

A IMPLANTAÇÃO DE UM SELO DE QUALIDADE EM RESTAURANTES E SIMILARES DE TOLEDO

Giane Maria Gibbert¹

Gilnéia Grotto²

Josiane Guesser³

Roseli Scherette Dal Piva⁴

GIBBERT, G. M.; GROTTTO, G.; GUESSER, J.; PIVA, R. S. D. A implantação de um selo de qualidade em restaurantes e similares de Toledo, **Rev. Ciên. Empresariais da UNIPAR**, Umarama, v.7, n.1, jan./jun. 2006

RESUMO: Os restaurantes e similares tendem a se tornar cada vez mais importantes como espaços onde as pessoas podem ter serviços, lazer, alimentação, vida social. O fato é que sua evolução vem acontecendo desde muito tempo, e ainda não esta concluída, até porque seria difícil vislumbrar a restauração como algo estático, que não evoluísse em termos de opções, modelos de negócios e tecnologia. Porém o desenvolvimento do setor de restauração não vem sendo acompanhado pelo devido preparo da mão-de-obra, ou seja, em cidades menores como no caso de Toledo, são quase inexistentes os cursos para especialização de garçons e cozinheiras e os treinamentos oferecidos são muito superficiais, não permitindo, dessa forma, um aperfeiçoamento nas devidas funções. A qualificação dos serviços é, pois, condição básica dentro de um processo competitivo que caracteriza a sociedade moderna influenciada pela globalização que impõe o crescimento contínuo da qualidade dos serviços. O setor de restaurante requer uma metodologia adequada ao monitoramento constante da qualidade dos serviços, sendo para isso preciso um conjunto de conhecimento de muitos aspectos, os quais têm grande influência na satisfação do cliente e conseqüentemente, na qualidade percebida do serviço oferecido pelo estabelecimento. O objetivo geral do núcleo setorial de restaurantes é unir as micro e pequenas empresas da área, estimulando assim, um aperfeiçoamento técnico e profissional. Através disso, busca-se melhorar o atendimento ao cliente, a qualidade do produto e aumentar a

¹ Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe pela Unioeste, Campus de Toledo, Pós-graduada em MBA em Gestão Empresarial pela Unipar, Campus de Toledo e Mestranda em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pela Unioeste, Campus de Toledo.

² Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe pela Unioeste, Campus de Toledo, Pós-graduada em MBA em Gestão Empresarial pela Unipar, Campus de Toledo

³ Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe pela Unioeste, Campus de Toledo, Pós-graduada em MBA em Gestão Empresarial pela Unipar, Campus de Toledo

⁴ Licenciada em Letras Português/Inglês pela URI-Campus de Frederico Westphalen – RS, Pós-graduada em MBA em Gestão Empresarial pela Unipar, Campus de Toledo

competitividade das empresas. A implantação do Selo de Qualidade é uma forma de reconhecer os estabelecimentos que oferecem um serviço de excelência e um produto de boa qualidade. Além disso, o Selo pode ser considerado como uma ferramenta gerencial na busca da garantia da qualidade, identificando possíveis lacunas no processo administrativo.

PALAVRAS-CHAVE: Serviços; Restaurantes; Selo de Qualidade.

THE IMPLANTATION OF A QUALITY LABEL FOR RESTAURANTS AND ALIKE IN THE CITY OF TOLEDO

ABSTRACT: Restaurants and alike tend to become more and more important as places where people can have services, leisure, feeding, and social life. Its evolution is been happening for a long time, and it is not already over since it is hard to offer a glimpse of restoration in a static way which would not evolve in terms of options, business-oriented models and technology. However, the development of the restaurant sector has not been followed by the proper training of the workforce, that is, in small cities like Toledo, training courses for waiters and cooks are almost inexistent, as the offered ones are very superficial, what prevents their professional improvement. Service qualification is, therefore, a basic condition inside a competitive process characterizing modern society, influenced by the globalization that imposes an ongoing increase of the quality of the services. The restaurant sector requires proper methodology for the constant observation of the quality of the services, and there is a need for a number of knowledge from many different aspects, which will consequently have a great influence in the customer satisfaction, as in the perceived quality of the service offered. The general objective of the local restaurant bureau is to join micro and small companies in the area, thus stimulating both technical and professional improvement. The improvement of customer service, product quality and the increase of company competitiveness are aimed through that. The implantation of a Quality Label is a way of recognizing the business organization which offers excellent services and good quality. Moreover, the Label may be considered as a management to ensure quality by identifying possible gaps in management procedures.

KEY WORDS: Services; Restaurants; Quality Label.

