

**FACULDADE PATOS DE MINAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ANA PAULA MARTINS DA SILVA

**O COMÉRCIO VAREJISTA DE RESTAURANTES:
Uma reestruturação no processo de atendimento
Cheiro Verde – Varjão de Minas.**

**PATOS DE MINAS
2016**

ANA PAULA MARTINS DA SILVA

**O COMÉRCIO VAREJISTA DE RESTAURANTES:
Uma reestruturação no processo de atendimento
Cheiro Verde – Varjão de Minas.**

Artigo apresentado à Faculdade Patos de Minas como requisito parcial para a conclusão do Curso de Administração de Empresas.

Orientador: Prof.^o Esp. José Humberto Camêlo

**PATOS DE MINAS
2016**

O COMÉRCIO VAREJISTA DE RESTAURANTES: Uma reestruturação no processo de atendimento. Cheiro Verde – Varjão de Minas.

Aluno: Ana Paula Martins da Silva¹

Orientador: José Humberto Camêlo²

RESUMO

A presente pesquisa se justifica por observar o atendimento aos clientes no restaurante e churrascaria Cheiro Verde situado na cidade de Varjão de Minas – MG, com o propósito de se evidenciar níveis de satisfação dos clientes. O objetivo geral dessa pesquisa foi descrever os fatores de satisfação do atendimento nesse restaurante. A partir dessa percepção inicial faz-se necessário desenvolver um estudo descritivo que venha mostrar a satisfação ou não do atendimento. Foram elaborados dois questionários com oito perguntas cada um, para analisar o grau de satisfação do cliente quanto ao atendimento. O primeiro foi aplicado a cinquenta e dois clientes, e o segundo aos seis funcionários que trabalham no restaurante. Os resultados da pesquisa demonstraram falhas no atendimento ao cliente, pois a maioria dos funcionários não se sentia totalmente satisfeitos com as folgas durante a semana, além de que, o número de funcionários se encontrava reduzido para a quantidade de atividades a serem realizadas. Com isso, conclui-se que o estabelecimento necessita de mudanças no quadro de funcionários, para garantir a satisfação dos próprios funcionários e, principalmente, dos clientes.

Palavras-chave: Restaurante. Satisfação ao cliente. Qualidade no atendimento.

ABSTRACT

This research is justified by observing the customer service at the restaurant and barbecue Green Smell located in Varjão de Minas - MG, in order to show customer satisfaction levels. The overall objective of this research was to describe the service satisfaction factors in this restaurant. From this initial perception it is necessary to develop a descriptive study that will show the satisfaction or not the service. Two questionnaires were developed with eight questions each, to analyze the degree of customer satisfaction with the service. The first was applied to fifty-two customers, and the second to the six employees working at the restaurant. The survey results demonstrate flaws in customer service, because most employees did not feel fully satisfied with the clearances during the week, and that the number of employees stood reduced to the amount of activities to be performed. Thus, it is concluded that the establishment needs changes in staff, to ensure the satisfaction of own employees and especially, of customers.

Keywords: Restaurant. Customer satisfaction. Quality of service.

¹ Aluna do Curso de Administração da Faculdade Patos de Minas (FPM) graduanda no ano de 2016 anapaulam.adm@hotmail.com

² Professor de Gestão Empresarial no curso de Administração da Faculdade Patos de Minas. Especialista em Planejamento Estratégico, Marketing e Gestão de Empresarial pelo Centro Universitário de Patos de Minas, josehuster@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

As constantes transformações que vem ocorrendo nos hábitos alimentares de cada indivíduo, a alimentação fora do lar vem adquirindo força, que é subordinada por diversos motivos, como tipos de serviços oferecidos, despesa com a alimentação, qualidade do serviço, segurança alimentar e conseqüente aumento da oferta desse tipo de serviço. (1)

Vive-se em mundo hoje, em que não há como ficar horas em casa preparando uma refeição, por isso muitas pessoas se tornaram adeptas à alimentação fora do lar, chamada de Food Service.(2) “O mercado de Food Service cresce, se segmenta e busca serviço, não o produto”. O Food Service tem um papel de grande importância na Gastronomia, já que atualmente os brasileiros veem criando o hábito de realizar refeições fora do lar, seja por falta de tempo ou por opção pessoal. Esse tipo de mercado atua não só na alimentação fora do lar, mas também na compra da refeição fora do lar, consumida em casa ou a utilização do serviço de Delivery. (1)

A finalidade do estudo é de observar como está sendo realizado o atendimento aos no restaurante e Churrascaria Cheiro Verde – Varjão de Minas.

