

# AVALIAÇÃO DOS FATORES DE SATISFAÇÃO DOS COMENSAIS COM O SERVIÇO DO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO



Revista  
**Desafios**

Artigo Original  
Original Article  
Artículo Original

*Assessment of diners' satisfaction factors with the college restaurant service*

*Evaluación de los factores de satisfacción de los comensales con el servicio de restauración de la universidad*

Carlos Rodrigo Nascimento de Lira<sup>\*1</sup>, Waleska Bacelar de Jesus<sup>2</sup>, Sulamita Oliveira Gonzaga<sup>2</sup>, Maria da Conceição Pereira da Fonseca<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Alimentos, Nutrição e Saúde da Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

<sup>2</sup> Nutricionista pela Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

<sup>3</sup> Docente do Departamento de Ciências dos Alimentos da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

\*Correspondência: Programa de Pós-Graduação em Alimentos, Nutrição e Saúde, Universidade Federal da Bahia, Av. Araújo Pinho - nº 32 - Canela, Salvador, Bahia, Brasil. CEP: 40.110-15. E-mail: [carlos.rodriigo.n@hotmail.com](mailto:carlos.rodriigo.n@hotmail.com).

Artigo recebido em 08/09/2020 aprovado em 29/10/2021 publicado em 26/04/2022.

## RESUMO

Estudar a satisfação dos comensais com o restaurante universitário é importante para possibilitar identificar aspectos tangíveis e intangíveis que influenciam tal desfecho. Assim, objetivando estabelecer uma discussão entre satisfação dos comensais com o cardápio e serviço prestado em restaurante universitário e os fatores a eles associados, entrevistamos 556 comensais do serviço de alimentação em Universidade Federal no nordeste brasileiro. Para identificar quais atributos das preparações eram previsoras para satisfação com a composição do cardápio e avaliar os atributos previsores para gostar do elemento do cardápio, realizamos regressão multinomial. A correlação entre frequência ao restaurante e satisfação com higiene, cordialidade e comunicação dos funcionários realizamos correlação de Spearman. Dentre os entrevistados, 96,05% eram estudantes, que realizavam principalmente o almoço (48,40%) e frequentavam constantemente o restaurante (55,80%). O sabor foi o atributo com influência para os comensais gostarem de nove preparações e o aspecto visual de seis. Os fatores associados a total satisfação com a composição do cardápio foram sabor (IC95%: 1,264-3,279), variedade (IC95%: 1,284-3,303) e quantidade (IC95%: 1,273-2,971) da salada; visual do feijão (IC95%: 1,063-3,289), bebida (IC95%: 1,289-3,777) e arroz (IC95%: 1,049-2,670). Assim, conclui-se que a satisfação dos comensais com restaurante universitário está relacionada com a composição do cardápio.

**Palavras-chave:** Serviço de alimentação, Satisfação dos consumidores, Cardápio.

## ABSTRACT

*Studying the satisfaction of diners with the university restaurant is important to enable the identification of tangible and intangible aspects that influence this outcome. Thus, in order to establish a discussion between the satisfaction of diners with the menu and service provided in a university restaurant and the factors associated with them, we interviewed 556 diners from the food service at the Federal University in northeastern Brazil. In order to identify which attributes of the preparations were predictive for satisfaction with the composition of the menu and to evaluate the predictive attributes for liking the menu element, we performed multinomial regression. The correlation between attendance to the restaurant and satisfaction with hygiene, cordiality and communication of the employees was carried out by Spearman. Among the interviewees, 96.05% were students, who mainly had lunch (48.40%) and frequented the restaurant (55.80%). The flavor was the attribute with influence for the diners to like*

nine preparations and the visual aspect of six. The factors associated with total satisfaction with the composition of the menu were flavor (95%CI: 1,264-3,279), variety (95%CI: 1,284-3,303) and quantity (95%CI: 1,273-2,971) of the salad; visual appearance of beans (95%CI: 1,063-3,289), drink (95%CI: 1,289-3,777) and rice (95%CI: 1,049-2,670). Thus, it is concluded that the satisfaction of diners with a university restaurant is related to the composition of the menu.

**Keywords:** Food service, Consumer satisfaction, Menu.

## RESUMEN

Estudiar la satisfacción de los comensales con el restaurante universitario es importante para permitir la identificación de aspectos tangibles e intangibles que influyen en este resultado. Así, para establecer una discusión entre la satisfacción de los comensales con el menú y el servicio brindado en un restaurante universitario y los factores asociados a ellos, entrevistamos a 556 comensales del servicio de alimentos de la Universidad Federal en el noreste de Brasil. Para identificar qué atributos de las preparaciones eran predictivos de la satisfacción con la composición del menú y evaluar los atributos predictivos del agrado del elemento del menú, realizamos una regresión multinomial. La correlación entre la asistencia al restaurante y la satisfacción con la higiene, cordialidad y comunicación de los empleados fue realizada por Spearman. Entre los entrevistados, el 96,05% eran estudiantes, quienes mayoritariamente almorzaban (48,40%) y asistían constantemente al restaurante (55,80%). El sabor fue el atributo con influencia para que los comensales gustaran nueve preparaciones y el aspecto visual de seis. Los factores asociados a la satisfacción total con la composición del menú fueron el sabor (IC 95%: 1.264-3.279), la variedad (IC 95%: 1.284-3.303) y la cantidad (IC 95%: 1.273-2.971) de la ensalada; apariencia visual de frijoles (95% CI: 1.063-3.289), bebida (95% CI: 1.289-3.777) y arroz (95% CI: 1.049-2.670). Así, se concluye que la satisfacción de los comensales con un restaurante universitario está relacionada con la composición del menú.

**Descriptor:** Servicio de alimentación, Satisfacción del consumidor, Menú.

## INTRODUÇÃO

Em serviços de alimentação são produzidas e distribuídas refeições para diversas populações, dentre elas, os universitários. No Brasil, fazem parte destes serviços os Restaurantes Universitários (RU), equipamentos pertencentes à Política Nacional de Assistência Estudantil geridos pelas Instituições Federais de Ensino Superior (BRASIL, 2010; SANTOS, 2016).