1 INTRODUÇÃO

Estamos operando em um mercado em que a qualidade dos produtos e dos serviços prestados é decisiva para o sucesso. Para isso é necessário que

se compreenda a definição de serviços e como sua qualidade é percebida pelo cliente.

Sendo o serviço algo intangível, a qualidade poderá ser identificada na satisfação do cliente. Sabe-se que a qualidade não é encontrada em um manual de instruções e sim no próprio esforço de gerar o bem-estar através de uma ação.

Esta pesquisa foi realizada com o intuito de verificar o grau de satisfação dos clientes e analisar a importância do Selo de Qualidade nos restaurantes e similares que participam do Núcleo de Restaurantes de Toledo.

2 DESENVOLVIMENTO

Vários fatores influenciam para o bom andamento dos negócios de um estabelecimento. Em termos de qualidade de serviço e atendimento estão o ambiente; o clima; o conforto das mesas e cadeiras; limpeza e higiene; variedade do cardápio; a aparência geral; o tempo de espera; entre outros que foram abordados na pesquisa.

2.1 Restaurantes e seu gerenciamento

O conceito de restaurante é por sua vez bastante simples, entretanto existem várias abordagens, inclusive em relação às suas classificações e características.

Todo restaurante possui um conceito, do mais simples ao mais sofisticado, pressupõe um público-alvo, um ambiente, um tipo de comida, um tipo de serviço, e diversos aspectos que compõem esse produto restaurante.

Para Fonseca (2000), vários são os motivos que levam as pessoas a buscarem um restaurante e engana-se quem pensa que é só pela alimentação. O status, a relação com os funcionários, o estilo e decoração, a música, o cardápio, os preços, são fatores que influenciam as pessoas no momento de optar por um restaurante.

Em se tratando de restaurante, o empresário eficiente deve estar ligado à globalização, à competitividade, à estabilidade e possuir como características a eficiência, o trabalho, saber lidar com as pessoas, a liderança, o conhecimento, ética e responsabilidade social, ousadia e agilidade, planejamento e visão global (MARICATO, 2001).

Levando em consideração Fonseca (2000, p.139), “a gerência em qualquer empresa pode ser definida como o elemento em um empreendimento que planeja, organiza, define a equipe e controla as etapas do processo, para que o objetivo seja alcançado”

Maricato (2001) complementa que a informação, a educação, o treinamento o foco no cliente e no produto serão elementos imprescindíveis para vencer a concorrência e obter o sucesso.

A cordialidade, o respeito, o profissionalismo e a eficiência são fatores fundamentais na relação entre cliente e equipe.

Além de todos os conhecimentos técnicos necessários para o bom desempenho de um restaurante é preciso enfatizar a importância de um empreendedor com características que conduzem tal negócio ao pleno êxito.

3 QUALIDADE NOS SERVIÇOS

A qualidade nos serviços de atendimento ao cliente é um dos fatores mais importantes em uma empresa de restauração, além de estar totalmente ligada e direcionada ao cliente. O atendimento deve ser impecável, pois o cliente é quem gera a fonte de renda e a sustentabilidade da empresa, e por isso todas as atenções devem ser voltadas a ele.

Para Albretch (1992), qualidade em serviços é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém.

A capacidade de manter os clientes é um fator essencial para os serviços de restaurante, pois esta é a característica que diz que os seus serviços têm qualidade, visto que, conforme Green (1995), a capacidade de retenção do cliente é uma medida fundamental da qualidade do serviço, é claro que os clientes satisfeitos divulgam os bons serviços prestados para a família e para os amigos trazendo novos cliente, e uma vez solidificada, a reputação de um serviço excelente também pode ser usada para este fim.

3.1 Núcleo setorial e o selo de qualidade

O Selo de Qualidade é um produto criado pelo Núcleo Setorial de Restaurantes de Toledo, que é originado do projeto Empreender (projeto que visa o associativismo das micro e pequenas empresas através da organização dos empresários do mesmo setor), em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas), e das CACBs (Confederação das Associações Comerciais e Industriais do Brasil), em Toledo representada pela ACIT (Associação Comercial e Industrial de Toledo).

O objetivo geral do núcleo setorial de restaurantes é unir as micro e pequenas empresas da área, estimulando assim um aperfeiçoamento técnico e profissional de seus cooperadores. Os objetivos específicos são: melhorar o

atendimento ao cliente; melhorar a qualidade do produto; racionalizar custos através de compras em conjunto; discutir problemas buscando soluções; contatar com órgãos de fiscalização; realizar palestras e treinamentos; participar de eventos do setor; aumentar a competitividade das empresas através da cooperação; integrar as empresas do ramo; desenvolver políticas de responsabilidade social.

