

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DOS FUNCIONÁRIOS, DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES E DO RESTO-INGESTA DE UM RESTAURANTE COMERCIAL DO MUNICÍPIO DE TAQUARI-RS

João Arthur dos Reis Nunes<sup>1</sup>, Patricia Fassina Cé<sup>2</sup>

**Resumo:** A qualidade do serviço prestado é essencial para o sucesso das empresas, pois representa uma vantagem competitiva de difícil replicação. Este estudo objetivou avaliar o desempenho dos funcionários, a satisfação dos clientes e o resto-ingesta de um restaurante comercial do município de Taquari, Rio Grande do Sul. Trata-se de um estudo de corte transversal, quantitativo e descritivo, realizado entre setembro e novembro de 2023. Foram coletados dados sobre o desempenho dos funcionários, satisfação dos clientes e resto-ingesta. A avaliação de desempenho foi realizada com um questionário contendo nove perguntas fechadas, distribuídas em três blocos: preparo e qualificação, características comportamentais e trabalho em equipe, pontuadas de 1 a 10, conforme Bezerra *et al.* (2021). A satisfação dos clientes foi mensurada por um questionário com nove perguntas em escala Likert (1 a 5), uma questão *Net Promoter Score* (NPS) (0 a 10) e duas perguntas abertas sobre sugestões e fonte de conhecimento do restaurante. A mensuração do resto-ingesta considerou a coleta dos alimentos não consumidos pelos clientes, sendo avaliado com base na média aceitável de 25 g por comensal. Os dados foram analisados através de testes estatísticos, sendo os resultados considerados significativos a um nível de significância máximo de 5% ( $p \leq 0,05$ ). Os resultados se mostraram positivos no desempenho da equipe de trabalho, na satisfação dos clientes e no controle de desperdícios pelos clientes do local. O estudo possibilitou compreender a relação entre os indicadores avaliados para subsidiar melhorias na gestão do serviço e na experiência dos clientes nos restaurantes comerciais.

**Palavras-chave:** alimentos; organização e administração; restaurantes.

**Abstract:** The quality of the service provided is essential for the success of companies, as it represents a competitive advantage that is difficult to replicate. This study aimed to evaluate employee performance, customer satisfaction, and leftovers in a commercial restaurant in the city of Taquari, Rio Grande do Sul. This is a cross-

---

1 Acadêmico do Curso de Nutrição. Universidade do Vale do Taquari - Univates.

2 Nutricionista. Doutora em Biotecnologia. Docente do Curso de Nutrição. Universidade do Vale do Taquari - Univates.

sectional, quantitative, and descriptive study carried out between September and November 2023. Data on employee performance, customer satisfaction, and leftovers were collected. The performance evaluation was carried out with a questionnaire containing nine closed-ended questions, distributed in three blocks: preparation and qualification, behavioral characteristics, and teamwork, scored from 1 to 10, according to Bezerra *et al.* (2021). Customer satisfaction was measured by a questionnaire with nine questions on a Likert scale (1 to 5), one Net Promoter Score (NPS) question (0 to 10), and two open-ended questions about suggestions and the restaurant's source of knowledge. The measurement of leftover intake considered the collection of food not consumed by customers, and was assessed based on an acceptable average of 25 g per diner. The data were analyzed through statistical tests, and the results were considered significant at a maximum significance level of 5% ( $p \leq 0.05$ ). The results were positive in terms of team performance, customer satisfaction and waste control by customers at the location. The study made it possible to understand the relationship between the indicators evaluated to support improvements in service management and customer experience in commercial restaurants.

**Keywords:** food; organization and management; restaurants.

## 1 INTRODUÇÃO

Os serviços em geral, incluindo também aqueles de alimentação, possuem uma parcela de contribuição na melhoria da qualidade de vida e bem-estar das pessoas (Steppacher, 2018). A qualidade do serviço oferecido dentro das empresas é considerada fator determinante para o seu sucesso, pois esse é um dos aspectos mais difíceis de ser imitado pela concorrência, constituindo a base de uma vantagem competitiva (Carrasco *et al.*, 2017).

Em um cenário cada vez mais competitivo, onde pequenos detalhes fazem toda a diferença, as empresas necessitam cada vez mais de informações precisas para embasar suas decisões (Blonkoski; Antonelli; Bortoluzzi, 2017). A falta de compreensão gerencial por parte dos gestores pode ser a causa da subutilização dessas informações no processo decisório, tornando necessário que realizem análises adequadas das informações, com consequente adaptação dos profissionais frente às diferentes situações (Aquino; Lima Filho, 2021).

Portanto, o monitoramento do desempenho dos funcionários é um fator importante para se manter no mercado competitivo, pois permite que a empresa esteja um passo à frente de seus concorrentes, possibilitando que ações deficitárias sejam identificadas no momento certo. Isso ocorre perante a necessidade de verificar se as atividades executadas estão tendo os resultados desejados (Schellinck; Brooks, 2016).

Desta forma, o processo avaliativo adquire relevância no cenário atual, considerando a sua influência em decisões para que os funcionários continuem trabalhando por mais tempo em uma mesma empresa, assim como para o seu desempenho futuro (Ghauri, 2018). Desde os tempos antigos, a qualidade do produto final sempre esteve diretamente ligada à responsabilidade e ao cuidado do trabalhador durante a prestação de seus serviços, evidenciando que

o comprometimento individual impacta significativamente na excelência do resultado entregue ao consumidor (Silva; Silva, 2014).

Nesse contexto, a qualidade na prestação de serviços possui um grande papel dentro de empresas e que, devido a competitividade para consolidar uma empresa, não basta apenas reconhecimento de mercado, mas sim a utilização de métodos que avaliem os resultados obtidos através da satisfação dos clientes (Goiabeira, 2018). A satisfação em relação ao alimento e ao atendimento podem ser influenciados por múltiplos fatores, que só são possíveis de serem identificados quando é dada atenção para os clientes (Agostini *et al.*, 2017).

A pesquisa de satisfação do cliente é uma ferramenta que oferece para a empresa pelo menos duas grandes vantagens, criar uma maneira de comunicação do cliente com os gestores e possibilitar a empresa a focar no que o cliente realmente espera (Costa, 2017). Em um restaurante comercial, outro marcador importante é o controle de resto-ingesta, pois este mede o desperdício do cliente, o qual, quando excedido, pode ser considerado sinônimo de falta de qualidade do produto oferecido (Paiva *et al.*, 2015).

Por meio deste, é possível reduzir desperdícios e custos, mas também otimizar a produção (Rabelo; Alves, 2016), uma vez que a quantidade de restos está relacionada à adequação de quantidade e aceitação do produto oferecido ao cliente, as quais, quando inadequadas, podem ser evitadas através de um planejamento adequado, sem excesso de produção (Paiva *et al.*, 2015).

Desta maneira, o nutricionista é o profissional técnico responsável pela supervisão e avaliação de indicadores, incluindo o desempenho do funcionário, a satisfação do cliente e a quantidade de alimentos desperdiçados, em empresas que atuam no setor de produção de refeições (Rabelo; Alves, 2016).

Neste contexto, o objetivo do presente estudo foi avaliar o desempenho dos funcionários, a satisfação dos clientes e o resto-ingesta de um restaurante comercial do município de Taquari, Rio Grande do Sul.