A gestão destes RU ocorre com o orçamento das universidades repassado pelo governo federal (SANTOS, 2016). Neste sentido, os nutricionistas possuem o desafio de administrar a produção de refeições a baixo custo associado à prerrogativa de uma alimentação nutricionalmente equilibrada e em adequadas condições de higiene, objetivando proporcionar melhores condições de alimentação, nutrição e saúde aos estudantes (RAMOS *et al.*, 2013;

CAVALCANTE *et al.*, 2017; CAVALER *et al.*, 2018).

Quando comparado a outros serviços de alimentação, os RU possuem algumas diferenças, dentre elas, não possuir fins lucrativos. No tocante satisfação dos estudantes, os fatores envolvidos também perpassam por questões referentes ao cardápio, atendimento e acessibilidade, demonstrando necessidade de acompanhamento da satisfação deste público, principalmente por se tratar da prestação de um serviço público (VIDRIK, 2006; FEIL *et al.*, 2015; BARBOSA *et al.*, 2019).

Neste sentido, a satisfação que o consumidor demonstra pelo serviço ou produto pode distinguir-se em dois modos: o primeiro refere-se a uma avaliação logo após consumir ou utilizar o serviço, sendo esta representada pelo conceito de satisfação com uma relação; já a segunda forma pode ser a satisfação acumulada, ou seja, uma opinião a partir de um longo

período utilizando aquele serviço/produto (ROSSI; SLONGO, 1998; GARBARINO; JOHNSON, 1999). Nos RU, o segundo modo é o mais observado, tendo em vista os longos períodos vivenciando a universidade.

Estudos que investigam a alimentação dos universitários dentro do campus são observados em várias partes do mundo, principalmente devido ao aumento de indivíduos que ingressam no ensino superior, aumentando conseqüentemente o número de serviços que oferecem alimentação nas universidades (KIM *et al.*, 2004; IBRAHIM *et al.*, 2018). Desta forma, a frequência aos serviços de alimentação está atrelada a fatores que vão desde refeições a baixo custo até facilidade de acesso, diante do tempo disponibilizado para os estudos de maneira geral (FEITOSA *et al.*, 2019).

Frente a tal cenário, ressaltamos quatro pontos que demonstram a importância da realização de estudos que investiguem a satisfação dos estudantes com relação aos RU com gestão pública no Brasil: primeiro, com o objetivo de possibilitar a identificação dos aspectos tangíveis e intangíveis que influenciam para tal satisfação e assim, apresentar onde é necessário intervir para melhor utilização dos recursos públicos destinados a tal finalidade (CAVALER *et al.*, 2018); o segundo ponto refere-se à ampliação do debate, sobretudo por não ser em um serviço central da universidade, mas sim periférico e por tanto, um setor pouco explorado (COUTINHO, 2007; SANTOS, 2016); em terceiro, estes estudos são necessários para desmistificar estigmas existentes acerca da qualidade das refeições; e o quarto ponto, diz respeito a baixa presença de informações em editais de licitação, referentes à obrigatoriedade de aplicação de pesquisa de satisfação com os comensais (CAVALER *et al.*, 2018).

Assim, o objetivo deste estudo é discutir a satisfação dos comensais com o cardápio e serviço prestado em restaurante universitário e os fatores a eles associados.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Estudo com abordagem quantitativa, realizado em três refeitórios de um Restaurante Universitário, localizado em universidade pública de um município da Bahia, Brasil. O RU era gerido por duas concessionárias distintas, onde uma delas administrava dois dos refeitórios em estudo. Tais refeitórios estavam dispostos em campus distintos da Universidade (campus I, II, III).

Para o cálculo amostral, tomou-se por base a média de refeições servidas nos três refeitórios (campus I n = 2.000 refeições; campus II n = 570 refeições; campus III n = 320 refeições), considerando nível de confiança de 95% ( $\alpha=0,05$ ) e admitindo-se um erro amostral de 5% ( $d=0,05$ ). O n encontrado foi de 556 estudantes (campus I n = 281; campus II n = 135; campus III n = 140).

A coleta de dados ocorreu entre agosto e setembro de 2019, por meio de preenchimento de formulário elaborado pelos pesquisadores. Para comporem o formulário, as variáveis foram escolhidas a partir da revisão de literatura acerca de trabalhos sobre pesquisa de satisfação (IBRAHIM *et al.*, 2018; ARAÚJO *et al.*, 2019) e por discussão do grupo composto por nutricionistas e técnicos em nutrição e dietética da Universidade. Para aplicação, a abordagem direta foi utilizada quando os estudantes estavam no refeitório ou quando se dirigiam ao setor de devolução de bandejas. O critério de inclusão foi possuir disponibilidade para responder às questões, já o de não inclusão, ser estudante participante da execução da pesquisa. A participação voluntária na

pesquisa foi formalizada por assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido.

O instrumento foi testado em estudo piloto e passou por validação de constructo e de conteúdo pela técnica *Delphi* e está em processo de finalização da redação do manuscrito. Ainda, o coeficiente Alpha de Cronbach foi utilizado para avaliar a confiabilidade do instrumento, atingindo escore global de 0,95, representando forte homogeneidade entre as questões (LANDIS; KOCH, 1977). As categorias que compuseram o instrumento foram: Características da frequência do comensal ao RU; Aspectos relacionados ao cardápio; Questões relacionadas à higiene individual e material; Qualidade do serviço e Informações sobre o atendimento.

As características da frequência ao RU foram: vínculo (estudante bolsista, estudante não bolsista, professor, funcionário, outros); ano de ingresso na universidade (<2015, >2016); frequência ao RU (raramente - uma ou duas vezes a cada seis meses; ocasionalmente - uma ou duas vezes ao mês; frequentemente - quatro vezes por semana; muita frequência - cinco a sete dias); refeição que costumava realizar no RU (almoço, jantar, ambas as refeições); dia da semana que mais frequentava o RU; campus que pertence (I, II, III).