A cidade em questão situa-se no Noroeste de Minas Gerais, e os municípios limítrofes são Patos de Minas, Presidente Olegário, São Gonçalo do Abaeté e Tiros. Com aproximadamente 8.000 habitantes, o IBGE (2010) avaliou a renda per capita do município em R\$579,95. (3) Não há nenhuma universidade ou instituição local que possa oferecer cursos técnicos para formar funcionários qualificados para os cargos administrativos ou de atendimento.

A presente pesquisa surgiu da necessidade de descrever os fatores de satisfação do atendimento aos clientes sobre a alimentação fora do lar, em especial, tendo como referência o público do Restaurante Cheiro Verde, em Varjão de Minas. Trata-se de uma pesquisa de campo com dados primários e secundários, através do método de estudo de caso, que é uma das várias maneiras de realizar uma pesquisa nas ciências sociais. Outras maneiras incluem experimentos, levantamentos, histórias, análise de arquivos, como modelagem econômica ou estatística. (4) A pesquisa de estudo de caso seria o método preferencial em comparação aos outros em situações nas quais as principais questões da pesquisa são “como” ou “porque”; um pesquisador tem pouco ou nenhum controle os eventos comportamentais; o foco e o objetivo do estudo são um fenômeno contemporâneo (em vez de um fenômeno

completamente histórico), e uma pesquisa quali-quantitativa estruturada em questionários.

Cada dia mais as pessoas para buscar melhores condições de vida procuram trabalho em período integral, passando menos tempo em casa. Registra-se tendência crescente de grande parte das pessoas que optam por alimentar fora de casa não apenas por gosto pessoal, comodidade ou lazer, mas também como uma necessidade imposta pela falta de tempo de prepará-la. (4)

Essa tendência de buscar alimentos prontos ou pré-preparados pode ser chamada de terceirização dos serviços familiares, pois são serviços que eram tradicionalmente executados pelas mulheres dentro do lar. (5) Em função do novo papel assumido no contexto atual da sociedade, as mulheres passaram a buscar a independência econômica e a realização profissional por meio de empregos independentes da função doméstica. Além disso, com as novas estruturas familiares, muitas mulheres trabalham devido à necessidade de auxílio financeiro familiar ou mesmo como única fonte de renda da família. Na cultura do século XXI as necessidades básicas de sobrevivência e bem-estar da humanidade estão mais ligadas ao conforto, rapidez e comodidade, fazendo com que exercer tais atividades domésticas passasse a ser pouco reconhecido e caracterizado como não lucrativo.

Nos últimos anos, com o aumento do mercado competitivo, a evolução da tecnologia, exigências e preferências dos consumidores têm forçado muitas organizações a uma atualização constante, não só a nível dos produtos e serviços que disponibilizam, mas também a nível dos seus sistemas e processos internos. (6)

No século XXI as organizações do mundo todo passam por mudanças cada vez mais constantes e enfrentam uma concorrência enorme, levando-se em conta a globalização, “no cenário competitivo atual, é importante desenvolver produtos e prestar serviços com qualidade, sem retrabalho e de maneira inovadora.” (7)

Há de se destacar que:

Há necessidade de as organizações voltarem-se ao ambiente externo, procurando o foco no cliente ou fazendo da atenção ao consumidor, não ao produto, um fato crítico de sucesso. É preciso oferecer atendimento eficaz aos clientes, e as empresas que forem capazes de manter o foco e a atenção nas necessidades atuais e futuras dos clientes serão aquelas que experimentarão prosperidade no longo prazo. (8)

Reforçar o atendimento ao cliente com excelência é um dos diferenciais para se alcançar o sucesso no mundo dos negócios. (9) Entretanto esse diferencial é difícil de obter, pois os clientes não procuram simplesmente um produto. (7) Eles procuram um atendimento personalizado em função das suas necessidades e expectativas.

Dessa forma, o atendimento ao cliente com excelência é uma oportunidade para o sucesso profissional, pois mesmo que a empresa tenha produtos, tecnologia e marketing, o contato com o cliente é decisivo para que o cliente retorne. O desempenho do profissional com o cliente determina uma relação de lealdade ou não.