## 2 METODOLOGIA

Estudo de corte transversal com coleta de dados quantitativos e descritivos. Foram avaliados três itens principais do processo de avaliação de um restaurante comercial no período de setembro a novembro de 2023, sendo eles: o desempenho dos funcionários, a satisfação dos clientes e o resto-ingesta dos mesmos. O restaurante comercial era de pequeno porte, localizado no município de Taquari, Rio Grande do Sul, e prestava serviço à la carte, com atendimento no período noturno para uma média de 31 clientes por dia. O cardápio oferecia lanches, como hambúrgueres, tábuas de frituras e carnes, além de drinks alcoólicos, sucos e refrigerantes.

A amostragem de clientes foi realizada por conveniência, totalizando um número amostral de 113 clientes, de acordo com o número de pessoas que frequentaram o estabelecimento no período de realização do estudo. O número

amostral de funcionários contabilizou todos os 12 colaboradores que estavam legalmente contratados pelo restaurante durante o período de realização do estudo. A análise do resto-ingesta considerou as sobras deixadas nos pratos dos clientes durante o mesmo período de estudo.

Foram incluídos na pesquisa todos os funcionários contratados pelo restaurante durante o período de realização do estudo, os clientes que estiveram presentes no local nos dias de coleta de dados e que aceitaram a participar da pesquisa mediante a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), os restos de alimentos preparados exclusivamente no restaurante e deixados nos pratos dos clientes.

Foram excluídos do estudo os clientes que se recusaram a preencher o questionário de satisfação e os restos de alimentos que não foram servidos aos clientes e materiais, como plásticos, papéis ou outros rejeitos não comestíveis que acompanhavam o resto-ingesta, uma vez que nenhum dos colaboradores do restaurante foi excluído do estudo, garantindo cem por cento de participação.

Para a avaliação de desempenho dos funcionários, foi utilizado um instrumento baseado no estudo de Bezerra *et al.* (2021), composto por um questionário impresso contendo nove critérios de avaliação distribuídos em três blocos de competências, sendo eles: preparo e qualificação (conhecimento técnico e organização), características comportamentais (assiduidade, pontualidade, comprometimento com o trabalho, flexibilidade/adaptabilidade e apresentação pessoal) e capacidade de trabalho em equipe (iniciativa e relacionamento com a equipe). Cada critério foi pontuado em notas de 1 a 10, sendo 1 quando não atendeu ou atendeu minimamente à expectativa e 10 quando o resultado foi muito acima do esperado. Em seguida, foi calculada a média aritmética simples das pontuações, com as seguintes interpretações: 9 a 10 (excelente), 7 a 8 (bom), 5 a 6 (regular), 1 a 4 (insatisfatório) (Figura 1).

Figura 1 - Blocos de competências do questionário de avaliação de desempenho do funcionário contendo os nove critérios de avaliação.



Fonte: Bezerra *et al.*, 2021.

A avaliação da satisfação dos clientes foi realizada por meio de um questionário com 12 perguntas. Nove delas abordaram a satisfação com o serviço, ambiente e produtos, utilizando a Escala de Likert de 1 a 5, variando de 1 “muito satisfeito” a 5 “muito insatisfeito”.

O restante das questões considerou uma pergunta baseada no método *Net Promoter Score* (NPS), onde o cliente indicaria de 0 a 10 o quanto recomendaria o restaurante, sendo classificações 9 e 10 para promotores, 7 e 8 para neutros, e 0 a 6 para detratores (Quadro 1). O NPS foi calculado subtraindo-se o percentual de detratores do percentual de promotores. Uma pergunta dissertativa para sugestões e outra objetiva para que indicasse como o cliente conheceu o estabelecimento. A pesquisa de satisfação foi realizada de forma voluntária, sem exigência de nome, tendo sido coletados dados de idade, sexo e escolaridade do participante.

Quadro 1 - Fórmula de NPS (*Net Promoter Score*)

Detratores:	Passivos	Promotores
0,1,2,3,4,5,6	7,8	9,10
Cálculo: %Promotores - %Detratores = NPS SCORE		

Fonte: adaptado de Castro, 2020

A coleta do resto-ingesta foi realizada pelos funcionários do restaurante após o expediente durante 65 dias do referido período de estudo. Os restos alimentares dos clientes foram depositados em uma lixeira com tampa acionada por pedal dotada de saco plástico de 50 L, exclusiva para essa finalidade. O conteúdo foi pesado em uma balança digital de precisão de 1 g, com capacidade de 7 kg. Para se obter o resto-ingesta *per capita*, o peso total do resto-ingesta diário foi dividido pelo número de clientes atendidos no mesmo dia, obtido pela contagem de comandas utilizadas no restaurante, considerando que cada cliente recebia uma comanda numerada. Os valores de resto-ingesta *per capita* foram comparados aos valores considerados aceitáveis, que variam entre 15 a 45 g (Vaz, 2006), onde foi considerada a meta do local, considerando valores menores ou iguais a 25 g por pessoa.

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Univates (CEP – Univates) sob o Parecer nº 6.241.822.

Os dados foram analisados através de tabelas simples, medidas descritivas e pelo testes não-paramétricos: Teste de Mann-Whitney, Teste Kruskal-Wallis e teste de Wilcoxon. Os resultados foram considerados significativos a um nível de significância máximo de 5% ( $p \leq 0,05$ ) e o *software* utilizado para esta análise foi o Epi Info 7.2.

### 3 RESULTADOS

Os funcionários que participaram da avaliação de desempenho apresentaram média de idade de 25,9±9,7 anos. Em relação às funções desempenhadas, observou-se a seguinte distribuição: uma cozinheira (8,3%), dois auxiliares de cozinha (16,7%), duas *barwoman* (16,7%), um operador de caixa (8,3%) e seis garçons (50%). Quanto ao nível de escolaridade, 8,3% (n=1) possuía ensino fundamental incompleto, 58,3% (n=7) ensino médio completo, 16,7% (n=2) ensino médio incompleto, 8,3% (n=1) ensino superior incompleto e 8,3% ensino superior completo (n=1).

A Tabela 1 apresenta as médias das notas e os desvios-padrão obtidos a partir da aplicação do questionário de avaliação de desempenho do funcionário baseado no instrumento proposto por Bezerra *et al.* (2021) quanto aos três blocos de competências. Dentre eles, foi possível observar que a flexibilidade/adaptabilidade, iniciativa e o conhecimento técnico foram os aspectos classificados como “bom” e que o comprometimento, a organização, o relacionamento interpessoal, a apresentação, a pontualidade e a assiduidade foram classificados como “excelente”.

Tabela 1 – Estatística descritiva das médias das notas e desvios-padrão dos critérios de avaliação distribuídos nos três blocos de avaliação das competências dos funcionários do restaurante.

Critérios de avaliação	Nota Média	Desvio Padrão
Conhecimento técnico	8,9	1,2
Organização	9,1	0,9
Assiduidade	10,0	0,0
Pontualidade	9,6	1,0
Comprometimento	9,0	0,6
Flexibilidade/adaptabilidade	8,1	1,2
Apresentação	9,6	0,7
Iniciativa	8,9	1,0
Relacionamento interpessoal	9,3	1,0

Quanto ao perfil dos 113 clientes participantes da pesquisa de satisfação, observou-se que 46,9% (n=53) eram do sexo feminino e 53,1% (n=60) do sexo masculino. Em relação à escolaridade, a maioria possuía ensino médio, representando 70,8% (n=80) dos respondentes, seguida por 26,5% (n=30) com ensino superior e 2,7% (n=3) com ensino fundamental. No que se refere à faixa etária, 28,3% (n=32) tinham menos de 25 anos, 46,9% (n=53) estavam na faixa de 25 a 35 anos e 24,8% (n=28) tinham mais de 35 anos.