Os aspectos relacionados ao cardápio foram: se gostou ou não de cada elemento do cardápio (sim/não), levando em consideração que o cardápio era composto por salada, molho de salada, molho de pimenta, acompanhamento (arroz/feijão), guarnição, prato principal (PP), prato opcional ovolactovegetariano (OP<sub>1</sub>), prato opcional vegetariano (OP<sub>2</sub>), sobremesa (doce/fruta) e bebida não alcoólica; preferência de sobremesa (fruta, doce, as duas sobremesas); satisfação com a composição do cardápio e satisfação com os atributos do cardápio, ou

seja, o sabor, temperatura, quantidade, aspecto visual e variedade. Para tal, a opção de resposta incluiu escala tipo *Likert* de sete pontos (totalmente insatisfeito = 1; muito insatisfeito = 2; moderadamente insatisfeito = 3; indiferente = 4; moderadamente satisfeito = 5; muito satisfeito = 6; totalmente satisfeito = 7).

Questões relacionadas à higiene individual e material foram: satisfação com a higiene do manipulador e dos estudantes ao se servirem, higiene dos balcões de distribuição, bandejas/talheres, mesa/cadeira, pia para higiene das mãos, ambiente físico. As informações sobre o atendimento de pessoal e qualidade do serviço foram: satisfação com a cordialidade e comunicação dos copeiros, nutricionistas das empresas, operadoras de caixa, segurança dos refeitórios, Auxiliares de Serviços Gerais (ASG) e do Núcleo de Segurança Alimentar (NuSA) da Universidade; satisfação com o horário de distribuição das refeições. Para tais categorias também foi utilizada escala *Likert* de sete pontos.

Os dados foram analisados descritivamente e apresentados como frequências absolutas e relativas para as categorias das variáveis vínculo, dias que frequentavam o RU, campus pertencente, frequência ao RU, refeição que realizava, ano de ingresso na universidade, sobremesa de preferência e satisfação com o horário de funcionamento do RU.

A segunda etapa analítica consistiu na realização de análise multivariável por regressão logística multinomial que teve interesse de identificar quais atributos de cada preparação servida no RU (sabor, temperatura, quantidade, aspecto visual, variedade) eram previsoras para a satisfação com a composição geral do cardápio (totalmente insatisfeito, muito insatisfeito, moderadamente insatisfeito, indiferente, moderadamente satisfeito, muito satisfeito

e totalmente satisfeito); e para avaliar quais atributos por preparação (ex: atributos da salada) eram previsoras para o estudante gostar do elemento do cardápio (ex: gostar da salada).

Para seleção das variáveis independentes a entrarem no modelo primeiramente realizamos análises bivariadas uma a uma considerando um  $p < 0,20$ . Para considerar a entrada da variável no modelo, também observamos sua plausibilidade teórica. Ainda, cada modelo foi realizado por cada preparação. Desta forma, os modelos finais foram construídos mantendo as variáveis com  $p < 0,05$  usando uma abordagem de personalização por etapa.

Estimamos o *odds ratio* (OR) e seus respectivos Intervalos de Confiança (IC95%). As variáveis que apresentaram multicolinearidade (tolerance  $< 0,1$  e VIF - Fator de Inflação da Variância  $> 10$ ) (HAIR *et al.*, 2009) foram excluídas. O modelo e a qualidade do ajuste do modelo foram analisados através do Pseudo R-Square ( $R^2$ ) de Nagelkerke, admitindo-se como satisfatório valor  $p > 0,2$  (SMITH; MCKENNA, 2013; HENSHER, 1981) e Teste de Deviance ( $p > 0,05$ ). Para avaliar se a variável independente apresentava relação estatisticamente significativa com a dependente e se cada coeficiente era significativamente diferente de zero, foi utilizada a estatística de Wald. A significância estatística do modelo foi avaliada utilizando o teste da razão de verossimilhança ( $p < 0,05$ ) (HOSMER; LEMESHOW, 2000).

Por fim, para verificar correlação entre frequência ao RU e satisfação com as questões de higiene (do balcão, bandeja, mesa, pia, higiene do manipulador, do aluno e do ambiente) assim como cordialidade e comunicação dos funcionários (copeira, nutricionista da empresa, operadora de caixa,

segurança, ASG e NuSA) foi realizado o teste de correlação de Spearman.

A tabulação dos dados ocorreu por dupla entrada no programa EpiData versão 3.0 (EpiData Association, Odense, Dinamarca) e todas as análises realizadas no *software IBM Social Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 21.0.*, adotando nível de significância de 5%. O estudo faz parte de um projeto maior aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia, com parecer de nº 228.318/2012 e obedeceu aos princípios éticos derivados da Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos 556 comensais participantes da pesquisa, 50,50% pertenciam ao campus central da universidade, ou seja, o campus I. Referente ao público que utilizava o RU houve predominância dos estudantes (96,05%), sendo a refeição almoço a mais realizada (48,40%). Em relação ao tempo que ingressaram na universidade, 65,47% da amostra estava desde o ano de 2016. Grande parte dos participantes (55,80%) frequentava constantemente o RU, sendo o final de semana o período que obteve menos frequência (58,10%). Quanto à satisfação com o horário de funcionamento, 70,50% estavam satisfeitos e 50,20% preferiam as duas opções de sobremesa (Tabela 1).

O fato de o maior público a frequentar os refeitórios ser de estudantes e a constante frequência ao RU demonstra a importância que ele tem como instrumento para auxiliar na alimentação dos estudantes enquanto estão nos campus. Nesta perspectiva, a implementação de RU também é importante por ser um espaço para promoção da adoção de práticas alimentares saudáveis bem como

de melhoria da alimentação dos estudantes com maior assiduidade a ele (PEREZ *et al.*, 2019).

Para Santos (2016) e Wooten *et al.* (2018), a comunidade acadêmica não avalia a universidade apenas por sua atividade fim, como o ensino e a pesquisa, por exemplo, mas também pela qualidade de

outros serviços, dentre eles, a alimentação. Diante da necessidade em permanecer por longas horas na universidade, a procura por tais serviços é inevitável (FEITOSA *et al.*, 2019) e de tal modo, altas expectativas são colocadas por parte dos estudantes para o serviço e cardápios ofertados.