Muitas pesquisas mostram que os clientes decidem onde comprar, baseados nas experiências pessoais que tiveram no ato na compra. Preços de liquidação, anúncios, localização, produtos e serviços os atraem apenas uma vez. A qualidade da relação pessoal é que os faz retornarem. No fim, preço, gosto, serviço e produto não importam, mas sim os sentimentos. (9)

Portanto, é essencial que as organizações sustentem a criação de valor para o consumidor através de uma melhor comunicação, buscando atender as suas necessidades e expectativas. Sem dedicação ao relacionamento com o cliente, a organização pode perder a lealdade e, conseqüentemente, colocar em risco toda sua estrutura.

Algumas formas de garantir a excelência no atendimento são: tratar o cliente pelo nome e também dar o seu nome quando for atendê-lo; guardar bancos de dados com nomes e endereços de clientes para enviar-lhes cartões em datas comemorativas; enviar presentes ocasionais para clientes habituais; convidar clientes para eventos especiais; não deixar o cliente fazer, fazer por ele; ser o primeiro a resolver o problema de um cliente ou, pelo menos, tentar buscar solução, principalmente quando receber uma reclamação. (9) Essas são chances de superar a concorrência e ultrapassar as expectativas do cliente de uma forma criativa e desafiadora e, conseqüentemente, trazer grandes retornos positivos para a empresa.

Contudo, a maior dificuldade de prestar um bom atendimento é que na maioria das vezes esse não depende de tecnologias, mas está ligado ao autodesenvolvimento, que envolve autoconsciência, autocontrole, automotivação, empatia e capacidade de desenvolver habilidades nos relacionamentos entre empresa e cliente. Podemos então, considerar o atendimento ao cliente uma arte que pode e deve ser aprendida e desenvolvida por todos os envolvidos no processo, pois

a relação interpessoal é uma peça fundamental para atingir o sucesso nas relações pessoais e profissionais. (9)

Grande parte das empresas já passou pela fase da motivação e da garantia da qualidade, na qual as certificações e a padronização dos processos colaboram na gestão das organizações. (7) Além dessas necessidades, o alto desempenho e a inovação são os diferenciais competitivos.

A inovação nos processos de qualquer empresa é importante para ela se diferenciar dos concorrentes, ganhando mais flexibilidade e qualidade, diminuindo o tempo de produção e gerando maior eficiência, para, dessa forma, otimizar o tempo e lucrar mais. Além disso, ressalta-se a importância de, a partir do momento que existe a intenção de implantar uma cultura de inovação de processos, conscientizar os colaboradores sobre a importância das mudanças que ocorrerão, através de treinamentos e capacitações. (7)

Uma forma de motivar a inovação é a utilização da pesquisa quali-quantitativa, tendo como objetivo fazer um levantamento do comportamento dos clientes, funcionários, empresários e concorrentes com respeito ao assunto inovação de processos, gerando uma amostra que auxiliará o trabalho do setor e/ou funcionários responsáveis pela inovação. (7)

Em relação ao ramo alimentício, é fundamental ressaltar a importância da inovação.

O processo de inovação no ramo alimentício apresenta um caminho de aprendizado onde cada empresa deve refletir sobre todas as etapas do processo, revisando cada ação, ferramentas e registrando cada lição apreendida. (7)

Assim, a inovação de processos é importante para a empresa que deseja se diferenciar dos concorrentes, pois com ela a empresa ganha mais flexibilidade, qualidade, diminui o tempo de produção e obtém maior eficiência, otimizando, assim, o tempo e lucrando mais. O ideal então seria aliar método, ferramentas de qualidade, criatividade e inovação para se destacar diante da concorrência. (7)

1.1 Justificativa

Dessa maneira a presente pesquisa se justificou por observar o atendimento aos clientes no restaurante e churrascaria Cheiro Verde situado na cidade de Varjão

de Minas – MG, pois existem evidências de reclamações dos clientes. A partir dessa percepção inicial faz-se necessário desenvolver um estudo descritivo que venha mostrar a satisfação ou não do atendimento.