Em relação à forma como os clientes conheceram o estabelecimento, a maioria, 52,2% (n=59), informou ter conhecido por meio de indicação de amigos.

Outros 32,7% (n=37) através de mídias sociais, 9,7% (n=11) por visualização externa do estabelecimento, 2,7% (n=3) em eventos, 1,8% (n=2) por meio de anúncios e 0,9% (n=1) na faculdade, totalizando 113 respostas.

Na Tabela 2 foi possível observar as respostas dos clientes para as questões do serviço prestado no restaurante. Verificou-se que a maioria avaliou como ‘muito satisfeito’ o atendimento prestado pelo estabelecimento, a qualidade dos alimentos oferecidos, a qualidade das bebidas, a quantidade de itens no cardápio, a higiene do ambiente, a decoração e a localização do restaurante. Já a velocidade de entrega dos pedidos foi classificada majoritariamente como ‘satisfeito’, enquanto os preços dos itens no cardápio tiveram predominância de respostas ‘neutro’, sem opinião.

Tabela 2 – Pesquisa de satisfação dos clientes quanto aos critérios de avaliação do serviço prestado no restaurante.

<b>Crítérios de avaliação</b>	<b>Opinião</b>	<b>Nº casos</b>	<b>%</b>
Atendimento recebido	Muito insatisfeito	4	3,5
	Insatisfeito	1	0,9
	Neutro	13	11,5
	Satisfeito	24	21,2
	Muito satisfeito	71	62,8
Qualidade dos alimentos oferecidos	Muito insatisfeito	1	0,9
	Insatisfeito	1	0,9
	Neutro	6	5,3
	Satisfeito	22	19,5
	Muito satisfeito	83	73,5
Qualidade das bebidas oferecidas	Muito insatisfeito	1	0,9
	Neutro	10	8,8
	Satisfeito	13	11,5
	Muito satisfeito	89	78,8
Quantidade de itens oferecidos no cardápio	Muito insatisfeito	2	1,8
	Insatisfeito	2	1,8
	Neutro	7	6,2
	Satisfeito	32	28,3
	Muito satisfeito	70	61,9
Preços dos itens no cardápio	Muito insatisfeito	3	2,7
	Insatisfeito	7	6,2
	Neutro	62	54,9
	Satisfeito	33	29,2
	Muito satisfeito	8	7,1

<b>Crítérios de avaliação</b>	<b>Opinião</b>	<b>Nº casos</b>	<b>%</b>
Velocidade de entrega dos pedidos	Muito insatisfeito	6	5,3
	Insatisfeito	10	8,8
	Neutro	7	6,2
	Satisfeito	59	52,2
	Muito satisfeito	31	27,4
Higiene do ambiente	Insatisfeito	3	2,7
	Neutro	10	8,8
	Satisfeito	7	6,2
	Muito satisfeito	93	82,3
Decoração	Insatisfeito	3	2,7
	Neutro	8	7,1
	Satisfeito	7	6,2
	Muito satisfeito	95	84,1
Localização	Muito insatisfeito	4	3,5
	Neutro	4	3,5
	Satisfeito	18	15,9
	Muito satisfeito	87	77,0

Nº = número; % = percentual.

A Tabela 3 apresenta as notas médias e os desvios-padrão, por ordem decrescente, referentes aos critérios de avaliação do serviço prestado no restaurante. Verificou-se que as melhores notas, que garantiram a satisfação dos clientes, foram atribuídas à higiene do ambiente, decoração, qualidade dos alimentos, localização da empresa, quantidade de itens no cardápio, atendimento recebido e qualidade das bebidas. No que se refere a velocidade de entrega dos pedidos e preços dos itens no cardápio, foi possível observar as menores médias de notas atribuídas pelos clientes do local.

Tabela 3 - Notas médias e desvio-padrão dos critérios de avaliação da pesquisa de satisfação dos clientes do restaurante.

<b>Crítérios de avaliação</b>	<b>Nota média</b>	<b>Desvio Padrão</b>
Higiene do ambiente	4,7	0,7
Decoração	4,7	0,7
Qualidade dos alimentos oferecidos	4,6	0,7
Localização da empresa	4,6	0,9
Quantidade de itens oferecidos no cardápio	4,5	0,8
Atendimento recebido	4,4	1,0
Qualidade das bebidas oferecidas	4,4	1,1
Velocidade de entrega dos pedidos	3,9	1,1
Preços dos itens no cardápio	3,3	0,8

A Tabela 4 apresenta a comparação das notas médias de satisfação entre as diferentes faixas etárias dos clientes, considerando o atendimento recebido, a qualidade dos alimentos oferecidos, a qualidade das bebidas, a quantidade de itens no cardápio, os preços dos itens no cardápio, a velocidade de entrega dos pedidos, a higiene do ambiente, a decoração e a localização do restaurante. Foi possível observar que clientes com mais de 35 anos demonstraram um grau de satisfação significativamente superior para os critérios de quantidade de itens oferecidos no cardápio e preços dos itens no cardápio em comparação aos clientes com menos de 25 anos ( $p=0,036$  e  $p=0,038$ , respectivamente).

Tabela 4 - Comparação das notas médias de satisfação entre as faixas de idade dos clientes do restaurante que participaram da pesquisa de satisfação.

Critérios de avaliação	Idade (anos)	Satisfação do cliente			P
		n	Nota média	Desvio Padrão	
Atendimento recebido	Menos de 25	32	4,4	0,9	0,754
	25 - 35	53	4,4	0,9	
	Mais de 35	28	4,4	1,2	
Qualidade dos alimentos oferecidos	Menos de 25	32	4,7	0,6	0,842
	25 - 35	53	4,6	0,7	
	Mais de 35	28	4,6	0,7	
Qualidade das bebidas oferecidas	Menos de 25	32	4,4	1,2	0,880
	25 - 35	53	4,4	1,1	
	Mais de 35	28	4,5	1,0	
Quantidade de itens oferecidos no cardápio	Menos de 25	32	4,2	1,1	0,036
	25 - 35	53	4,5	0,8	
	Mais de 35	28	4,8	0,4	
Preços dos itens no cardápio	Menos de 25	32	3,1	0,8	0,038
	25 - 35	53	3,3	0,8	
	Mais de 35	28	3,6	0,8	
Velocidade de entrega dos pedidos	Menos de 25	32	3,8	1,2	0,321
	25 - 35	53	4,0	1,1	
	Mais de 35	28	3,8	0,9	
Higiene do ambiente	Menos de 25	32	4,8	0,7	0,462
	25 - 35	53	4,6	0,8	
	Mais de 35	28	4,8	0,6	
Decoração	Menos de 25	32	4,7	0,8	0,906
	25 - 35	53	4,7	0,8	
	Mais de 35	28	4,8	0,5	
Localização da empresa	Menos de 25	32	4,7	0,8	0,979
	25 - 35	53	4,6	1,0	
	Mais de 35	28	4,7	0,5	

Teste não paramétrico de Kruskal-Wallis.