**Tabela 1.** Caracterização da frequência aos refeitórios do Restaurante Universitário. Salvador, Bahia, 2019.

Variáveis	Opções de Resposta	Frequência (%)
Vínculo	Estudante Bolsista	191 (34,35)
	Estudante Não Bolsista	343 (61,70)
	Professor	1 (0,20)
	Funcionário	2 (0,35)
	Outros	19 (3,40)
Ano de ingresso	< 2015	192 (34,53)
	>2016	364 (65,47)
Refeição que realiza	Almoço	269 (48,40)
	Jantar	52 (9,40)
	Ambas	235 (42,20)
Dias que realiza as refeições	Segunda	392 (70,50)
	Terça	451 (81,10)
	Quarta	442 (79,50)
	Quinta	464 (83,50)
	Sexta	398 (71,60)
	Sábado	178 (32,00)
	Domingo	145 (26,10)
Campus pertencente	I	281 (50,50)
	II	140 (25,20)
	III	135 (24,30)
Frequência do estudante ao RU	Raramente	16 (2,90)
	Ocasionalmente	67 (12,00)
	Frequentemente	163 (29,30)
	Muita frequência	310 (55,80)
Preferência pela sobremesa	Fruta	139 (25,00)
	Doce	138 (24,80)
	Ambas	279 (50,20)
Satisfação com o horário de funcionamento	Insatisfeito	101 (18,20)
	Indiferente	63 (11,30)
	Satisfeito	392 (70,50)

Desta forma, autores sugerem que o cliente satisfeito está mais propício a retornar, indicar ou tornar-se assíduo (EDWARD; SAHADEV, 2011; AL-TIT, 2015). Em contrapartida, Danesh *et al.* (2012) consideram que a satisfação não é variável singular para a fidelização do cliente com o serviço. Apesar disso, dentre os fatores que influenciam a satisfação, o tempo em que frequentam determinado estabelecimento também contribui para este alcance.

Neste estudo, 70,50% dos participantes estavam na universidade desde o ano de 2016, portanto, três anos desde o momento da pesquisa. Estes achados aproximam-se com os de Feitosa *et al.* (2019) onde o maior tempo na universidade entre os estudantes investigados no RU foi de 2 a 3 anos (23,0%). Apesar dos achados, não foi possível, aqui, estabelecer uma relação entre o tempo na universidade e a satisfação com o RU.

Para além disso, muitos autores demonstram que os principais fatores envolvidos na satisfação dos comensais com serviços de alimentação, independente do segmento, são questões que envolvem o cardápio e o serviço prestado (KAURA *et al.*, 2014; MENSAH; MENSAH, 2018; EL-SHERBINY *et al.*, 2019; ZHONG; MOON, 2020).

Ao analisar os atributos de cada preparação do cardápio para verificar associação com o comensal gostar da preparação, observou-se que, quando

comparado a quem não gostava da preparação do cardápio, o sabor foi o atributo que apresentou influência para os comensais gostarem de nove preparações e o aspecto visual de seis. Os dois atributos estiveram juntos em preparações como molho de pimenta, feijão e prato principal (Tabela 2). Os atributos que não constam na Tabela 2 não apresentaram resultado estatisticamente significativo, ou seja, estatística de Wald  $p > 5\%$ .

**Tabela 2.** Atributos por preparação do cardápio que apresentou influência para o estudante gostar da referida preparação. Salvador, Bahia, 2019.

<b>Preparação/Atributo</b>	<b>Gostar da preparação do cardápio OR (IC95%)</b>
<b>Salada</b>	
Variedade	1,210 (1,014-1,445)
Sabor	1,626 (1,328-1,992)
<b>Molho da salada</b>	
Temperatura	1,476 (1,220-1,786)
Visual	1,300 (1,091-1,549)
<b>Molho de pimenta</b>	
Sabor	1,394 (1,060-1,834)
Temperatura	1,344 (1,015-1,778)
Visual	1,392 (1,048-1,848)
<b>Arroz</b>	
Sabor	2,261 (1,870-2,734)
<b>Feijão</b>	
Sabor	1,693 (1,407-2,036)
Visual	1,411 (1,163-1,714)
<b>Prato Principal</b>	
Sabor	1,391 (1,122-1,724)
Visual	1,359 (1,108-1,668)
<b>Guarnição</b>	
Variedade	1,231 (1,018-1,489)
Sabor	1,276 (1,028-1,584)
<b>Prato Opcional 1</b>	
Variedade	1,293 (1,047-1,597)
Visual	1,484 (1,187-1,856)
<b>Prato Opcional 2</b>	
Sabor	1,601 (1,274-2,013)
Temperatura	1,288 (1,036-1,602)
<b>Fruta</b>	
Visual	1,852 (1,562-2,197)
<b>Doce</b>	
Sabor	1,592 (1,333-1,901)
Quantidade	1,291 (1,079-1,544)
<b>Bebida</b>	
Sabor	2,109 (1,799-2,473)

Legenda: OR = Odds Ratio; IC = Intervalo de Confiança. Categoria de referência = Não gostar.

A gestão de RU no Brasil pode ocorrer por gestão própria ou de forma terceirizada, sendo esta

segunda opção a observada na universidade em estudo. Nesta modalidade, muitas vezes as empresas

operam apenas para cumprir as exigências contratuais não se atentando em proporcionar satisfação aos comensais. Assim, realizamos o estudo para avaliar o grau de satisfação dos comensais através dos atributos (sabor, temperatura, quantidade, aspecto visual e variedade) para identificar se eram influenciadores para os estudantes gostar ou não das preparações que compunha os cardápios, permitindo assim uma análise detalhada.

Existe uma dificuldade em se analisar a qualidade percebida por parte dos comensais para compreender sua satisfação com o produto ofertado, sobretudo quando o que se deseja avaliar são atributos referentes a alimentos produzidos em escala industrial.