O núcleo de restaurantes conta com 13 empresas de pequeno e médio porte, dentre elas 9 que já adquiriram o selo de qualidade, que são:

- Café no Bule: Cafeteria. Atua há 7 anos neste setor;
- Casa do Pescado: Restaurante com sistema de buffet e á la carte com produtos a base de derivados do mar. Atua neste setor há 10 anos;
- Golden Chopp: Lanchonete e Choperia. Atua há 7 anos neste setor;
- Pastelaria Jhonys: Lanchonete e pastelaria. Atua há 5 anos neste setor;
- Restaurante Centrão: Restaurante com sistema de buffet e lanchonete. Atua há 6 anos no setor;
- Restaurante Chinatown: Restaurante com sistema de buffet e á la carte, também conta com disk entrega. Atua há 10 anos neste setor;
- Restaurante Filezão: Restaurante com sistema de buffet e atendimento a eventos. Há 5 anos neste setor;
- Restaurante e Pizzaria Sabor Grill: Restaurante com sistema de buffet e rodízio de pizzas. Atende neste setor há 5 anos;
- O Plutão: Lanchonete. Serve á la carte e também disk entrega. Atua há 10 anos neste setor.

3.1.1 O que é o selo de qualidade

De acordo com o Regimento Interno do Núcleo de Restaurantes (2005, p.4), o Selo de Qualidade de Toledo:

É um instrumento oficial de reconhecimento da qualidade do produto oferecido, além da vantagem competitiva no mercado, reconhecendo aqueles já oferecem um serviço de excelência e buscando ajudar aos demais que estejam vislumbrando a importância deste trabalho. Não se trata de fiscalização.

Este Selo surgiu da análise das necessidades de aprimoramento dos seguintes critérios: controle eficaz contra contaminação alimentar; técnicas adequadas de higiene; treinamento de pessoal; acompanhamento de nutricionistas; realização de exames periódicos para funcionários; uniformização; controle de

dedetização e limpeza da caixa de água; atualização da licença Sanitária.

Há ainda a necessidade de adequação da resolução n.º 216 da ANVISA (Agência Nacional da Vigilância Sanitária), pela qual refere-se a um contexto amplo dos procedimentos de manipulação, preparação, armazenagem, exposição, bem como das normas adequadas para as instalações e equipamentos do estabelecimento.

3.1.2 Como funciona o selo de qualidade

A fiscalização é executada pela vigilância sanitária e cada estabelecimento conta com o acompanhamento de um profissional de nutrição para que todos os critérios sejam corretamente aplicados e executados.

Para a aquisição do Selo de Qualidade criou-se uma logomarca que pode ser usufruída de acordo com a conveniência de cada estabelecimento.

O Selo de Qualidade teve sua primeira edição em junho de 2003 e já está passando por sua segunda edição. A renovação deverá ser realizada anualmente. Em cada edição do Selo, haverá a impressão do ano em vigência na logomarca, desta forma, sempre haverá uma completa reavaliação para a aquisição do próximo.

Somente podem obter este selo empresas do ramo de alimentação associadas à ACIT (Associação Comercial e Industrial de Toledo), por um período mínimo de 6 meses e que estiverem de acordo com todas as normas estabelecidas.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

A pesquisa foi realizada na praça de alimentação do Shopping Panambi em Toledo, a qual dá suporte a quatro estabelecimentos que possuem o Selo de Qualidade. Devido à dificuldade de se identificar qual o estabelecimento que estava prestando o serviço, pois o grupo de pessoas sentadas a uma mesma mesa poderia estar sendo atendido por empresas diferentes, buscou-se analisar de forma genérica a qualidade dos serviços prestados naquela praça e não de um estabelecimento específico. Desta forma foram coletados 50 questionários preenchidos.

A avaliação dos serviços prestados é realizada para se ter um feedback de como está a satisfação dos clientes do restaurante, quais são os pontos fortes e fracos, onde deve melhorar, o que manter e o que mudar. Como um restaurante trabalha com um produto tangível (as refeições e bebidas) e outro intangível (sentimentos causados pela prestação do serviço) avaliou-se do ponto de vista

externo do cliente os seguintes pontos:

TABELA 1 – ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS

	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Excelente
Localização	4%	6%	22%	60%	8%
Ambiente	4%	4%	24%	62%	6%
Limpeza e higiene	2%	4%	18%	60%	16%
Tempo de espera	3%	5%	25%	41%	26%
Atendimento dos Garçons	0%	2%	14%	46%	38%
Cardápio	2%	6%	16%	60%	16%
Qualidade dos pratos	2%	2%	12%	60%	24%
Preços	12%	8%	38%	38%	4%
Restaurante	2%	0%	26%	66%	6%

Fonte: Dados da pesquisa.