A Tabela 5 apresenta as principais sugestões apresentadas aos gestores do restaurante pelos clientes, sendo, por ordem de mais citadas pelos clientes, a ampliação das opções no cardápio, seguida do aumento do número de banheiros, maior agilidade no tempo de entrega dos pratos, inclusão de combos de produtos, maior diversidade de bandas e construção de um *deck* coberto na área externa. Outras sugestões incluíram o aumento do espaço físico do estabelecimento, a oferta de degustação gratuita, mais opções de hambúrgueres vegetarianos, melhorias no sistema de som e, por fim, manter o padrão elevado do estabelecimento.

Tabela 5 – Número de casos e percentual referente às sugestões dos clientes para os gestores do restaurante.

Sugestão dos clientes	Nº casos	%
Agilizar tempo de pratos	9	11,7
Aumentar espaço	5	6,5
Combos de produtos	9	11,7
Deck coberto na área externa	7	9,1
Degustação grátis	5	6,5
Mais diversidade de bandas	9	11,7
Mais banheiros	11	14,3
Mais opções de hambúrgueres vegetarianos	3	3,9
Mais opções no cardápio	16	20,8
Melhorar o som	2	2,6
Sempre manter padrão elevado	1	1,3
Total	77	100,0

Nº = número; % = percentual. O Nº de casos 77 representa o total de participantes que contribuíram com sugestões para o restaurante.

Quanto ao método NPS, no qual o cliente indicaria o quanto recomendaria o restaurante, a média de indicação foi de  $9,3 \pm 1,5$ . Esse resultado indica um alto nível de satisfação e lealdade dos clientes em relação ao estabelecimento, visto que a média próxima de 10 reflete uma forte propensão dos clientes em recomendar o local. O desvio-padrão relativamente baixo demonstra que as respostas foram consistentes, com pouca variação entre os participantes.

A Tabela 6 apresenta os resultados do resto-ingesta *per capita* observado durante os 65 dias de coleta cuja média resultou em valor significativamente inferior à referência, equivalente a 25g ( $p = 0,001$ ).

Tabela 6 - Comparação do resto-ingesta *per capita* com o valor de referência

Variável	n	Média	Desvio Padrão	Valor de referência	p
Resto-ingesta <i>per capita</i> g	65	10,7	8,7	25	0,001

Teste Não-paramétrico de Wilcoxon. g = gramas.

4 DISCUSSÃO

A verificação dos resultados obtidos por meio da avaliação de desempenho dos funcionários evidenciou que, de forma geral, os funcionários apresentaram desempenho satisfatório nas variáveis avaliadas. Os dados relevaram que o comprometimento, a organização, o relacionamento interpessoal, a apresentação, a pontualidade e a assiduidade foram avaliados como “excelente”, indicando êxito da equipe nestes aspectos. Já a flexibilidade/ adaptabilidade, a iniciativa e o conhecimento técnico foram classificados como “bom”, sugerindo possíveis aspectos a serem melhor trabalhados na equipe. Neste sentido, a análise dos dados apresentados pelo instrumento de avaliação orienta para a identificação dos aspectos mais frágeis, sinalizando a necessidade da elaboração de estratégias de capacitação para aprimorar habilidades técnicas e fortalecer a atuação da equipe.

Ao comparar os critérios de avaliação de desempenho dos funcionários com o estudo de Bezerra *et al.* (2021), foi possível perceber que a equipe avaliada neste estudo apresentou médias superiores às da equipe analisada no estudo de referência. No entanto, mesmo diante de resultados positivos, a análise individual dos colaboradores pode evidenciar diferenças relevantes de desempenho, identificando tanto profissionais acima da média quanto aqueles que necessitam de maior suporte e desenvolvimento (Silva, 2016). Isso reforça a importância das ferramentas de gestão como apoio na tomada de decisões, ao oferecerem aos gestores meios para identificar, analisar e solucionar problemas no processo produtivo, possibilitando, assim, o aumento da eficiência e da lucratividade da atividade (Lopes *et al.*, 2016).

A maior nota atribuída pelos colaboradores no instrumento de avaliação de desempenho dos funcionários do presente estudo foi em assiduidade, destacando um ponto positivo no desempenho da equipe. Diferente do evidenciado no estudo de Siteo (2024), onde o absenteísmo afetou negativamente o desempenho dos funcionários e por consequência os resultados da empresa, destacando as doenças, a insatisfação com o ambiente de trabalho e os atrasos nos salários as principais causas identificadas. No entanto, no restaurante comercial avaliado neste estudo, a presença constante dos funcionários reflete o comprometimento da equipe na produção e atendimento. Isso pode indicar

uma gestão mais eficaz, com melhores condições de trabalho e/ou maior motivação, favorecendo a qualidade do serviço prestado.

Apesar disso, a menor média foi observada no critério de flexibilidade/adaptabilidade. Segundo Oliveira, Gosling e Resende (2015), a flexibilidade é essencial para os funcionários de linha de frente, pois envolve a capacidade de ajustar o atendimento conforme as necessidades dos clientes, desde abordagens padronizadas até serviços personalizados, contribuindo para uma experiência mais satisfatória e valiosa. Estratégias de valorização, como recompensas e reconhecimento, favorecem a flexibilidade dos colaboradores frente às mudanças, sendo que quanto maior o nível de recompensas percebidas, maior é a predisposição do trabalhador a se adaptar. Assim, a adoção de práticas que incentivem o engajamento e a valorização contribui para o desenvolvimento da flexibilidade, como competência essencial à dinâmica organizacional (Silva; Ferreira, 2023).

Diante dessa análise, torna-se evidente a importância da aplicação de um instrumento de avaliação de desempenho do funcionário como ferramenta de gestão, uma vez que, entre seus objetivos, estão o reconhecimento das áreas que podem ser aprimoradas tanto pelos gestores quanto pelos funcionários, a aproximação dos colaboradores com a empresa, o alinhamento das pessoas às funções, bem como a identificação de lacunas de capacitação. Isso possibilita a implementação de programas de treinamento, que contribuem para reduzir ou eliminar essas deficiências, refletindo diretamente na melhoria da qualidade dos relacionamentos interpessoais, na execução das tarefas e, conseqüentemente, na qualidade do serviço prestado (Silva; Neves, 2019).

A avaliação dos níveis de satisfação dos clientes revelou que, embora o estabelecimento tenha apresentado aspectos muito satisfatórios, como qualidade e quantidade dos alimentos e bebidas, atendimento, higiene, decoração e localização, evidenciou ainda que a velocidade de entrega dos pedidos, mesmo que avaliada de forma satisfatória, sinalizou um critério com vistas para melhorias na agilidade dos processos operacionais. No estudo de Oliveira e Augusto (2022), o atendimento também foi identificado como o fator de maior influência nas avaliações dos consumidores. Sendo assim, no contexto de restaurantes, a principal base de diferenciação está no atendimento e no suporte ao cliente.

Para lidar com esse desafio, as organizações têm buscado soluções que visem a redução ou eliminação do tempo de espera, adotando estratégias, como a simulação de processos que apoiam a tomada de decisões. Entre as principais alternativas para otimizar o atendimento estão o controle da taxa de chegada dos clientes por meio de promoções, como a oferta de descontos em horários de menor fluxo de clientes, o aumento do número de funcionários e a reestruturação do *layout* dos serviços. Tais medidas influenciam diretamente o tempo de espera percebido, fator que impacta significativamente na experiência e satisfação do consumidor, pois o tempo de espera tem se tornado um fator

crítico podendo comprometer a qualidade do serviço prestado, gerando maior insatisfação entre os usuários (Oliveira, 2013; Oliveira *et al.*, 2016).