Contudo, os atributos aqui avaliados foram de algum modo, previsores para gostar das preparações servidas. Tais achados reforçam a importância das refeições estarem de acordo ao paladar do público alvo (atributos sensoriais, sobretudo) e que através da pesquisa de satisfação é possível identificar os pontos fortes do cardápio, assim como onde há necessidade de melhorias (SIMÕES *et al.*, 2017).

Estes achados reforçam os de Barreto (2018), Cha e Seo (2019) onde o sabor das preparações foi um dos fatores que contribuíram para a satisfação dos comensais com o cardápio servido. De tal modo, no Brasil, Honicky *et al.* (2017) identificaram que a aparência dos alimentos (77%) foi um dos fatores que mais influenciaram nas escolhas alimentares em um restaurante *self-service*.

Para verificar quais atributos dos elementos do cardápio estavam associados à satisfação do comensal com a composição geral do cardápio, identificou-se que, quando comparado a quem referiu ser “indiferente” a esta variável, não houve associação de nenhum atributo para pertencer ao grupo “totalmente insatisfeito” e “moderadamente

insatisfeito”. Por outro lado, o sabor da salada (IC95%: 0,278-0,766) e do prato principal (IC95%: 0,173-0,553), assim como o visual da bebida (IC95%: 1,371-3,842) foram os atributos que estiveram associados para os participantes estarem “muito insatisfeitos” com a composição do cardápio (Tabela 3).

O sabor do prato principal, o aspecto visual da bebida, prato principal e do feijão e a quantidade da salada e do molho de pimenta servidos, foram os atributos que estiveram associados para os comensais pertencerem ao grupo “moderadamente satisfeito” em comparação ao grupo “indiferente” (Tabela 3).

Houve maior chance de pertencer ao grupo “muito satisfeito” com a composição do cardápio em relação ao grupo “indiferente” na avaliação dos atributos visual (guarnição, arroz e bebida), sabor (salada), quantidade (molho de pimenta) e variedade (feijão) (Tabela 3).

Para o comensal sentir-se “totalmente satisfeito” com a composição do cardápio, houve maior chance de pertencer a este grupo em relação ao grupo “indiferente” para os atributos sabor (IC95%: 1,264-3,279), variedade (IC95%: 1,284-3,303) e quantidade (IC95%: 1,273-2,971) da salada; e aspecto visual do feijão (IC95%: 1,063-3,289), bebida (IC95%: 1,289-3,777) e arroz (IC95%: 1,049-2,670) (Tabela 3). Também, os atributos que não constam na Tabela 3 por preparação apresentaram estatística de Wald  $p > 5\%$ .

A composição do cardápio oferecido na instituição em estudo foi, de certo modo, não comum ao padrão de cardápios observados em outras universidades públicas do Brasil (MACIEL *et al.*, 2019), principalmente pela oferta de preparações ovolactovegetariana, vegetariana, sobremesa e duas opções de entrada. Neste tocante, nenhum atributo por



preparação foi previsor para o comensal sentir-se totalmente insatisfeito ou moderadamente insatisfeito com tal composição.

Foi possível constatar que houve mais atributos que influenciavam para o comensal estar muito satisfeito e totalmente satisfeito (sabor,

quantidade, aspecto visual e variedade) com a composição do cardápio do que para estarem moderadamente satisfeito (sabor, visual e quantidade) e muito insatisfeito (sabor e visual), representando então maior satisfação com tal composição.

**Tabela 3.** Atributos por elemento do cardápio que influenciaram no grau de satisfação dos estudantes com a composição do cardápio. Salvador, Bahia, 2019.

Satisfação com a composição do cardápio	Preparação (atributo)	OR	IC 95%
Muito Insatisfeito	Prato principal (sabor)	0,309	(0,173-0,553)
	Salada (sabor)	0,461	(0,278-0,766)
	Bebida (visual)	2,295	(1,371-3,842)
Moderadamente Satisfeito	Prato principal (sabor)	0,697	(0,499-0,973)
	Feijão (visual)	1,488	(1,095-2,023)
	Salada (quantidade)	1,388	(1,081-1,781)
	Molho de pimenta (quantidade)	0,649	(0,487-0,866)
	Prato principal (visual)	1,586	(1,161-2,167)
	Bebida (visual)	1,353	(1,018-1,798)
Muito Satisfeito	Guarnição (visual)	1,746	(1,152-2,646)
	Salada (sabor)	1,585	(1,112-2,259)
	Molho de pimenta (quantidade)	0,586	(0,419-0,818)
	Arroz (visual)	1,939	(1,365-2,756)
	Feijão (variedade)	1,416	(1,015-1,975)
	Bebida (visual)	1,485	(1,060-2,081)
Totalmente Satisfeito	Feijão (visual)	1,870	(1,063-3,289)
	Salada (sabor)	2,036	(1,264-3,279)
	Salada (quantidade)	1,945	(1,273-2,971)
	Salada (variedade)	2,060	(1,284-3,303)
	Arroz (visual)	1,673	(1,049-2,670)
	Bebida (visual)	2,207	(1,289-3,777)

Legenda: OR = Odds Ratio; IC = Intervalo de Confiança. Categoria de referência = Indiferente.

Com base nestes resultados, que são reforçados por outras abordagens (SHIN *et al.*, 2017; JUNIOR *et al.*, 2019), percebe-se que a qualidade do alimento é um forte fator para a satisfação com o cardápio. Desta forma, o adequado gerenciamento de tais fatores é imprescindível para um bom funcionamento, fidelização e percepção positiva por parte dos comensais (ALI; RYU, 2015; SMITH *et al.*, 2019). Neste estudo, diante do amplo conceito acerca de qualidade, assume-se por qualidade do cardápio os

aspectos que o compõem em termos sensoriais e quantitativos. Ibrahim *et al.* (2018) ao determinarem os fatores que influenciavam a satisfação dos alunos em relação ao serviço de alimentação em uma universidade da Malásia, concluíram que a qualidade dos alimentos servidos teve maior impacto na satisfação dos alunos, sendo portanto a variável dominante para a satisfação do comensal e assim ela tem o maior impacto na satisfação. Na Jordânia, Al-Tit (2015) ao investigar as relações entre qualidade

dos alimentos e retenção dos comensais em restaurantes confirmou sua hipótese de que a qualidade dos alimentos influencia positivamente a satisfação do comensal, pois 66,4% da satisfação dos comensais foram explicadas pela qualidade dos alimentos.