O Plano de Reestruturação do Restaurante Cheiro Verde corresponde a um projeto para a melhoria do serviço de alimentação. O restaurante Cheiro Verde recebe clientes de diferentes localidades e com exigências variadas, pois situa-se às margens de uma rodovia federal (a BR-365), o que possibilita o acesso de viajantes e também da população da cidade. Assim a reestruturação no ponto de atendimento é importante para garantir a satisfação dos clientes, uma vez que, o restaurante é um estabelecimento que visa atender as mais diversas expectativas. Aprimorando seus processos. (10)

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral dessa pesquisa foi descrever quais os fatores que causam insatisfação no atendimento a clientes do restaurante e churrascaria Cheiro Verde situado na cidade de Varjão de Minas-MG.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar as necessidades e desejos dos clientes em relação ao atendimento;
- Identificar as necessidades dos clientes internos (funcionários);
- Demonstrar a importância do bom atendimento em um restaurante;
- Identificar pontos críticos de insatisfação no atendimento aos clientes;
- Descrever os principais fatores de satisfação;
- Demonstrar oportunidades de melhoria no atendimento aos clientes.

1.3 Metodologia

O estudo de caso qualitativo foi realizado no Restaurante e Churrascaria Cheiro Verde situado na cidade de Varjão de Minas, às margens da BR-365. Os questionários foram aplicados às pessoas com faixa etária 18 a 50 anos.

Foram elaborados e aplicados dois tipos de questionários. O primeiro questionário (Anexo A) foi elaborado com perguntas direcionadas à satisfação do cliente quanto ao atendimento. O segundo (Anexo B) baseou-se na satisfação dos funcionários quanto às condições de trabalho. Os questionários foram aplicados três dias na semana, dia 24/09/2015, 27/09/2015 e 29/09/2015, das 11:00 às 13:00 horas, período de maior movimento no estabelecimento. O questionário não exige nome dos entrevistados, mantendo, portanto também suas respostas anônimas e em sigilo.

Cada questionário contém 4 questões e as respostas variam de acordo com o grau de satisfação do cliente. O valor 1 significa que o cliente está muito satisfeito com o atendimento (atendimento ótimo), o valor 2 significa que o atendimento está razoável (atendimento razoável), e valor 3 significa que o cliente não está satisfeito com o atendimento (atendimento ruim). O questionário ainda inclui uma pergunta de sugestão, para aqueles clientes que queiram sugerir mudanças para a melhoria do atendimento.

No dia 24/09/2015, foram entrevistados 12 clientes, no dia 27 foram entrevistados 18 clientes, e 22 clientes foram entrevistados. Por serem poucos funcionários, estes foram entrevistados todos no dia 24/09/2015.

Após a aplicação de todos os questionários, no decorrer dos dias, todas as repostas foram analisadas, e os resultados, foram apresentados em gráficos os quais demonstram o grau de satisfação do cliente como: ótimo, razoável ou ruim, para cada pergunta dos questionários.

2 RESULTADOS E DISCUSSÃO

2.1 Resultados da Pesquisa Realizada com os Clientes

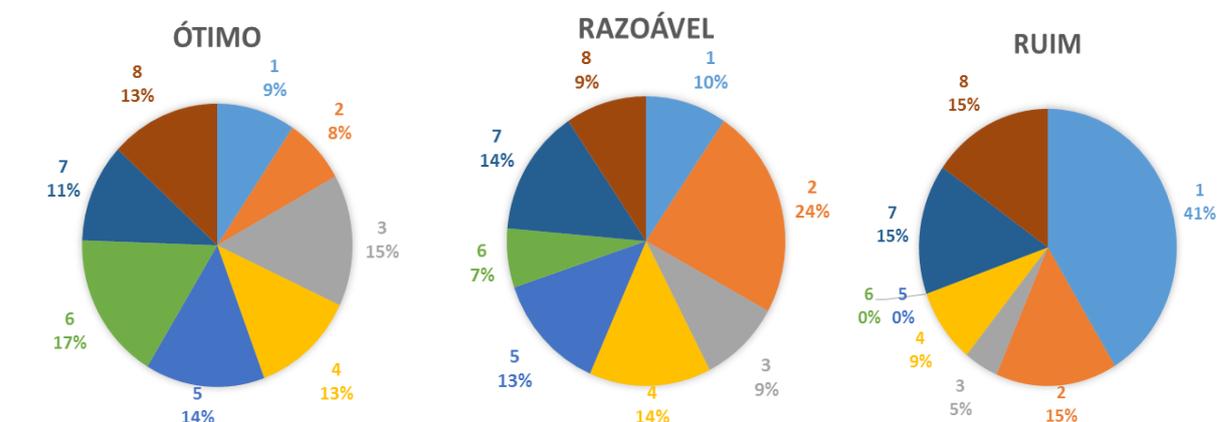
Em geral, a maioria dos clientes entrevistados considera o grau de atendimento ótimo e razoável (Tabela 1). A satisfação do cliente deve ser uma busca constante em restaurantes, que devem sempre acompanhar as mudanças e realizar ações para atenderem os clientes da melhor maneira possível. (11)

Tabela 1. Quantidade de clientes que consideraram o grau de satisfação ótimo, razoável ou ruim, para cada pergunta.