No entanto, existiram outros fatores que demandaram maior atenção por parte da gestão do restaurante avaliado no presente estudo. Dentre eles, o aspecto relacionado aos preços do cardápio, com maior frequência de respostas na categoria “neutro”, o que pode indicar incerteza por parte dos clientes em avaliar a relação custo-benefício, possivelmente pela dificuldade em comparar os preços com a qualidade percebida ou pela falta de informações mais claras sobre os diferenciais dos produtos oferecidos. Nesse contexto, estratégias como a criação de combos, promoções ou reforço da comunicação do valor agregado dos produtos podem contribuir para melhorar essa percepção.

A pesquisa de satisfação do cliente, neste estudo, evidenciou resultados satisfatórios na percepção dos clientes frente aos critérios avaliados. Assim como demonstrado por Gante *et al.* (2020), que aplicou metodologias baseadas em distribuições gaussianas para interpretar respostas da escala de Likert, este estudo também utilizou esse tipo de escala para captar percepções dos clientes do restaurante. A aplicação de métodos mistos, unindo abordagens qualitativas e quantitativas, quando bem planejada, contribui para uma análise mais ampla e confiável dos dados (Santos *et al.*, 2017). Neste sentido, cabe reforçar a importância de utilizar pesquisas de satisfação com escalas adequadas, como a escala Likert, para captar a voz do cliente e identificar os aspectos que merecem maior atenção, possibilitando às organizações priorizar ações que atendam melhor às expectativas dos consumidores (Larentis; Giacomello; Camargo, 2015).

A análise do perfil dos clientes e das sugestões obtidas revela aspectos importantes para aprimorar serviços e definir estratégias comerciais e de *marketing*. Segundo Roque, Torres e Santos (2017), quando a oferta é inferior à expectativa, o comportamento do consumidor muda, afetando sua satisfação, lealdade e intenção de compra, o que destaca a importância de alinhar as estratégias às expectativas dos clientes. Desta forma, a análise comparativa entre a satisfação dos clientes e as faixas etárias evidenciou que, embora a maioria dos critérios de avaliação tenham apresentado percepção de satisfação semelhante, houve diferença significativa nos aspectos relacionados à quantidade de itens no cardápio e preços, quando clientes com mais de 35 anos demonstraram maior satisfação nesses aspectos em relação aos menores de 25 anos. Em vista disso, a maior satisfação de clientes acima de 35 anos pode estar relacionada às diferentes expectativas e prioridades de consumo.

A compreensão das preferências e necessidades do público adulto é fundamental para a definição de estratégias que promovam a fidelização e a melhoria da experiência do cliente. Esse grupo é geralmente caracterizado por apresentar estabilidade financeira e demonstrar interesse contínuo por conhecimento e novas vivências. Tais atributos influenciam diretamente seu comportamento de consumo, tornando-o mais exigente e atento à qualidade

dos produtos e serviços oferecidos. Além de buscar tranquilidade e descanso, os adultos também valorizam experiências que envolvam animação, cultura e enriquecimento pessoal (Nieto, 2020).

Ainda, pessoas com mais idade, valorizam uma boa alimentação, com qualidade dos alimentos, hábitos saudáveis e equilíbrio financeiro, o que influencia sua percepção sobre preços e oferta. Para os mais velhos, qualidade de vida também envolve liberdade para aproveitar momentos prazerosos, como viajar, socializar e comer bem sem preocupações financeiras (Ferreira *et al.*, 2017). Isso mostra que, além da satisfação com itens objetivos, como cardápio e preço, há um desejo por bem-estar e autonomia, que impacta diretamente a experiência e a satisfação do cliente.

Já os clientes mais jovens podem ter prioridades distintas, refletindo na menor satisfação evidenciada. Reconhecer essas diferenças é importante para ajustar o serviço e melhorar a experiência dos diferentes perfis de clientes. Tal evidência ressalta a importância de estratégias que considerem os perfis etários para melhor atender às demandas específicas de cada público. Nesse sentido, a diferenciação do negócio deve estar fundamentada na percepção de valor pelo cliente, ou seja, no quanto o consumidor percebe que o produto ou serviço oferece mais valor em comparação aos concorrentes (Barney; Hesterly, 2017).

Segundo Colombo e Varela (2023), o TikTok fideliza jovens ao oferecer uma comunicação personalizada, interativa e diversificada, que promove o engajamento por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos. Essa estratégia cria um senso de pertencimento e mantém o interesse constante dos usuários. Dessa forma, proporciona-se uma experiência satisfatória e relevante, o que contribui para a fidelização dos consumidores e maior percepção de valor do cliente jovem. Aplicando esse conceito ao contexto empresarial, é fundamental que a empresa ajuste suas estratégias para atender diferentes perfis de clientes, especialmente os jovens, garantindo variedade e custo-benefício no cardápio.

Apesar dos desafios identificados em alguns aspectos operacionais do restaurante avaliado neste estudo, o grau de indicação pelo cliente, medido pelo NPS, revelou um cenário positivo, refletindo elevados níveis de satisfação e lealdade dos clientes em relação ao estabelecimento. A proximidade da média com a nota máxima, somada ao baixo desvio-padrão, indica consistência nas respostas e uniformidade na percepção positiva entre os respondentes. Essa avaliação reforça a imagem do restaurante no mercado e potencializa sua capacidade de retenção e recomendação. Tais resultados vão ao encontro do estudo de Brandão e Vieira (2024), onde a aplicação do NPS em um restaurante de pequeno porte revelou a lealdade dos clientes e permitiu identificar ações para melhorar a experiência, especialmente junto a clientes neutros e detratores.

A satisfação do cliente está diretamente relacionada à comparação entre suas expectativas e o desempenho percebido dos serviços oferecidos. Quando o desempenho não corresponde às expectativas, ocorre a insatisfação, o que pode

levar à não recomendação do serviço e à perda de clientes (Araújo *et al.*, 2019). Neste quesito, o NPS é considerado uma métrica preditiva de desfechos como lealdade e crescimento (López *et al.*, 2021), sua utilização como ferramenta estratégica para a gestão da qualidade e da experiência do consumidor pode ser vista como uma forma de obter uma leitura direta da percepção do público e orientar ações de aprimoramento que potencialmente impactem os resultados organizacionais.

As principais sugestões dos clientes, como a ampliação das opções no cardápio, aumento do número de banheiros, agilidade no tempo de entrega dos pratos e diversificação no entretenimento, refletem diretamente suas expectativas em relação à melhoria da experiência no local. Tais demandas, quando consideradas na gestão do negócio, podem impactar positivamente na satisfação, na retenção de clientes e, conseqüentemente, na competitividade do estabelecimento, de forma a fortalecer sua atratividade e capacidade de fidelização da clientela. Ainda, indicam expectativas que vão além da funcionalidade, refletindo o desejo por uma experiência mais completa no ambiente. Durante o período do estudo, não houve mudanças no cardápio, embora houvesse planos para ampliar os banheiros. Também não existiam projetos para reduzir o tempo de entrega, mas a empresa demonstrava abertura à inserção de novos artistas.

Nesse contexto, é importante considerar que o local de alimentação não deve ser visto apenas como um espaço para refeições. Elementos como a estrutura, decoração, os sons, os aromas e a socialização contribuem para uma ambiência que impacta diretamente na satisfação do cliente e em sua permanência no local (Santos *et al.*, 2016). Em vista disso, a participação do cliente por meio de avaliações torna-se uma ferramenta essencial para a gestão estratégica, pois possibilita compreender o que é mais valorizado pelo consumidor e o quanto esses atributos estão sendo bem executados.

