

# MÉTODO DE GESTÃO BASEADO EM INDICADORES VISANDO A AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO PRESTADO NO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ.

**Iasmin Alexandrino de Miranda (UFC)**

iasminalexandrino.ia@gmail.com

**thayanne alves ferreira (UFSC)**

thayanne.eng@gmail.com

**MAXWEEL VERAS RODRIGUES (UFC)**

maxweelveras@gmail.com

**Alan Rodrigues (UFSC)**

alangrb@hotmail.com



*Este estudo tem como objetivo definir um método de gestão de indicadores visando a avaliação do nível percebido de qualidade do serviço prestado pelo Restaurante Universitário da Universidade Federal do Ceará. Utilizou-se da metodologia do modelo de avaliação segundo a percepção de clientes (SERVPERF), para mensurar e avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo RU. A aplicação do instrumento feita junto aos comensais do RU possibilitou a obtenção de dados que foram analisados e serviram de base para a definição de um método visando a melhoria do serviço. A partir da análise, os dados estatísticos foram divididos e os itens considerados de maior prioridade crítica foram separados de acordo com a análise de quartis, com isso formando indicadores. A metodologia pode ser utilizada em diversas áreas e organizações com o objetivo de oferecer serviço e produtos de qualidade.*

*Palavras-chave: Restaurante, qualidade, serviços, satisfação*

## 1. Introdução

Os clientes estão mais exigentes e conscientes, buscando excelência no produto ou serviço que está adquirindo. Las Casas, 2007, afirma que excelências nos serviços ao cliente é o conjunto de atividades desenvolvidas por uma organização como orientação ao mercado, direcionadas a identificar as necessidades dos clientes, procurando atender suas expectativas, criando ou aumentando seu nível de satisfação.

Diante disso, Paladini et al (2012) declara que qualidade do serviço é igual ao serviço percebido menos os serviços esperados. Ou seja, a empresa tanto pode surpreender oferecendo um serviço além do esperado pelo cliente, como pode frustrá-lo com o serviço percebido inferior ao esperado pelo cliente.

Para Paladini et al (2012) há sempre necessidades de definir formas de medir a qualidade. Portanto, a gestão de indicadores é um método de avaliação a ser estudado para a utilização no estudo para avaliando assim o nível de serviço e facilitando a correção de possíveis erros.

Tratando-se de serviços prestados em restaurantes comerciais, a qualidade é percebida desde a chegada do cliente ao local até sua saída. A afirmativa aplica-se também aos serviços de restaurantes universitários, que abrangem não só o público estudante, mas também servidores e terceirizados da universidade.

Ainda, nesse ambiente, o público percebe com rapidez o serviço bem prestado, ou não, porque as pessoas que frequentam o RU são principalmente universitários e têm um nível de conhecimento mais elevado e são conhecedores de seus direitos.

Nesse contexto surge o seguinte questionamento: Como definir um método de gestão de indicadores visando à avaliação do nível de qualidade de serviço prestado pelo RU de uma IFES?

## 2. Referencial teórico

### 2.1 Definição de um indicador

Quando se trata da definição de indicadores da qualidade de serviços, emprega-se indicadores da qualidade subjetivos. Para Freitas (2005), esses indicadores estão intimamente

relacionados com a avaliação da qualidade de serviços através da captação de grau de satisfação dos clientes. Cortesia, credibilidade e segurança são exemplos destes indicadores.

Uma vez estabelecidos os critérios e indicadores da qualidade, deve-se agrupá-los em um instrumento de avaliação, como por exemplo em um questionário de pesquisa.

Para aplicação de um indicador faz-se necessário, segundo Paladini et al (2012), a utilização de quatro aspectos básicos: objetivo, justificativa, ambiente e padrão.

Por fim, fica claro que a concepção e a utilização prática dos indicadores permitiram tratar a avaliação da qualidade de modo amplo, ou seja, no contexto da Gestão da Qualidade, e por consequência, na da gestão da organização como um todo. Além disso, os indicadores determinaram um novo escopo para a própria avaliação da qualidade, mostrando que pode ser desenvolvida por meio de métodos objetivos, isto é, que possuam base quantitativa.