Perguntas	Grau de satisfação dos clientes		
	Ótimo	Razoável	Ruim
1	25	10	17
2	20	25	7
3	40	10	2
4	33	15	4
5	38	14	0
6	45	7	0
7	30	15	7
8	35	10	7

Analisando os gráficos (Figura 1), foi possível observar os pontos críticos do estabelecimento, relacionados ao atendimento e assim, propor algumas melhorias na satisfação do cliente. Pesquisas de satisfação de clientes são essenciais para avaliar se as necessidades dos clientes estão sendo atendidas, para avaliar o perfil de consumo dos clientes, bem como o que o cliente considera importante. (11)

Figura 1. Gráficos com as porcentagens de cada pergunta do questionário, quanto ao grau de satisfação ótimo, razoável e ruim.



Como se pode observar na pergunta 1, apenas 9% dos clientes disseram que o atendimento em relação à espera é ótimo, 10% consideraram a espera razoável, enquanto que 41% disseram que o tempo de espera é longo, considerando-o ruim. O

atendimento pode ter sido considerado ruim devido ao número reduzido de funcionários, e isso pode prolongar o tempo de espera para o atendimento ao cliente.

Na questão 2, 8% dos clientes disseram que a velocidade de entrega dos pedidos é ótima, 24% consideraram a entrega razoável, enquanto que 15% dos clientes a consideraram ruim. Pelo mesmo motivo da pergunta anterior, a falta de funcionários contribui para o atraso dos pedidos, assim como, a impaciência do cliente na espera de entrega do produto pode ter influenciado a sua resposta.

Na pesquisa 3, 15% consideraram o ambiente muito confortável, 9% disseram que o ambiente é razoavelmente confortável e 5% consideraram o ambiente ruim. Como se pode notar o ambiente apresenta uma infraestrutura bastante confortável(o local possui um salão espaçoso e ventilado, com TV para a distração dos clientes). Na pergunta 4, 13% dos clientes consideraram a comida ótima, e 14% de pessoas também disseram que a qualidade da comida é razoável, enquanto 9% responderam que a qualidade da comida é ruim. A maioria dos clientes considerou a qualidade da comida muito boa.

Na pergunta 5, 14% disseram que o cardápio atende às suas necessidades, 13% consideraram o cardápio razoavelmente completo, e nenhum cliente reclamou da composição do cardápio. Realmente o restaurante apresenta uma grande variedade de itens alimentícios em seu cardápio para oferecer aos clientes.

Na pergunta 6, 17% consideraram a limpeza do estabelecimento ótima, apenas 7% acharam a limpeza razoável e nenhum cliente considerou a limpeza ruim na pergunta 6. O restaurante mantém uma rotina de limpeza rigorosa a fim de garantir a higienização adequada ao ambiente.

Na pergunta 7, 11% acharam o pagamento da conta rápido, 14% disseram que o pagamento da conta é razoável, 15% criticaram a demora do pagamento. Isso pode ser explicado devido ao fato de ter apenas um caixa, com o único funcionário para atender todos os clientes. O ideal seria ter pelo menos duas pessoas no caixa para o atendimento ser ágil e eficiente.

Na pergunta 8, 13 % disseram que alguns funcionários são educados e simpáticos, 9% acharam o atendimento razoável e 15% acharam que os funcionários não eram muito simpáticos. Esse fator pode ser explicado, novamente, devido ao número reduzido de funcionários disponíveis para atender muitos clientes.