Divergindo de tais achados, Hong e Lee (2019), ao avaliarem o grau de satisfação com o serviço de alimentação em universidade da Coreia do Sul, identificaram que sabor, temperatura e variedade foram as variáveis que apresentaram importância, porém baixa satisfação, demonstrando então necessidade de melhoria.

Assim como no presente estudo, o aspecto visual, quantidade e variedade das preparações servidas foram encontrados como importantes influenciadores para satisfação ou insatisfação com o serviço de alimentação em outras investigações. Shin *et al.* (2017) identificaram que a variedade (36,6%) e quantidade (7,7%) foram itens que necessitavam de melhorias para aumentar a satisfação com as refeições do almoço escolar. No estudo de Cavalcante *et al.* (2017) em um RU do Paraná observaram que houve 43% de insatisfação com a variedade do cardápio no turno do jantar. Em contrapartida, Barreto (2018) encontrou que 56% dos comensais estavam satisfeitos com a variedade da refeição servida e para Honicky *et al.* (2017) a variedade (66%) foi um dos fatores que influenciaram na escolha dos alimentos.

Chama atenção neste estudo que o atributo temperatura não esteve presente para o estudante gostar de preparações que possibilite melhor característica organoléptica (bebida e sobremesa, por exemplo) ou que contribua para deixá-lo satisfeito com a composição do cardápio, diferente do observado em outros estudos, onde tal atributo foi influente para o comensal gostar ou estar satisfeito

com a preparação (CAVALCANTE *et al.*, 2017; HONICKY *et al.*, 2017; SHIN *et al.*, 2017).

Através do teste de correlação de Spearman foi identificada uma correlação positiva apenas entre frequência dos comensais ao restaurante universitário e satisfação com a higiene dos balcões de distribuição ( $\rho$  0,109;  $p < 0,005$ ), ou seja, quanto maior a frequência dos estudantes ao RU, maior sua satisfação com a higiene dos balcões de distribuição e vice versa.

Já a correlação entre frequentar o RU e satisfação com a cordialidade e comunicação dos trabalhadores, foi observada uma correlação positiva com a cordialidade das copeiras ( $\rho$  0,100;  $p < 0,005$ ), operadoras de caixa ( $\rho$  0,171;  $p < 0,001$ ) e auxiliares de serviços gerais ( $\rho$  0,104;  $p < 0,005$ ), assim como com a comunicação com copeiras ( $\rho$  0,091;  $p < 0,005$ ), operadoras de caixa ( $\rho$  0,184;  $p < 0,001$ ) e auxiliares de serviços gerais ( $\rho$  0,090;  $p < 0,005$ ). Contudo, não houve correlação estatisticamente significativa entre tais questões com relação aos profissionais do Núcleo de Segurança Alimentar da Universidade, os seguranças dos refeitórios e as nutricionistas das concessionárias ( $p > 0,005$ ).

A satisfação dos comensais não está relacionada exclusivamente a qualidade dos alimentos, pois dimensões que envolvem a prestação do serviço, sobretudo na esfera pública, também são avaliadas pelos usuários e importantes de serem investigados (DUTTA *et al.*, 2014; SANTOS, 2016; SANTOS *et al.*, 2017). Nesta perspectiva, Al-Tit (2015) constatou em seu estudo realizado em restaurantes na Jordânia que a qualidade do serviço não apenas melhora a satisfação do comensal, como também leva à fidelização dos mesmos.

No estudo de Júnior *et al.* (2019) em restaurante no Brasil, os autores identificaram uma preocupação dos funcionários em servir bem o

comensal ( $\mu = 4,28$ ). De igual modo, em estudo realizado em RU por Simões *et al.* (2017), as autoras constataram que a capacitação dos trabalhadores esteve diretamente relacionada com a satisfação dos comensais pois tal ação melhorou a qualidade do serviço prestado.

Ressaltamos, portanto, que tal correlação não foi observada com os profissionais do Núcleo de Segurança Alimentar da Universidade, seguranças dos refeitórios e nutricionistas das concessionárias possivelmente por haver pouco contato entre estes profissionais e os comensais, desta forma influenciando pouco na satisfação.

Ao avaliar os requisitos que convergem para a satisfação dos comensais, também emerge a necessidade de identificar as dimensões relacionadas à higiene. Aqui, evidenciamos uma correlação positiva entre frequência ao RU e satisfação apenas com a higiene dos balcões de distribuição ( $p < 0,005$ ).

Cada dia mais, os comensais estão atentos às questões de higiene nos estabelecimentos que comercializam alimentos. Em um restaurante *self-service*, 79% dos comensais relataram frequentá-lo porque confiavam na higiene local (HONICKY *et al.*, 2017) e para 92,5% dos comensais em um restaurante universitário a higiene foi um dos elementos muito importantes (ARAÚJO *et al.*, 2019). Em lanchonetes escolares na Coreia do Sul, houve maior insatisfação (13,8%) com as questões de higiene quando comparado à satisfação (7%) (SHIN *et al.*, 2017). Em universidade sul coreana, Cha e Seo (2019) identificaram que a higiene do restaurante foi um dos atributos que tiveram efeito positivo na satisfação ( $p < 0,001$ ). E no Brasil, a higiene do ambiente (59,1%) foi uma das qualidades mais prevalente na classificação dos atributos relacionados à satisfação (FEITOSA *et al.*, 2019).