## **2.2. Gestão de Serviços.**

Kotler; Armstrong (2007) apud Moura et al (2013), afirmam que a intangibilidade dos serviços significa que eles não podem ser provados, sentidos, vistos, ouvidos ou até mesmo cheirados antes da compra.

O serviço mantém características próprias que se diferenciam das observadas nos produtos ou bens de consumo, por isso é importante delinear essas qualificações por eles apresentadas para que haja um perfeito entendimento, principalmente, no momento de elaborar estratégias relacionadas a sua comercialização.

Segundo a NBR ISO 9004-2, serviço é o resultado gerado na interface entre fornecedor e cliente e por atividades internas do fornecedor para atender as necessidades do cliente. Conforme Las Casas (2008), o serviço é intangível, inseparável e simultâneo.

### **2.2.1. Dimensões da qualidade de serviço**

Manter um cliente fiel a uma empresa não é tarefa fácil e requer investimento. Uma empresa voltada ao cliente passa por grandes desafios. Segundo Albrecht (1992, p. 3) apud Las Casas (2008), “fazer com que uma organização realmente se preocupe com o cliente é um desafio

muito grande (...) Não é barato ou fácil e não se consegue sem muito esforço. Não é uma solução fácil e simples.”

O serviço depende de pessoas, acontecendo em um processo simultâneo. Dependendo do modo a se prestar o serviço, o cliente pode se tornar satisfeito ou não, variando de acordo com a qualidade oferecida.

A qualidade dos serviços é primordial para conquistar e manter um cliente e podem ser avaliadas devido ao crescimento das exigências dos consumidores. O cliente é quem avalia e define a qualidade com base em suas necessidades, desejos e expectativas ao longo do contato com o serviço oferecido.

### **2.3 Classificação do Restaurante Universitário**

Se alimentar fora de casa passou a ser questão de necessidade para quem trabalha fora e para estudantes, principalmente os universitários. Podemos considerar o serviço de alimentação de fora do lar de terceirização dos serviços familiares, o que vem se tornando tendência desde que a mulher passou a compor o mercado de trabalho, deixando suas atividades de lar.

Diante disso faz-se necessário um local próximo às empresas e universidades para a alimentação diária.

Certo disso e da importância da saúde na alimentação do trabalhador o governo constituiu uma lei que regulamentam isso na empresa. De acordo com Vidrik (2006) apud Proença(1997, p.88),

[...] No governo Vargas instituiu a obrigatoriedade das empresas com mais de 500 empregados instalarem o refeitório(Decreto-Lei N° 1228, 02.05.39) e cria o SAPSQ/ Serviço de Alimentação da Previdência Social).

Para a educação, o Ministério da Educação e Cultura – MEC (1984) determinou que, os estudantes deveriam ter também uma alimentação balanceada que pudesse lhes dar condições fisiológicas e psíquicas de manterem seus estudos. Portanto, na década de 50, segundo Vidrik (2006), a Universidade do Brasil no Rio de Janeiro, iniciou o trabalho do primeiro Restaurante Universitário (RU).

Diante do exposto, o Restaurante Universitário trabalha com um serviço de refeição coletiva, ou seja, oferece alimentação para um grande número de pessoas.

Os alunos e profissionais das universidades, geralmente passam o dia no local de estudo, têm seu tempo bastante corrido entre uma atividade e outra.

Portanto, os restaurantes universitários devem trabalhar para atender as necessidades de seus clientes, satisfazendo-os no que diz respeito a qualidade da refeição, bem como os serviços prestados.

### 3 Metodologia

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa com abordagem quantitativa, realizada através de questionários aplicados a uma amostra de usuários do Restaurante Universitário de uma IFES. Conforme Oliveira (2001), essa abordagem significa quantificar opiniões, dados, na forma de coletas de informações, além de utilizar de recursos e técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas.

Quanto ao objetivo, a pesquisa consiste em um estudo descritivo, uma vez que tratou de descrever o nível de qualidade dos serviços do RU de uma IFES, havendo o interesse sobre as características de determinada população, além de utilizar a técnica de coleta de dados.

A pesquisa caracteriza-se também como aplicada, conforme Ganga (2012) ao dizer que a pesquisa aplicada gera conhecimentos para a aplicação prática, dirigidos a solução de problemas específicos.