2.2 Resultados da Pesquisa Realizada com os Funcionários

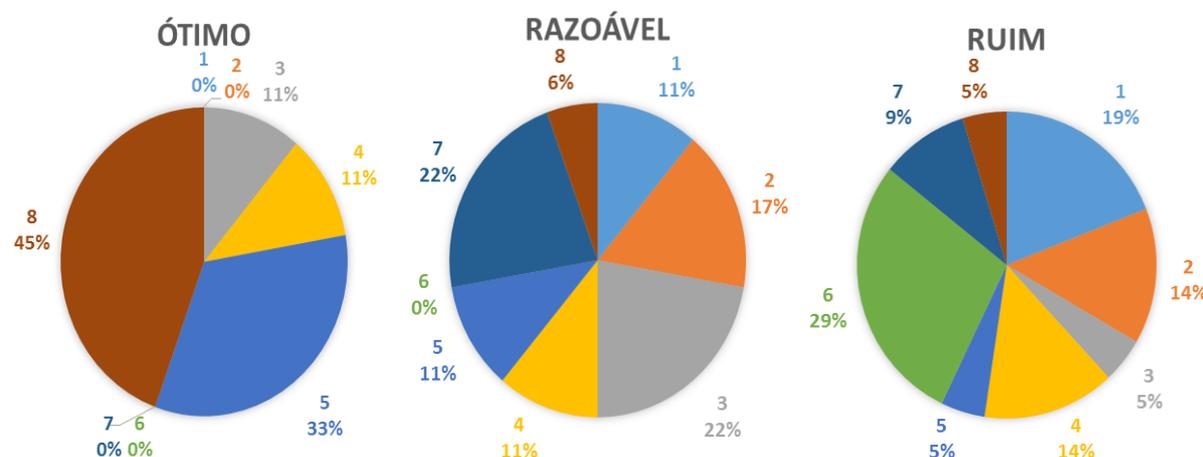
De modo geral, a maioria dos funcionários considerou a forma de trabalho ruim ou razoável (Tabela 2) estando insatisfeitos com as condições de trabalho propostas pelo restaurante Cheiro Verde.

Tabela 2. Quantidade de funcionários que consideraram o grau de satisfação ótimo, razoável ou ruim, para cada pergunta.

Perguntas	Grau de satisfação dos funcionários		
	Ótimo	Razoável	Ruim
1	0	2	4
2	0	3	3
3	1	4	1
4	1	2	3
5	3	2	1
6	0	0	6
7	0	4	2
8	4	1	1

Analisando os gráficos (Figura 2) com as porcentagens do grau de satisfação dos funcionários, pode-se identificar os principais pontos críticos, que contribuem para sua insatisfação com o trabalho realizado no restaurante Cheiro Verde.

Figura 2. Gráficos com as porcentagens de cada pergunta do questionário, quanto ao grau de satisfação ótimo, razoável e ruim.



Na pergunta 1, nenhum funcionário está satisfeito com o salário, 11% consideraram o salário razoável, 19% consideraram o salário baixo, pois consideram que as tarefas a serem realizadas são pesadas, principalmente as cozinheiras, que também são responsáveis pela limpeza do estabelecimento.

Na pergunta 2, nenhum funcionário está satisfeito com a carga horária, 17% a consideraram razoável, e 14% consideraram a carga horária ruim. Os funcionários comentaram que há muitas tarefas a serem realizadas tornando a carga horária diária muito pesada. Outra questão abordada pelos funcionários é que se aumentassem a quantidade de colaboradores as atividades seriam redistribuídas, o que tornaria a carga horária mais leve. Os funcionários que disseram que a carga horária é razoável são os que trabalham diretamente atendendo os clientes.

Na pergunta 3, 11% responderam que não se sentem pressionados, 22% disseram que são razoavelmente pressionados, e 5% se acham pressionados pelo responsável do estabelecimento. Alguns responderam que o chefe é exigente com as tarefas, exigindo pontualidade e agilidade na realização das tarefas. Apesar das reclamações, esse é um fator importante que contribuiu para o melhor desenvolvimento das tarefas.

Na pergunta 4, 11% dos funcionários disseram que a quantidade de funcionários é ótima. A mesma porcentagem também considerou a quantidade de funcionários razoável, enquanto que 14% disseram que a quantidade de funcionários é ruim. De fato, são poucos funcionários para muito trabalho e muitos clientes. O restaurante deveria reestruturar melhor o seu quadro de funcionários, a fim de mantê-los satisfeitos e, por conseguinte, prestar melhor atendimento aos seus clientes.