Essa troca constante de informações configura um processo de retroalimentação, em que o serviço se aperfeiçoa com base no olhar do cliente, e o cliente, por sua vez, é beneficiado pelas melhorias implementadas. Assim, cria-se um ciclo virtuoso: clientes mais satisfeitos promovem o negócio por meio de recomendações e retorno, enquanto a empresa se ajusta continuamente às suas demandas. Como destaca Araújo *et al.* (2019), entender a importância de cada atributo e seu desempenho contribui para ações mais eficazes, sustentando o aprimoramento contínuo dos serviços e fortalecendo a fidelização.

No tocante ao desperdício, os resultados observados indicaram que o serviço de alimentação teve um bom desempenho no controle do resto-ingesta, evidenciando adequada aceitação das preparações e dimensionamento das porções. Ao comparar os resultados obtidos neste estudo com os achados em outras pesquisas que também analisaram o resto-ingesta em serviços à la carte, foi possível observar uma variação considerável nas médias *per capita*. Enquanto o presente estudo identificou uma média de 10,7 g de resto-ingesta

por comensal, Turchetto *et al.* (2021), em um Restaurante Escola situado em uma Instituição de Ensino Superior no Paraná observaram uma média de 21 g. Já o estudo de Lima (2017), conduzido em um restaurante comercial de Brasília, apresentou uma média ainda mais elevada, equivalente a 30,74 g por comensal.

As diferenças observadas entre os estudos podem estar relacionadas ao tipo de público atendido, ao padrão dos cardápios, ao volume de refeições servidas, ao período de coleta e a outras particularidades dos serviços analisados. Entretanto, faz-se necessário investir na capacitação dos colaboradores, na adequação do cardápio e no ajuste das porções e quantidades produzidas, a fim de que essas medidas possam contribuir para a redução do desperdício de alimentos e, conseqüentemente, para a diminuição dos impactos sociais, econômicos e ambientais (Vieira *et al.*, 2022).

As limitações deste estudo envolvem, principalmente, a escassez de pesquisas realizadas em restaurantes comerciais, o que dificulta comparações mais amplas. Além disso, a aplicação da escala de Likert com usuários desses estabelecimentos ainda é pouco explorada na literatura, o que limita a contextualização dos resultados. Outro ponto a ser considerado é o delineamento transversal do estudo, que impede a identificação de relações causais entre os fatores analisados, já que as exposições e os desfechos foram avaliados simultaneamente. Dessa forma, os achados devem ser interpretados com cautela.

## 5 CONCLUSÃO

Os resultados deste estudo demonstraram que o estabelecimento analisado apresentou desempenho positivo em aspectos essenciais para a gestão da qualidade no setor de alimentação, como o comprometimento da equipe, a satisfação dos clientes e o controle de desperdícios. A avaliação de desempenho dos colaboradores revelou um perfil profissional compatível com as exigências operacionais, destacando-se o relacionamento interpessoal, o comprometimento, a organização, a apresentação, a pontualidade e a assiduidade. No entanto, apesar de bons, os aspectos como, flexibilidade/adaptabilidade, iniciativa e conhecimento técnico, foram considerados pontos de atenção, reforçando a importância da avaliação contínua e do investimento em capacitações da equipe.

A análise da satisfação dos clientes apontou níveis elevados de aprovação, com destaque para a qualidade dos alimentos e bebidas, a quantidade de itens no cardápio, o atendimento, a higiene, a decoração e a localização do restaurante. No entanto, aspectos como a velocidade de entrega e os preços do cardápio surgiram como oportunidades de melhoria, especialmente entre os clientes mais jovens, que demonstraram expectativas distintas em relação ao custo-benefício e à variedade de opções. As sugestões recebidas indicam um desejo por uma experiência mais completa e envolvente no local, o que

evidencia a importância de estratégias alinhadas à ambiência do espaço e ao perfil do público atendido.

Nesse sentido, a consideração das percepções dos clientes e colaboradores, aliada a uma gestão sensível ao ambiente físico e emocional, contribui para o aprimoramento contínuo do serviço. Medidas como ajustes no cardápio, melhorias na infraestrutura e incentivo à inovação no atendimento e entretenimento podem fortalecer ainda mais a fidelização dos clientes. Por fim, o controle do desperdício e o uso consciente de recursos reforçam o compromisso com a sustentabilidade, promovendo uma atuação mais responsável e eficiente por parte do estabelecimento. O estudo justifica-se pela importância de compreender a relação entre os indicadores considerados para subsidiar melhorias na gestão do serviço e na experiência dos clientes em restaurantes comerciais.

## REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, Lorayne D.; SILVA, Thiécla K. R.; MENEGASSI, Bruna; VIEIRA, Renata L. D. Alimentação hospitalar: percepção sensorial e extra-sensorial de pacientes em um hospital filantrópico. **Saber Científico**, Porto Velho, RO, v. 6, p. 1-11, 2017. ISSN: 1982-792X. DOI: <http://dx.doi.org/10.22614/resc-v6-n2-688>. Disponível em: <https://revista.saolucas.edu.br/index.php/resc/article/view/688>. Acesso em: 15 jun. 2025.
- AQUINO, José Vinícius S. de M.; LIMA FILHO, Raimundo N. Ferramentas Gerenciais para micro e pequenas empresas: um estudo na cidade de Petrolina-PE. **Revista Gestão em Análise**, Fortaleza, CE, v. 10, n. 1, p. 76-88, 2021. ISSN: 1984-7297. DOI: <https://doi.org/10.12662/2359-618xregea.v10i1.p76-88.2021>. Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/3201>. Acesso em: 15 jun. 2025.
- ARAÚJO, Renata S.; NEUMANN, Dora; NEVES, Kelly R.; SOARES, Hélen C. Satisfação dos clientes do restaurante universitário do campus JK da Universidade federal do Vales do Jequitinhonha e Mucuri - UFVJM - MG. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, PR, v. 5, n. 12, p. 29971-29989, dez. 2019. ISSN: 2525-8761. DOI: 10.34117/bjdv5n12-134. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/5305/4830>. Acesso em: 15 jun. 2025.
- BARNEY, Jay. B.; HESTERLY, William. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos**. 5. ed. São Paulo: Pearson Educacion do Brasil, 2017.
- BRANDÃO, Paulo V. T.; VIEIRA, Valéria G. Satisfação e Lealdade em Foco: Avaliação Net promoter Score (NPS) em um Restaurante de Pequeno Porte. **REMIPE**, Osasco, SP, v. 10, n. 2, p. 219-238, 2025. ISSN: 2446-8622. Disponível em: <https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/500/312>. Acesso em: 15 jun. 2025.

BEZERRA, Talita H. D. R. A.; ANDRADE, Vitória de O. A.; QUEIROS, Juliana P.; PINHEIRO, Ana S. P.; MELO, Bianca C.; LIMA, Ana P. O. M.; CÂMARA, Fernanda E. A.; REBOUÇAS, Regia M. C. B. Sistemática de avaliação de desempenho funcional para serviços de alimentação: proposta de um modelo para gestão de pessoas. **Brazilian Journal of Health Review**, Curitiba, PR, v. 4, n. 2, p. 7919-7927 mar./apr. 2021. ISSN: 2595-6825. DOI: <https://doi.org/10.34119/bjhrv4n2-325>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/28007>. Acesso em: 15 jun. 2025.