Quanto aos métodos, adotou-se o estudo de casos e a pesquisa bibliográfica. De acordo com Gil (2008, p.57 e 58) estudo de caso trata de uma análise ampla e rigorosa de um ou poucos objetos, de maneira que possibilite a constituição de seu minucioso e amplo conhecimento com os propósitos de explorar situações do cotidiano cujos limites não estão claramente definidos e também descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação.

Os dados foram levantados através de três etapas. Primeiramente obteve-se contato com o responsável pelos RU's, que apresentou o funcionamento do restaurante e disponibilizou dados para a pesquisa. Na segunda etapa, realizou-se a pesquisa bibliográfica através de

materiais disponíveis em rede e livros, por fim, aplicou-se o questionário in loco e via internet.

#### 4. Estudo de caso

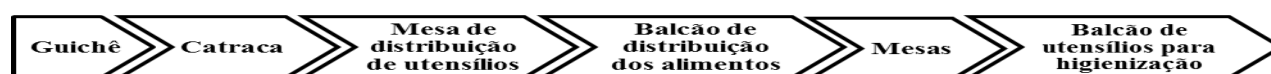
O complexo do Restaurante Universitário, que tem capacidade para em pleno funcionamento atender 3.000 comensais/dia, localiza-se em um amplo espaço físico no Campus do Pici, que abriga o restaurante e o refeitório. No Campus do Benfica, o RU abriga refeitório e tem a capacidade de atender aproximadamente 1800 comensais/dia, e, no Campus do Porangabussu, que é o mais recente RU, tem a capacidade de atender aproximadamente 1000 comensais/dia, esse é composto apenas por refeitório.

O restaurante universitário oferece refeições a baixo custo, atendendo à necessidade do público que necessita da otimização de tempo e dinheiro.

A UFC disponibiliza refeitórios sem área de produção, as preparações são fornecidas por empresa terceirizada que são entregues nos três RU's e passam por um controle de qualidade ao chegar. Os serviços operacionais e gerais no RU também são prestados por empresas terceirizadas.

Pode-se observar melhor a prestação do serviço na figura a seguir.

Figura 1– Processo do serviço de alimentação.



FONTE: Pesquisador e Nutricionista do RU.

A população em estudo é definida a partir dos usuários do Restaurante Universitário, dentre eles estudantes da universidade, servidores técnicos administrativos e docentes e terceirizados. De uma amostra de 274 (duzentos e setenta e quatro) respondentes, 94,16% é composta por alunos, 1,09% é composta por alunos residentes, 2,92% dos respondentes são docentes e 1,92% são técnicos administrativos. Observando-se que não houve respondentes de cargos terceirizados.

Figura 2: Perfil do pesquisado

Perfil do Pesquisado		
COMENSAL	FREQUÊNCIA	%
<b>Aluno</b>	258	<b>94,16</b>
<b>Alunos Residentes</b>	3	<b>1,09</b>
<b>Docente</b>	8	<b>2,92</b>
<b>Técnico Administrativo</b>	5	<b>1,82</b>
<b>GÊNERO</b>		
<b>MASCULINO</b>	130	<b>47,45</b>
<b>FEMININO</b>	144	<b>52,55</b>
<b>FAIXA ETÁRIA (idade Anos)</b>		
<b>&lt;20</b>	74	<b>27,01</b>
<b>20 a 29</b>	178	<b>64,96</b>
<b>30 a 39</b>	17	<b>6,20</b>
<b>40 a 49</b>	3	<b>1,09</b>
<b>&gt;50</b>	2	<b>0,73</b>
<b>ESTADO CIVIL</b>		
<b>Casados</b>	19	<b>6,93</b>
<b>Solteiros</b>	255	<b>93,07</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>274</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaboração Própria

Diante da análise dos resultados obtidos, pode-se concluir o perfil do usuário do Restaurante Universitário, onde a predominância é de 52,55% dos entrevistados são do sexo feminino e 47,45% são do sexo masculino. A faixa etária predominante com 64,96% foi a de 20 a 29 anos. Por fim, o estado civil que predominou foi o solteiro com 93,07%.