Na pergunta 5, 33% dos funcionários se sentem ótimos realizando o trabalho, 11% acham que se sentem razoavelmente bem realizando o trabalho, e 5% acham ruim o trabalho que fazem. Apesar de o trabalho ser cansativo na realização das tarefas, os funcionários gostam de lidar com os clientes, tendo como prazeres tarefas que fazem.

Na pergunta 6, todos os funcionários disseram que não estão satisfeitos com as folgas no decorrer da semana. Cada um dos funcionários tem uma folga durante a semana, não tendo folga nos fins de semana. Este é um dos principais fatores que contribuem para a insatisfação dos funcionários, pois não podem fazer compromissos pessoais, e nem ter seus momentos de lazer nos fins de semana.

Na pergunta 7, nenhum funcionário considerou o seu trabalho valorizado, mas 22% consideraram seu trabalho razoavelmente valorizado, enquanto 9% disseram que seu trabalho é pouco valorizado. Eles enfatizaram que o patrão chama muito a atenção, muitas vezes por questões desnecessárias.

Na pergunta 8, 45% dos funcionários avaliaram que os clientes consideram seus serviços ótimos, 6% consideraram seu serviço razoável, e 5% consideraram que os clientes podem avaliar seus serviços ruins. Segundo os funcionários, é muito difícil agradar todos os clientes, em especial pelo número reduzido de colaboradores. Reconheceram que algumas vezes, quando o movimento está intenso, não conseguem atender rapidamente todos os clientes, às vezes até esquecendo-se de levar produtos às mesas.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais, as pessoas buscam por uma alimentação fora de suas residências, devido à correria do dia a dia. Por isso, os restaurantes devem estar preparados para receber bem, além de usarem estratégias para atrair e agradar os clientes em seu estabelecimento, garantindo a sua satisfação. É importante, manter um ambiente confortável, higiênico, alimentação de qualidade, e também que o atendimento seja eficiente e que seja agradável aos clientes, cada vez mais exigentes.

Identificar as necessidades e dificuldades no dia a dia dos funcionários do restaurante Cheiro Verde foi fundamental para desenvolver estratégias para melhoria das condições de trabalho, garantindo assim, a satisfação dos funcionários, e, conseqüentemente dos clientes.

Os resultados da pesquisa com os funcionários e clientes, quanto ao atendimento, demonstraram alguns aspectos que precisam ser melhorados para garantir a satisfação dos clientes, bem como a melhor organização dos funcionários, apontando para uma necessidade de readequação de atividades ou número de funcionários suficientes para atender de forma agradável e eficiente.

Observaram-se falhas, principalmente em relação às folgas dos funcionários, que não possuem um padrão exato durante o mês, e na quantidade reduzida de

funcionários. Isso atrasa o atendimento ao cliente, ou até mesmo o esquecimento ou demora no atendimento aos pedidos, causando insatisfação ao cliente.

Portanto, este estudo demonstrou que o restaurante necessita fazer mudanças em sua administração, como a contratação de novos funcionários e a reformulação das folgas, para melhorar a satisfação dos mesmos e, primordialmente, do atendimento aos clientes. Além disso, é importante conhecer a opinião dos clientes acerca do serviço prestado, já que a empresa não possui um sistema de feedback. Seria de grande ajuda também, oferecer cursos de qualificação aos empregados para adquirirem mais conhecimento e terem melhor desempenho profissional.

REFERÊNCIAS

1 LEAL, Daniele. **Crescimento da alimentação fora do domicílio**. 2010 Disponível em: www.unicamp.br/nepa/publicações/san/2010 Acesso em: 07 abril 2015

2 PONTARA, J. O mercado de Food Service e suas rotas ao mercado. **Revista Minas Gourmet**, sete lagoas, minas gerais, v 1, n.2, p. 31, Agosto-Setembro 2014.

3 IBGE. **Censo Demográfico 2010**: Resultados da Amostra – Rendimento » Valor do rendimento nominal médio mensal per capita dos domicílios particulares permanentes. 2010. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/comparamun/compara.php?lang=&lista=uf&coduf=0&idtema=108&codv=V10#>. Acesso em: 21 abr. 2016.

4 YIN, R. K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 3. ed. Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2005.

5 LIPPEL, I. L. **Gestão de custos em restaurantes**: utilização do método ABC. 2002. 185 f. Dissertações (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/83249/192881.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

6 CHALMETA, R. Methodology for customer relationship management. Grupo integracion Y Re-ingenieria de Sistemas (IRIS). Universitat Jaume I. **The Journal of Systems and Software**. Castellon Spain, december 09.2005, 1015-1024. 79, p. 2005.