BLONKOSKI, Paula Renata; ANTONELLI, Ricardo Adriano; BORTOLUZZI, Sandro Cesar. Contabilidade Gerencial: Análise Bibliométrica e Sistêmica da Literatura Científica Internacional. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, MG, v. 18, n. 1, p. 80-99, 2017. ISSN: 1984-6983. DOI: <https://doi.org/10.21714/pretexto.v18i1.2857>. Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/2857>. Acesso em: 15 jun. 2025.

CARRASCO, Ramón Alberto; SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, Juan; MUÑOZ-LEIVA, Francisco; BLASCO, Francisco; HERRERA-VIDEIRA, Enrique. Evaluation of the hotels e-services quality under the user's experience. **Soft Computing**, v. 21, n. 4, p. 995-1011, 2017. ISSN: 1433-7479. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00500-015-1832-0>. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/283905927\\_Evaluation\\_of\\_the\\_hotels\\_e-services\\_quality\\_under\\_the\\_user's\\_experience](https://www.researchgate.net/publication/283905927_Evaluation_of_the_hotels_e-services_quality_under_the_user's_experience). Acesso em: 15 jun. 2025.

CASTRO, Caio F. de. **Análise do papel dos vendedores na satisfação de cliente por meio do NPS (Net Promoter Score)**: Evidências do varejo de moda omnichannel brasileiro. 2020. Monografia (Gestão para a competitividade) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, 2020. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/60a3684c-d50f-43c6-a2c8-a942450904bc/content>. Acesso em: 15 jun. 2025.

COLOMBO, Macri Elaine; VARELA, Ulysses do N. Midiatização em redes sociais: TikTok e as estratégias na comunicação com os jovens. **Anais de Artigos**, Santa Maria, RS, v. 1, n. 6, p. 1-16, 2023. ISSN: 2675-4169. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/1675/1580>. Acesso em: 15 jun. 2025.

COSTA, Wendell M. A. da. Pode a beleza salvar o mundo? Estética, capitalismo e o encantamento do mundo. **Galáxia**, São Paulo, SP, n. 35, p. 155-158, 2017. ISSN: 1982-2553. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25540132001>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/sTJNS3R3ZXjtx4dG77Y46yd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 jun. 2025.

FERREIRA Marielle C. G.; TURA, Luiz R.; SILVA, Rafael C.; FERREIRA, Márcia A. Representações sociais de idosos sobre qualidade de vida. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Rio de Janeiro, RJ, v. 70, n.4, p. 840-7, 2017. ISSN: 0034-7167. DOI: <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2017-0097>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reben/a/jmJKPQyvdp9dHWk6MBHLT9G/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 jun. 2025.

GANTE, Guadalupe C.; GONZALEZ, Wadi E. S.; ORTEGA, Jaime B.; CASTILLO, Escobar. Escala de Likert: Una alternativa para elaborar e interpretar un instrumento de percepción social. **Revista de la Alta Tecnología y Sociedad**, Texas, EUA, v. 12, n. 1, P. 38-45, 2020. ISSN: 1940-2171. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/361533522\\_Escala\\_de\\_Likert\\_Una\\_alternativa\\_para\\_elaborar\\_e\\_interpretar\\_un\\_instrumento\\_de\\_percepcion\\_social](https://www.researchgate.net/publication/361533522_Escala_de_Likert_Una_alternativa_para_elaborar_e_interpretar_un_instrumento_de_percepcion_social). Acesso em: 15 jun. 2025.

GHAURI, Ehtasham. Performance evaluation of sales employees: a comparative investigation in the pharmaceutical industry. **International Journal of Business Performance Management**, v. 19, n. 3, p. 253-279. 2018. ISSN: 1741-5039. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2018.10011846>. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/321255951\\_Performance\\_evaluation\\_of\\_sales\\_employees\\_A\\_comparative\\_investigation\\_in\\_the\\_pharmaceutical\\_industry](https://www.researchgate.net/publication/321255951_Performance_evaluation_of_sales_employees_A_comparative_investigation_in_the_pharmaceutical_industry). Acesso em: 15 jun. 2025.

GOIABEIRA, Lorena L. R. **Avaliação da satisfação dos clientes do salão de beleza “Valentina Studio”**. 2018. Monografia (Graduação de Administração) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA, 2018. Disponível em: <https://monografias.ufma.br/jspui/handle/123456789/1956>. Acesso em: 15 jun. 2025.

LARENTIS, Fabiano; GIACOMELLO, Cíntia P.; CAMARGO, Maria E. Análise da importância em pesquisas de satisfação através da regressão múltipla: estudo do efeito de diferentes pontos de escala. **A Revista Acadêmica da FACE**, Porto Alegre, RS, v. 23, n. 3, p. 258-269 set.-dez, 2015. ISSN: 1516-2680. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/face/article/view/13096>. Acesso em: 15 jun. 2025.

LIMA, Ana F. de M. de. **Avaliação do desperdício de alimentos na distribuição do almoço servido em uma unidade de alimentação e nutrição comercial em Brasília (DF)**. 2017. Monografia (Graduação em Nutrição) - Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, DF, 2017. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11772/1/21484789.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2025.

LÓPEZ, Christian R.; CÁZARES, María M. T.; PÉREZ, Jesús F. L.; JIMENEZ, Mónica B. Net Promoter Score Scale transformed into a logit model, a full-service restaurant approach. *In: Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Monterrey, México, 2021*. ISSN: 2169-8767 Disponível em: <https://ieomsociety.org/proceedings/2021monterrey/85.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

LOPES, Marco A.; REIS, Eduardo M. B.; DEMEU, Fabiana A.; MESQUITA, Alan A.; ROCHA, Aguida G. F.; BENEDICTO, Gideon C. Uso de ferramentas de gestão na atividade leiteira: um estudo de caso no sul de Minas Gerais. **Revista Científica de Produção Animal**, Lavras, v. 18, n. 1, p. 26-44, 2016. ISSN: 2176-4158. DOI: <http://dx.doi.org/10.5935/2176-4158/rcpa.v18n1p26-44>. Disponível em: <https://professormarcosauelio.com.br/wp-content/uploads/2018/02/7-3-156-Uso-de-ferramentas-de-gestao-na-atividade-leiteira.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

NIETO, Marcelo. El turismo rural enfocado al adulto mayor en una parroquia del cantón quito, ecuador. **Qualitas: Revista Científica**, Quito, Equador, v. 19, n. 19, p. 001-014, 2020. ISSN: 1390-6569. Disponível em: <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/38/52>. Acesso em: 15 jun. 2025.

OLIVEIRA, Gustavo M.; AUGUSTO, Cleiciele A. Bases de diferenciação e percepção de valor: um estudo com clientes de restaurantes da culinária japonesa. **Revista Administração de Empresas Unicuritiba**, Curitiba, PR, v. 3, n. 29. 2022. ISSN: 2316-7548. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/view/270/371373890>. Acesso em: 15 jun. 2025.

OLIVEIRA, Natacha M. C. **Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção**. 2013. Monografia (Pós-Graduação em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, MG, dez. 2013. Disponível em: [https://repositorio.unifei.edu.br/jspui/bitstream/123456789/797/3/dissertacao\\_oliveira1\\_2013.pdf](https://repositorio.unifei.edu.br/jspui/bitstream/123456789/797/3/dissertacao_oliveira1_2013.pdf). Acesso em: 15 jun. 2025.