De acordo com estudo, foi elaborado um questionário SERVPERF composto por 31 questões divididas em sete blocos, sendo o primeiro bloco direcionado ao perfil do pesquisado com quatro itens. A partir do segundo bloco as questões foram elaboradas de acordo com as dimensões da qualidade, onde no segundo bloco refere-se aos aspectos tangíveis com 4 itens, o terceiro bloco representa a confiabilidade/credibilidade com três itens.

O quarto bloco aborda o atendimento/presteza, contendo cinco itens. No quinto bloco está o cardápio e as características das preparações, sendo dividido por seis itens. O sexto bloco aborda a empatia dos funcionários em quatro itens e por fim no último bloco há três itens referindo-se ao acesso ao restaurante.

As notas são atribuídas de acordo com a escala Likert, onde os entrevistados terão de indicar o grau de concordância ou discordância através de notas de 1 (um) a 5 (cinco) com relação à dimensão da qualidade a ser medida.

A técnica de amostragem utilizada foi amostragem não probabilística, ou seja, “Os modelos não probabilísticos não aceitam a análise objetiva da variabilidade da amostra. (BRUNI, 2007, p. 176).

Dentre os métodos aplicados para seleção de amostras não probabilística, o trabalho se encaixa na seleção por amostragem acidental ou por conveniência que segundo Bruni (2007), os elementos da amostra são escolhidos por serem os mais acessíveis ou fáceis de ser estudados.

Com o intuito de medir a confiabilidade de cada dimensão do formulário, utilizou-se o Coeficiente de Cronbach que segundo Hora et al (2010), foi apresentado por Lee J. Cronbach, em 1951, como uma forma de estimar a confiabilidade de um questionário aplicado em uma pesquisa. O alfa mede a correlação entre respostas em um questionário através da análise do perfil das respostas dadas pelos respondentes. Trata-se de uma correlação média entre perguntas. Freitas et al (2008) apud Malhotra (2007) afirmam que, valores de alfa menores ou iguais a 0,6 geralmente indicam confiabilidade de consistência interna insatisfatória.

A partir dos alfas calculados nas dimensões do presente trabalho, pode-se observar que os valores de alfa deram acima de 0,75, parâmetro considerado confiável, exceto na dimensão acesso, que teve valor de alfa igual a 0,57, ou seja, parâmetro considerado de baixa confiabilidade. A quantidade de itens pode ser insatisfatória para que o nível de confiabilidade da dimensão “Acesso” seja considerado confiável.

Calculando o alfa geral, pôde-se chegar a um alfa igual a 0,9330, o que quer dizer que o a confiabilidade do questionário da pesquisa apresenta-se confiável.

A metodologia utilizada no trabalho para a avaliação da qualidade no Restaurante Universitário é fundamentada no modelo SERVPERF considerando as dimensões do modelo SERVQUAL. No modelo utiliza-se a escala Likert de 7 pontos, adaptada para 5 pontos, cujos extremos são definidos pelos conceitos excelente e péssimo, assim a maior média que pode ser obtida é 5. O processamento dos dados e o cálculo das médias, assim como outros



cálculos, foram realizados em planilha eletrônica e software próprio para cálculo e tratamento estatístico de dados.

#### 4.1 Descrição da qualidade do serviço

A tabela ilustra o valor médio da qualidade do serviço percebido dos Restaurantes Universitários em seus 25 itens. O item melhor avaliado, segundo a percepção dos clientes do RU, foi o Preço com média de 4,29 que se enquadra em um nível positivo de concordância se encaixando entre o ótimo e o excelente.

Pode-se afirmar que esse é um item de grande importância já que um dos objetivos do RU é fornecer refeições a um baixo custo. A partir dessa percepção, pode-se dizer que o RU está atendendo seus objetivos e atingindo o nível de qualidade pretendido para esse indicador.