7 ARAÚJO, A. K. de; ARAÚJO, R. M. de. Inovação de processos: Um estudo no segmento restaurante. **Cultura: Revista cultura e turismo**. Costa Branca, v. 7, n. 03, p.1-21, 20 set. 2013. Mensal. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano7-edicao3/8.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

8 OLIVEIRA, K. de. **Recuperação de serviço no processo de atendimento**: em restaurante estudo de caso. 2002. 91 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande Sul, Porto Alegre, 2002. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1728/000356261.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 14 abr. 2015.

9 NETTO, G. B.; DAMINI, N. R. **O atendimento ao cliente**: como estratégia de sucesso. 2011. 09 f. tese - Curso de Língua Portuguesa, Universidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, 2011. Cap. 14. Disponível em: <<https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-nstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=estrategias de atendimento em restaurantes>>. Acesso em: 07 mai. 2015.

10 VIDRIK, K. N. **Indicadores de qualidade do restaurante universitário da Universidade do Sagrado Coração – Bauru, SP**: Um estudo de caso /Dissertação Klaus Negrão Vidrik. – 2006, 130 p.

11 SIEBENEICHLER, T.; WIENNINGKAMP, D.; RUCHEL, A. P. **A satisfação dos clientes de restaurantes**: avaliação da satisfação e da importância dos atributos. 2007. 39 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração de Empresas, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2007. Cap. 1. Disponível em: <<http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/viewFile/889/1362>>. Acesso em: 1 out. 2015.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Valmir Jacó da Silva e Elizabeth Martins da Silva, pelo amor, confiança e incentivo no que sempre faço.

Ao Prof.º. José Humberto Camêlo, pelos ensinamentos, sugestões e acompanhamento durante o desenvolvimento deste trabalho.

A todos os professores que tive no decorrer do curso, que contribuíram para minha formação acadêmica e aprendizado.

Data de entrega do artigo para a banca: 19/05/2016.

ANEXO A

Questionário sobre a satisfação dos clientes quanto ao atendimento

Idade: _____

- Este questionário tem por objetivo identificar as principais insatisfações dos clientes, quanto ao atendimento;
- Marque, utilizando a escala abaixo, o número que melhor corresponde a sua avaliação quanto a satisfação ao atendimento;
- As repostas serão anônimas e mantidas em sigilo.

1 Ótimo	2 Razoável	3 Ruim
-------------------	----------------------	------------------

Perguntas	Grau de Satisfação		
	1	2	3
1. Espera muito para ser atendido (a)?	1	2	3
2. Velocidade de entrega dos pedidos	1	2	3
3. O ambiente é confortável?	1	2	3
4. A qualidade da alimentação é boa?	1	2	3
5. O cardápio atende sua necessidade?	1	2	3
6. A limpeza do estabelecimento é adequada?	1	2	3
7. O pagamento da conta é rápido?	1	2	3
8. O funcionário é educado e simpático ao atendê-lo (a)?	1	2	3

Sugestões de melhoria no atendimento?

Obrigada pela colaboração!

ANEXOB

Questionário sobre a satisfação dos funcionários quanto ao atendimento

Idade: _____

- Este questionário tem por objetivo identificar pontos críticos nas condições de trabalho dos funcionários que venham a interferir no atendimento ao cliente;
- Marque, utilizando a escala abaixo, o número que melhor corresponde a sua avaliação quanto a satisfação ao atendimento;
- As repostas serão anônimas e mantidas em sigilo.

1 Ótimo	2 Razoável	3 Ruim
-------------------	----------------------	------------------

1. Você está satisfeito com o salário?		1	2	3	
2. Você está satisfeito com a carga horária?		1	2	3	
3. Você se sente pressionado no trabalho?		1	2	3	
4. A quantidade de funcionários é adequada para atender os clientes?		1	2	3	
5. Você se sente bem realizando este trabalho?		1	2	3	
6. Você está satisfeito com as folgas que tem durante a semana?		1	2	3	
7. Você considera que seu trabalho é valorizado na empresa?		1	2	3	
8. Você considera que os clientes ficam satisfeitos com os seus serviços?		1	2	3	

Sugestões de melhoria no atendimento?

Obrigada pela colaboração!