Localização: 60% consideraram boa a localização, o acesso e o estacionamento do restaurante, no entanto deve-se verificar a acessibilidade, o preço do estacionamento, trânsito em horários de pico e a segurança nos arredores do estabelecimento.

Ambiente: 62% consideraram bom, no entanto alguns entrevistados sugeriram cadeiras apropriadas para obesos.

Limpeza e higiene: 60% consideraram boas, podendo-se aumentar a periodicidade da limpeza dos banheiros.

Tempo de espera: Com relação a este item salienta-se que os gargalos encontram-se no atendimento e entrega do produto.

Serviço de garçom: sugere-se a continuidade dos treinamentos e cursos de aperfeiçoamento para manter e ou melhorar o nível de atendimento.

Cardápio e Qualidade dos pratos: considerados bons por 60%, o que implica em uma necessidade de verificação na variedade dos pratos, sugestões podem ser adquiridas através de pesquisa de opinião.

Preços: 38% consideraram bons e 38% regular, porém este indicador pode ter variações levando-se em consideração o ambiente, localização e a classe econômica de cada cliente.

Restaurante: 66% dos entrevistados consideram no geral o restaurante bom.

Conhecimento do selo: 62% não tinham conhecimento do selo e 38% já haviam ouvido falar do selo. Através destes dados percebe-se que os estabelecimentos têm um diferencial competitivo e não estão aplicando-o adequadamente. Deixa-se como sugestão divulgar a conquista do Selo de Qualidade.

Importância do selo: 78% afirmaram dar importância ao selo de qualidade na

hora de optar por um restaurante e somente 22% disseram que não levam este fator em consideração.

4.1 Perfil dos entrevistados

Em relação as características dos entrevistados observamos o seguinte:

- 46% são do sexo masculino e 54% são do sexo feminino;
- 4% têm menos de 18 anos, 18% têm entre 18 e 25 anos, 48% têm entre 26 e 40 anos e 12% têm entre 41 e 60 anos;
- Em relação à renda familiar: 6% recebem até R\$ 500,00, 38% recebem entre R\$ 501,00 e R\$ 1.500,00, 32% recebem entre R\$ 1.501,00 e R\$ 3.000,00 e 24% recebem mais de R\$ 3.000,00.
- Quanto ao grau de escolaridade: 2% possuem ensino fundamental, 22% possuem ensino médio, 32% possuem ensino superior incompleto, 26% possuem ensino superior completo e 18% são pós graduados.
- Além disso, questionou-se com que frequência vão a um restaurante: 2% disseram raramente, 14% freqüentam mensalmente, 56% vão semanalmente e 14% freqüentam diariamente.

5 CONCLUSÃO

Num mercado altamente competitivo gerir a qualidade com êxito em todas as suas dimensões torna-se um fator decisivo para desenvolver um diferencial que agregue valor ao serviço/produto e que conquiste o cliente.

É importante notar que a constante busca pela qualidade(e sua manutenção) tem como foco principal o cliente, que precisa ter suas necessidades atendidas e suas expectativas superadas.

Analisamos que a implantação do Selo de Qualidade, veio suprir as necessidades dos clientes e aumentando a competitividade das empresas que possuem o mesmo. Desta forma o Selo pode ser considerado como uma ferramenta gerencial na busca da qualidade identificando possíveis lacunas no processo administrativo.

6 REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços**. São Paulo: Pioneira, 1992.

BRASIL. Ministério da saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução-RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, n.179, 16 set. 2004. p. 25.

FONSECA, M. T. **Tecnologias gerenciais de restaurantes**. São Paulo: SENAC, 2000.

GREEN, C. **Os caminhos da qualidade**: como vencer os desafios da economia global. São Paulo: Makroon Books; SENAC, 1995

MARICATO, P. **Como montar e administrar bares e restaurantes**. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

NÚCLEO de restaurantes. Regimento Interno. Toledo, 2005, 5 p.

UNIVERSIDADE PARANAENSE

QUEM QUER SER CIENTISTA LEVANTE O BRAÇO



ESTIMULE SUA CRIATIVIDADE E SENSO CRÍTICO

Através do Programa de Iniciação Científica - PIC, você participa de projetos de pesquisa coordenados por pesquisadores mestres e doutores da Unipar. Além de muito conhecimento e experiência você ainda pode receber uma bolsa auxílio através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC.

INFORMAÇÕES:

Diretoria Executiva de Gestão
da Pesquisa Institucional
Fone/Fax: (44) 3621-2849
e-mail: ipeac@unipar.br
www.unipar.br



PIBIC