Figura 3 - Média de notas e por dimensão

DIMENSÃO	Itens avaliados por Dimensão	Notas Médias	Média
Tangibilidade de	Arranjo físico	3,19	3,03
	Higiene de Materiais (Talheres, pratos, bandejas, outros).	2,96	
	Higiene do restaurante (Salão, piso, mesas, cadeiras)	3,09	
	Iluminação e ventilação	2,87	
Confiabilidade/adequação/credibilidade de	Execução do serviço	3,06	2,85
	Capacidade de tirar dúvidas	2,39	
	Qualificação da equipe	3,09	
Atendimento/Presteza	Boa vontade para prestar o serviço;	2,92	3,08
	Percepção das necessidades dos clientes	2,62	
	Rapidez	2,65	
	Pontualidade no horário de atendimento	3,49	
	Higiene pessoal dos atendentes	3,74	
Cardápio e características das preparações	Certeza de que a composição dos alimentos é de acordo com as especificações profissionais para garantir sua saúde.	3,00	3,18
	Variedade do cardápio	2,84	
	Porção	3,26	
	Apresentação das preparações	2,82	
	Sabor das preparações	2,8	
	Temperatura das preparações	3,28	
Empatia dos funcionários	Preço	4,29	3,12
	Respeito	3,22	
	Comunicação	2,99	
Acesso	Atitude Amigável dos funcionários	3,16	3,54
	Facilidade de acesso ao restaurante	3,13	
	Linguagem Adequada	3,55	
	Proximidade do local de trabalho/estudo	3,93	

---

**Indicador  
SERVPERF**

---

**3,13**

---

Fonte: Elaboração Própria

O segundo melhor item avaliado está relacionado a proximidade do local de trabalho/estudo, o item teve média de notas de 3,93, que se encontra entre o bom e o ótimo, sendo um nível positivo de concordância. Ainda enquadrando-se em um nível positivo de concordância entre bom e ótimo, pode-se afirmar que a higiene pessoal dos atendentes foi percebida de forma positiva.

Sendo assim, mais uma vez o RU cumpre com outro de seus objetivos quando pretende otimizar tempo em deslocamento. Ainda, cumpre com o dever de manter a higienização de seus funcionários, já que o item higiene pessoal dos atendentes atingiu média de notas 3,74, item importante quando se trata de atendimento ao público, principalmente quando se trata de manusear alimentos.

O quarto item que se pode avaliar como um item que se encontra em um bom nível de concordância é a Linguagem Adequada, já que obteve média de notas de 3,55. Ponto de grande relevância quando se trata de atendimento ao público. Uma boa linguagem e com termos de fácil entendimento satisfaz o cliente, quando o faz entender o que se quer dizer e ainda otimiza o tempo de ambos evitando explicações desnecessárias de termos talvez desconhecidos ou palavras não bem colocadas.

Os demais itens com média acima de 3, enquadram-se numa avaliação positiva mediana sobre seus níveis de qualidade, esses itens tratam sobre o arranjo físico, a higiene do restaurante, a execução do serviço, a qualificação da equipe, a pontualidade no horário de atendimento, a certeza de que a composição do alimentos é de acordo com as especificações profissionais para garantir sua saúde, a porção, a temperatura das preparações, o respeito, a atitude amigável e a facilidade de acesso.

Dos 25 itens que avaliam a qualidade do serviço, 10 obtiveram valor médio entre 2 e 3, representando uma avaliação negativa da qualidade. O item que recebeu a pior avaliação foi o que se refere à Capacidade de tirar dúvidas com média igual a 2,39. Contudo, vale ressaltar existem dúvidas que só mesmo a nutricionista pode tirar. A segunda menor média equivale ao item percepção das necessidades dos clientes, com valor médio de 2,62. Uma concordância

negativa, pois a partir da percepção das necessidades o restaurante pode trabalhar para uma melhor satisfação do cliente.

De forma geral, a qualidade dos serviços dos RU's recebeu média igual a 3,13, o que equivale a uma percepção positiva da qualidade, num nível mediano. Portanto, observa-se que os RU's da IFES em estudo oferecem boa qualidade em seu serviço, porém possuem margem considerável de melhoria para esse índice.

Fazendo uma análise das dimensões utilizadas para o trabalho, percebe-se que a dimensão da qualidade de serviço que apresentou índice mais elevado foi a dimensão que se refere ao acesso, com média de 3,54. Esse resultado torna-se incerto, devido ao valor de alfa ser igual a 0,57, tornando assim um parâmetro de baixa confiabilidade, já que quanto mais afastado de 1 menor seu índice de confiabilidade.