De modo geral, os resultados deste estudo podem ajudar gestores de restaurantes universitários no que se refere ao planejamento dos cardápios e onde há necessidade de maiores esforços para atingir a satisfação dos comensais, sobretudo quanto aos atributos das preparações. Além disso, este estudo demonstra a importância e necessidade de que a realização de pesquisa de satisfação esteja contemplada nos editais, quando o RU for terceirizado.

Diante do fato de os restaurantes universitários fazerem parte de uma política pública, os achados contribuem para sensibilizar instâncias superiores para maiores comprometimentos com o repasse de verbas para a produção de refeições e assim atinjam os objetivos como a promoção e manutenção da saúde dos estudantes.

Todavia, os resultados aqui expostos devem ser interpretados com cautela, sobretudo diante das 148 limitações, as quais devem ser mitigadas em pesquisas futuras, dentre as quais se destacam: não ter investigado as questões de gênero, classe social, período que iniciou a frequentar o restaurante universitário, satisfação com as filas, o preço das refeições e sistema de distribuição em bandeja estampada. Outra limitação do estudo é ter sido realizada em apenas uma cidade, não refletindo todas as universidades do país, mesmo o estudo sendo realizado em uma grande instituição, em campus urbano e com amostra superior a observada em outros estudos da temática.

## CONCLUSÃO

Referente ao cardápio houve atributos das preparações que estiveram associados ao comensal gostar da preparação bem como estar satisfeito com a composição do cardápio. Entretanto, reportando-se ao

serviço prestado, apenas a higiene dos balcões de distribuição esteve associada para o comensal frequentar o restaurante universitário. E na dimensão atendimento, a cordialidade e comunicação das operadoras de caixa, copeiras e auxiliares de serviços gerais estiveram correlacionadas com a frequência ao restaurante universitário. Nesse sentido, concluímos que a satisfação dos comensais com restaurante universitário está relacionada, sobretudo com a composição do cardápio.

Como sugestões para estudos futuros, além de contemplar as limitações supracitadas, é premente a necessidade de investigação que abordem a satisfação com a diversidade na culinária nacional e/ou regional, tendo em vista o crescimento de estudantes com diversidade cultural, regional e étnica.

## AGRADECIMENTO

Agradecemos ao Núcleo de Segurança Alimentar da Instituição bem como as empresas concessionárias pelo apoio durante o desenvolvimento do estudo.

---

Todos os autores declararam não haver qualquer potencial conflito de interesses referente a este artigo.

---

## REFERÊNCIAS

- ALI, F.; RYU, K. Bringing them back to spend more: student foodservice experiences to satisfy their taste buds. **Young Consumers.**, v.16, n.2, p.235-248, 2015. <http://dx.doi.org/10.1108/YC-05-2014-00441>.
- AL-TIT, A.A. The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. **Asian Social Science.**, v.11, n.23, 2015. <http://dx.doi:10.5539/ass.v11n23p129>.
- ARAÚJO, R.S.; NEUMANN, D.; NEVES, K.R.; SOARES, H.C.S. Satisfação dos clientes do restaurante universitário do campus JK da Universidade federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM- MG. **Braz J of Develop.**, v.5, n.12, p.29971-29989, 2019. <http://dx.doi.org/10.34117/bjdv5n12-134>.
- BARBOSA, M.V.; ROCHA, T.G.; SILVA, T.M.; TONINI, K.A.D.; SILVA, T.T.C.; GARCIA, S.R.M.C. Descritores da qualidade do serviço de restaurantes universitários com foco na percepção dos clientes **Demetra.** 2019;14:1-21. <http://dx.doi:10.12957/demetra.2019.33193>.
- BARRETO, B. Satisfação da clientela de um serviço de alimentação institucional do Eusébio-CE: Uma análise de produtos e serviços. **Revinter.**, v.11, n.1, p.26-32, 2018. <http://dx.doi.org/10.22280/revintervol11ed1.309>.
- BRASIL. Decreto nº 7.234 de 19 de Julho de 2010. Dispõe sobre o Programa Nacional de Assistência Estudantil – PNAES. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7234.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7234.htm).
- CAVALCANTE, J.M.; ANTÔNIO, K.L.S.; BARATTO, I. Pesquisa de satisfação em um restaurante universitário no sudoeste do Paraná-PR. **RBONE**, v.11, n.68, p.661-666, 2017. Disponível em <http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/624/489>.
- CAVALER, S.C.; HEILMANN, M.A.; SANTOS, A.P.; FERREIRA, H.C.; FATEL, E.C.S. Informações para planejamento e elaboração de cardápios, contidas em editais de licitação de restaurantes universitários em universidades federais do Sul do Brasil. **Demetra.**, v.13, n.3, p.713-729, 2018. <http://dx.doi:10.12957/demetra.2018.32140>.
- CHA, S.S.; SEO, B.K. Cafeteria Use by Students and Effect of Selection Attributes on Satisfaction. **Journal of Asian Finance, Economics and Business.**, v.6, n.1, p.187-194, 2019. <https://doi:10.13106/jafeb.2019.vol6.no1.187>.
- COUTINHO, F.C.C. **Avaliação da qualidade dos serviços de uma instituição de ensino superior.** Dissertação de mestrado. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. Salvador, 2007.
- DANESH, S.; NASAB, S.; LING, K. The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. **International Journal of Business and Management.**, v.7, n.7, p.141-150, 2012.

DUTTA, K.; PARSA, H.G.; PARSA, A.R.; BUJISIC, M. Change in Consumer Patronage and Willingness to Pay at Different Levels of Service Attributes in Restaurants: A Study from India. **Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism.**, v.15, n.2, p.149-174, 2014. <http://dx.doi.org/10.1080/1528008X.2014.889533>.

EDWARD, M.; SAHADEV, S. Role of Switching Costs in the Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction and Customer Retention Linkage. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.**, v.23, n.3, p.327-345, 2011. <http://dx.doi.org/10.1108/13555851111143240>.

EL-SHERBINY, N.A.; IBRAHIM, E.H.; HEWEDI, M.M. Patients' Satisfaction with Delivered Food Services in Fayoum Hospitals. **EC Nutrition.**, v.9, n.2, p.94-104, 2019.