OLIVEIRA, Paulo; GOSLING, Marlusa. d. S.; RESENDE, Marcos P. L. O Gerenciamento do funcionário de linha de frente sob a ótica da qualidade de serviços - um estudo de caso em um centro automotivo. **Sistemas & Gestão**, Niterói, RJ, 2015. ISSN: 1980-5160. DOI: <https://doi.org/10.7177/sg.2015.V10.N1.A4>. Disponível em: [https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/UFF-13\\_04fccbe49ca4d29960b517d64cf142e3](https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/UFF-13_04fccbe49ca4d29960b517d64cf142e3). Acesso em: 15 jun. 2025.

OLIVEIRA, Walysson C.S. COSTA, Sérgio S.; SANTOS, Davi V.; LIMA, Thamyla M. S.; SILVA, Micael L. Fila Virtual: Ocultando o tempo de espera em restaurantes universitários. **Encontro Acadêmico de Computação**, 6., 2016, São Luís, MA, 2016. ISSN: 2594-486. Disponível em: <https://petcompufma.org/eacomp/2017/anais%202017/NEWFila-Virtual-Um-modelo-inovador-para-filas.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

PAIVA, Derlyane C. S. D.; NASCIMENTO, Juliana C. D.; CABRAL, Bethânia E. M.; FÉLIX, Ana Carolina. F.; LOPES, Marina S.; ESTEVAM, Elaine. Avaliação do índice de resto-ingestão em uma unidade de alimentação e nutrição de um hospital oncológico após alteração no sistema de distribuição e controle de sobras. **Revista Científica da Faminas**, Muriaé, MG, v. 11, n. 1, p. 33-38, 2015. ISSN: 1807-6912. Disponível em: <https://periodicos.faminas.edu.br/index.php/RCFaminas/article/view/5/0>. Acesso em: 15 jun. 2025.

RABELO, Natália de M. L.; ALVES, Thereza Cristina U. Avaliação do percentual de resto-ingestão e sobra alimentar em uma unidade de alimentação e nutrição institucional. **Revista brasileira de Tecnologia Agroindustrial**, Ponta Grossa, PR, v. 10, n. 1, p. 2039-2052, 2016. ISSN: 1981-3686. DOI: <https://doi.org/10.3895/rbta.v10n1.1808>. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rbta/article/view/1808>. Acesso em: 15 jun. 2025.

ROQUE, Eduardo M.; TORRES, André U.; SANTOS, Ariane. Da qualidade em serviços à lealdade: perspectiva teórica do comportamento do consumidor. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, SP, v. 16, n. 2, p. 207-217, 2017. ISSN: 2177-5184. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471755324009.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

SANTOS, José L. G.; ERDMANN, Alacoque L.; MEIRELLES, Betina H. S.; LANZONI, Marcellino M.; CUNHA, Viviane P.; ROSS, Ratchneewan. Integração entre dados quantitativos e qualitativos em uma pesquisa de métodos mistos. **Texto & Contexto Enfermagem**, Florianópolis, SC, v. 26, n. 3, e1590016, 2017. ISSN: 0104-0707. DOI: <https://doi.org/10.1590/0104-07072017001590016>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/cXFB8wSVvTm6zMTx3GQLWcM/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 jun. 2025.

SHELLINCK, Tony; BROOKS, Maria R. Developing an instrument to assess seaport effectiveness in service delivery. **International Journal of Logistics Research and Applications**, v. 19, n. 2, p. 143-157, 2016. ISSN: 1367-5567. DOI: <https://doi.org/10.1080/13675567.2015.1059412>. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/281214560\\_Developing\\_an\\_instrument\\_to\\_assess\\_seaport\\_effectiveness\\_in\\_service\\_delivery](https://www.researchgate.net/publication/281214560_Developing_an_instrument_to_assess_seaport_effectiveness_in_service_delivery). Acesso em: 15 jun. 2025.

SILVA, Andressa B. **Treinamento e desenvolvimento como vantagem competitiva para pequenas empresas**: um estudo de caso. 2016. Relatório Final de Estágio Supervisionado Obrigatório (Graduação em Gestão do Agronegócio) – Universidade de Brasília – Planaltida, DF, 2016. Disponível em: [https://bdm.unb.br/bitstream/10483/15838/1/2016\\_AndressaBernardoDaSilva\\_tcc.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/15838/1/2016_AndressaBernardoDaSilva_tcc.pdf). Acesso em: 15 jun. 2025.

SILVA, Erivania L.; SILVA, Maria A. **Segurança Alimentar - Implantando ISO 22000**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Faculdade Raimundo Marinho, Maceió, AL, 2014. Disponível em: <https://raimundomarinho.edu.br/rtda/files/original/30419bc83a33ba73fbb2ebf418e78766287f5630.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

SILVA, Géssica T. B.; NEVES, Jackson M. Desafios e Perspectivas: Avaliação de Desempenho da Secretária de Gestão de Pessoas de Juazeiro-BA. **Revista de psicologia**, Fortaleza, CE, v. 13, n. 45, p. 1125-1137, 2019. ISSN: 1981-1179. DOI: <https://doi.org/10.14295/online.v13i45.1814>. Disponível em: <https://online.emnuvens.com.br/id/article/view/1814>. Acesso em: 15 jun. 2025.

SILVA, Lizana I.; FERREIRA, Denize D. M. Efeitos da Adaptabilidade de Carreira na Satisfação no Trabalho: uma olhadinha no dia a dia dos profissionais da contabilidade. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, Brasília, DF, v. 17, n. 4, p. 374-393, out./dez. 2023. ISSN: 1981-8610. DOI: <http://dx.doi.org/10.17524/repec.v17i4.3336>. Disponível em: <https://www.repec.org.br/repec/article/view/3336/1810>. Acesso em: 15 jun. 2025.

SITOE, Arthur A. **Influência do absenteísmo na avaliação do desempenho profissional dos funcionários do IFPELAC – Serviços Centrais**. 2024. Monografia (Graduação em Licenciatura em Psicologia das Organizações) - Universidade Eduardo Mondlane, Maputo, Moçambique, set. 2024. Disponível em: <http://monografias.uem.mz/jspui/handle/123456789/4087>. Acesso em: 30 jun. 2025.

STEPPACHER, Damian. **Estrutura de avaliação da qualidade percebida e desempenho em serviços administrativos de instituição de ensino superior**. 2018. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, RS, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/174429>. Acesso em: 15 jun. 2025.

TURCHETTO, Queila; OLIVEIRA, Mariana L. C.; ANDREAZZI, Márcia A.; EMANUELLI, Isabele P. Indicadores de sustentabilidade socioambientais nas práticas de produção mais limpa em unidades de alimentação coletiva. **Research, Society and Development**, Maringá, PR, v. 10, n. 13, 2021. ISSN: 2525-3409. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i13.20914>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/20914/18809>. Acesso em: 29 jun. 2025.

VAZ, Célia S. **Restaurantes – Controlando custos e aumentando lucros**. p. 196 Brasília. LGE. 2006.

VIEIRA, Flávia S. T.; ÁVILA, Eudes T. P.; GONZAGA, Anna L. S.; COELHO, João H.; ALMADA, Maria O. R. V. Avaliação de resto-ingesta em uma unidade de alimentação e nutrição de um restaurante comunitário. **Research, Society and Development**, Maringá, PR, v. 11, n. 3, e50611326777, 2022. ISSN: 2525-3409. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i3.26777>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/26777/23484>. Acesso em: 15 jun. 2025.