Sendo assim, a dimensão Cardápio e Características das preparações torna-se a dimensão de maior média com 3,18 e mais confiável que a dimensão acesso, já que seu alfa é 0,84, assim sendo mais próximo de 1.

A dimensão Empatia, com valor médio correspondente a 3,12, pode ser considerada a segunda dimensão com melhor avaliação atribuída, o item de melhor valor percebido foi o Respeito, com média de 3,22.

As dimensões Tangibilidade e Atendimento/Presteza com médias 3,03 e 3,08 respectivamente, ainda com valores superiores a 3 se enquadram com um nível de qualidade positivo razoável.

O valor mais baixo foi atribuído a dimensão confiança e credibilidade com média percebida de 2,85. Essa média deve-se as baixas notas e médias de notas atribuídas aos itens que compõem a dimensão.

Figura 4 – Indicadores da Qualidade

ITEM	OBJETIVOS	INDICADORES	METAS
I6 - Capacidade de tirar Dúvidas; I9 - Percepção das necessidades dos clientes.	Diminuir o índice de insatisfação do cliente; Aumentar o índice de funcionários capacitados.	Percentual de avaliação péssimo + ruim. Percentual de funcionários capacitados.	Inferior a 21%; 100% de funcionários capacitados para tirar dúvidas e perceber as necessidades dos clientes.
I10 - Rapidez	Diminuir o tempo de espera nas filas.	Nº de atendimentos por hora / Nº de atendimentos Total	Diminuir em 50% o tempo de espera em filas.
I16 - Apresentação das preparações	Aumentar o índice de funcionários capacitados para servir.	Nº de funcionários específicos / Nº de funcionários Total	100% dos profissionais específicos, para servir as preparações, capacitados.
I17 - Sabor das preparações	Aumentar o índice de satisfação em relação ao sabor das preparações.	Percentual de satisfação atribuído ao sabor das preparações.	Índice de satisfação superior a 80%

Fonte: Elaboração Própria

A partir da análise da prioridade crítica, formularam-se indicadores para os itens contidos no primeiro quartil, que requerem prioridade. Na figura 4, podem-se observar os itens de maior prioridade crítica seguidos dos objetivos, indicadores e metas.

Além das questões fechadas, o questionário continha um espaço para observações e sugestões, houve reclamações sobre o atendimento e o alto índice de desperdício de alimento, item de grande importância para a gestão do restaurante e a percepção da qualidade no serviço.

Os respondentes que fizeram a observação do desperdício de alimentos sugeriram que os próprios comensais se servissem, uma vez que quem serve são os funcionários do RU, não sabendo o quanto cada comensal suporta comer.

Apesar do item não está no questionário de pesquisa, e não ter como avaliar, ainda pôde-se formar um indicador visando à diminuição do desperdício de alimento.

O indicador pode ser medido através da pesagem dos alimentos, pois no ponto de recebimento o alimento passa pelo processo de pesagem com o resultado anotado em planilha, fazendo o mesmo processo de pesagem com o lixo orgânico que refere-se a restos e sobras de alimentos, pode-se dividir a quantidade de restos e sobras de alimentos pela quantidade total pesada no início do processo, assim obtendo-se o percentual de desperdício de alimentos, com isso buscar meios de diminuir o desperdício.

## 5. CONCLUSÃO

O estudo foi realizado com o objetivo de definir um método baseado na gestão de indicadores para mensurar o nível de qualidade dos serviços do RU e propor melhorias para os itens de maior prioridade crítica, o objetivo foi alcançado visto que após a análise de dados, pode-se definir indicadores e apresentar o plano de ação para eles.

Posterior a análise dos dados, o objetivo de identificar a percepção dos clientes em relação à qualidade do serviço na unidade em estudo foi alcançado após a divisão por médias em que se puderam perceber os itens com menores médias e com qualidade percebida menor.

Para tanto, definiu-se um indicador com o objetivo de diminuir o índice de insatisfação do cliente e aumentar o índice de funcionários capacitados. Elaborou-se também um plano de ação, discutindo como atingir as metas definidas para o indicador.

