem como para os demais estabelecimentos prestadores de serviços em geral, a fim de garantir a satisfação plena de seus clientes.

REFERÊNCIAS

- ALVES, T. L. P.; BUSS, R. N. **O administrador e a gestão de empresas familiares**. Revista São Luis Orione, v. 1 - n. 3 - p. 81-112 – (Faculdade Católica Dom Orione, Araguaína, TO.) jan./dez. 2009.
- BATISTA, D. de A.. **Avaliação Da qualidade em serviços com a utilização da Servqual e dos operadores Fuzzy**. 2009. 115 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Universidade Federal do Pernambuco, Recife, PE, 2009.
- BERRY, Leonard; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing: Competindo através da qualidade**. Tradução: Beatriz Sidou. 3. ed. São Paulo: Maltese, 1995.
- CALARGE, F. A.; FUJII, C. A. M.; SANTANA, J. C. C.; SILVA, I. L. L. MIGUEL, P.

- A. C. **Análise e avaliação da qualidade de serviços internos com foco na manutenção de utilidades em uma empresa de manufatura.** Production, Jun. 2015.
- FERREIRA, J. B.; SADOYAMA, A. dos S. P. **A aplicação do modelo Servqual para a percepção da qualidade dos serviços em uma instituição privada de ensino superior.** Anais do II Congresso Nacional de Educação, Catalão, GO, v. 2, n. 2, p. 54-75, set. de 2015.
- _____. **Avaliação da qualidade de serviços em uma Instituição Privada de Ensino Superior do Alto Paranaíba/MG.** 2016. 135 p. Dissertação (Mestrado em Gestão Organizacional) Universidade Federal de Goiás, Catalão, GO, 2016.
- GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- LEVANDOVSKI, P. F.. **Avaliação da qualidade dos cuidados de enfermagem em serviço de emergência hospitalar na perspectiva dos usuários.** 2016. 112 p. Dissertação (mestrado em Enfermagem) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.
- MELO, F. J. C. de. **Uma abordagem quantitativa para a avaliação da qualidade em serviços.** 2016. 143 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2016.
- MONDO, T. S.; FIATES, G. G. S. **Os Modelos de Qualidade em Serviços: Mapeamento da Produção Científica de Alto Impacto para a Área de Administração no Brasil Até 2012, motivo de preocupação para os pesquisadores de Marketing?** XXVII EnANPAD, Rio de Janeiro, Set. 2013.
- NEVES, M. B.. **Avaliação da qualidade percebida por produtores rurais em relação ao serviço prestado no âmbito do projeto produtores de água do estado do Espírito Santo.** 2015. 93 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Desenvolvimento Sustentável) Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES, 2015.
- PARASURAMAM, A.; ZEITHAML, Valerie A.; BERRY, Leonard L. **A conceptual modelo of service quality and its implications for future research.** Journal of Marketing, 1985.
- PEREIRA, A. M. R.. **Avaliação da qualidade em serviços públicos de saúde em um hospital usando a análise hierárquica.** 2015. 70 p.. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2015.
- PEREIRA FILHO, E.; CAMPOS, D. F.; NOBREGA, K. C.. **A qualidade de serviços no fast food: um estudo das lacunas de percepção em um ambiente de shopping center.** HOLOS, v. 1, p. 111-132, 2015.
- PINTO, R. L.; GOUVÊA, M. A.; OLIVEIRA, B.. **Avaliação da qualidade de serviço terceirizado de manutenção em edifício comercial: o caso de uma organização pública.** Gestão da Produção, São Carlos, SP, v. 21, n. 2, p. 389-403, 2014.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed., Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- RASYIDA, D. R.; ULKHAK, M. M.; SETIOWATI, P. R.; SETIORYNI, N. A.

Assessing Service Quality: **A Combination of SERVPERF and Importance Performance Analysis**. MATEC Web of Conferences - ICIEA, 2016.

RIEG, D. L.; LEANDRO, F. C.; FELIPE, F. C.; CAIANI, L. C.. **Avaliação da qualidade de serviços em empresas de *fast food* através da adaptação do instrumento Servperf**. XI Congresso Nacional de Excelência em Gestão, Ago. 2015.

ZANELLA, L. C. H.. **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**. Brasília: CAPES : UAB, 2009.