Tiveram médias de notas baixas os itens “Sabor das preparações” e “Apresentação das preparações”. Para esses também foram definidos indicadores com ações no plano de ação.

Pode-se definir que o RU, apesar de algumas médias baixas, foi bem avaliado. Ainda há muito o que ser melhorado, porém os pontos de maior prioridade foram definidos ao longo das análises, podendo então serem solucionados os problemas mais críticos e depois os de menor criticidade.

A realização da pesquisa pôde avaliar a percepção e conseqüentemente a satisfação dos clientes do Restaurante Universitário, além de apresentar a importância das dimensões da qualidade do serviço oferecido pelo RU, permitindo assim que os comensais possam avaliar e auxiliar o gestor na melhoria da qualidade, possibilitando também o aprimoramento do serviço como forma de satisfazer seus clientes

## REFERÊNCIAS

FREITAS, André Luís P.; CONZENDEY, Manaara Iack. Um modelo SERVPERE para a avaliação de serviços hospitalares. In: XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, RJ, 2008.

GANGA, Gilberto Miller Devós. Trabalho de Conclusão de curso (TCC) na engenharia de produção: uma guia prática de conteúdo e forma. São Paulo: Atlas, 2012.

FACHIN, G. R. B., GARCEZ, E. M., & ANDRADE JR, P. P. (2000). Indicadores de qualidade em restaurantes: um estudo de caso In: Revista de Ciências da Administração, Florianópolis, 2(1), 29-38.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisas. 5 ed. São Paulo: Atlas 2010.

HORA, Henrique Rego Monteiro; MONTEIRO, Gina Torres Rego; ARICA, José. Confiabilidade em questionário para a qualidade: Um estudo com o coeficiente Alfa de Cronbach. In: produção, vol.11, n.2, p.85-103, 2010.

LAS CASA, Alexandre Luzzi. Excelência em atendimento ao cliente. Atendimento e serviço ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo. 1ª Ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2012.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Qualidade total em serviços. Conceitos, exercícios, casos práticos. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LIPPEL, Isabela Laginski. Gestão de cursos em restaurantes, utilização do método ABC. 2002. 185p. Dissertação de mestrado- Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

PAKES, Paulo Renato et al. Adaptação do SERVQUAL para mensuração da qualidade em um restaurante Self-Service: Estudo de caso. In:XXII Encontro de Engenharia de Produção. Bento Gonçalves, RS, 2012.

PALADINE, E.P; BOUER, G.; FERREIRA, J.J.A; CARVALHO, M.M.; MIGUEL, P.A.C.; SAMOBYL, R.W. ROTONDARO, R.G. Gestão da qualidade. Teoria e Casos. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da Qualidade: Teoria e Prática. 2ed. São Paulo: Atlas 2006.

SALOMI, Gilberto Gabriel Eid; Miguel, Paulo Augusto C.; ABACKERLI, Álvaro José. SERVQUAL X SERVPERF: comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. In: Gestão e Produção, 2005. Vol, n.2, p.279-293.

SILVA, Leilianne Michelle T. da; MEDEIROS, Carlos Alberto F.; COSTA, Benny Kramer. Qualidade dos Serviços Turísticos: Uma Aplicação do Modelo SERVPERF em Restaurantes de Natal/ RN. In:VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. 12p. São Paulo, 2009.

SILVA, Rodrigo Cândido da. Uma proposta de aplicação de indicadores de qualidade e controle Estatístico em busca da Melhoria Contínua. 2009. 105p. Monografia-Faculdade de Tecnologia da Zona Leste, São Paulo.

SILVA, Sergio Donizete da. Restaurantes: Estudo sobre aproveitamento da matéria-prima e impactos das sobras no meio ambiente. 2008. 64p. Tese de Mestrado- Universidade de Taubaté, São Paulo.

THIOHENT, Michel. Pesquisas-ação nas organizações. São Paulo: Atlas, 1997.

VIDRIK, Klaus Negrão. Indicadores da Qualidade do Restaurante universitário da Universidade do Sagrado Coração- Bauru, SP: Um estudo de caso, 2006. 132p. Tese de Mestrado- Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.