FEIL, C.C.; ADAMI, F.S.; BOSCO, S.M.D.; FASSINA, P. Pesquisa de Satisfação dos Comensais de uma unidade de alimentação e nutrição. **Revista Uningá.**, v.43, p.32-35, 2015.

FEITOSA, K.S.; LUZ, L.S.; OLIVEIRA, E.S.; OLIVEIRA, V.A.; SAMPAIO, J.P.M.; TEIXEIRA, S.A. Caracterização dos atributos relacionados à satisfação com os serviços prestados por uma UAN institucional: modelo Kano. **Demetra.** 2019;14(e37662):1-19, 2019. <http://dx.doi.org/10.12957/demetra.2019.37662>.

GARBARINO, E.; JOHNSON, M. The different roles of satisfaction, trust and commitment for relational and transactional consumers. **Journal of Marketing.**, v.63, n.2, p.70-87, 1999.

HAIR, J.F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L. et al. **Análise multivariada de dados.** Bookman, Porto Alegre, 2009.

HENSHER, D.A. **Applied discret-choice modelling.** Croom Helm, London, 1981.

HOSMER, D.W.; LEMESHOW, S. **Applied Logistic Regression.** Wiley, Nova York, 2000.

HONG, K.H.; LEE, H.S. An Evaluation on the Attitudes and Importance-Satisfaction on Service Quality of University Foodservice among International Students in Busan. **Korean J Community Nutr.**, v.24, n.3, p.208-222, 2019. <https://doi.org/10.5720/kjcn.2019.24.3.208>.

HONICKY, M.; SCHWARZ, K.; VIEIRA, R.L.D.; FREIRE, P.L.; GATTI, R.R. Satisfaction level and food choices of diners in a self-service restaurant. **Demetra.**, v.12, n.1, p.333-346, 2017. <https://doi.org/10.12957/demetra.2017.22435>.

IBRAHIM, M.Z.F.; MUSTAPHA, R.I.P.R.; SABER, J.M.; JASNI, W.N.F.W.; MEHAT, N.H. A Study on Student's Satisfaction towards On-Campus Foodservice: A Case of UITM Penang Students. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.**, v.8, n.17, p.227-237, 2018. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i17/5227>.

JUNIOR, F.J.M.; ANSUJ, A.P.; OLIVEIRA, J.R.; WEISE, A.D. Assessment of customer satisfaction of a restaurant in Santa Maria – RS. **Rev. Adm.**, v.12, n.3, p.434-450, 2019. <https://doi.org/10.5902/1983465916828>.

KAURA, V.; PRASAD, D.C.S.; SHARMA, S. Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. **International Journal of Bank Marketing.**, v.33, n.4, p.404-422, 2014.

KIM, Y.S.; MOREO, P.J.; YEH, R.J.M. Customers' satisfaction factors regarding university food court service. **Journal of Foodservice Business Research.**, v.7, n.97-1104, 2004.

KUMAR, KS. Expectations and Perceptions of Passengers on Service Quality With Reference to Public Transport Undertakings. **The IUP Journal of Operations Management.**, v.XI, n.3, p.67-81, 2012.

LANDIS, J.R.; KOCH, G.G. The measurement of observer agreement for categorical data. **Source: Biometrics.**, v.33, n.1, p.159-174, 1977.

LOMBARD, R.M. Customer Retention Strategies Implemented by Fast Food Outlets in the Gauteng, Western Cape and Kwazulu-Natal Provinces of South Africa: A Focus on Something Fishy, Nando's and Steers. **African Journal of Marketing Management.**, v.1, n.2, p.70-80, 2009.

MACIEL, I.J.L.; ANDRADE, N.C.; SOUZA, V.C.S.; CONCEIÇÃO, L.K.M.; MORAIS, B.H.S. Intervenções gastronômicas e análise da aceitabilidade em um restaurante universitário na cidade de Belém-PA. **Demetra.**, v.14, n.38974), p.1-17, 2019. <https://doi.org/10.12957/demetra.2019.38974>.

MENSAH, I.; MENSAH, R.D. Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. **Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing.**, v.4, n.1, p.27-36, 2018.

PEREZ, P.M.P.; CASTRO, I.R.R.; CANELLA, D.S.; FRANCO, A.S. Effect of implementation of a University Restaurant on the diet of students in a Brazilian public university. **Ciências e saúde coletiva.**, v.24, n.6, p.2351-2360, 2019. [http://dx.doi: 10.1590/1413-81232018246.11562017](http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232018246.11562017).

RAMOS, A.S.; SOUZA, F.F.R.; FERNANDES, G.C.B.; XAVIER, S.K.P. Avaliação qualitativa do cardápio e pesquisa de satisfação em uma Unidade de Alimentação e Nutrição. **Rev Braz J Food Nutr.** v.24, n.1, p.29-35, 2013. Disponível em <http://serv-bib.fcfar.unesp.br/seer/index.php/alimentos/article/view/29/2319>.

ROSSI, C.A.V.; SLONGO, L.A. Pesquisa de Satisfação de Clientes: o Estado da arte e Proposição de um Método Brasileiro. **RAC.**, v.2, n.1, p.101-125, 1998.

SANTOS, V.M. **Qualidade percebida e satisfação do consumidor quanto à prestação de serviços do restaurante universitário da UFPE.** Dissertação (Mestrado Profissional em Administração). 143f. Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Recife, 2016.

SANTOS, M.; TORRES, K.A.; SILVA, L.H.A.; BORBA, E.L. Satisfação de clientes: Análise do atendimento prestado pelas empresas no comércio de São João del Rei – MG; 2017.

SANTOURIDIS, I.; TRIVELLAS, P. Investigating the Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Mobile Telephony in Greece. **The TQM Journal.**, v.22, n.3, p.330-343, 2010. <http://dx.doi.org/10.1108/17542731011035550>

SHIN, K.H.; LEE, Y.; CHO, W. Survey on foodservice satisfaction and dietary education needs for improvement of school foodservice in middle school students in Seoul. **대한지역사회영양학회지.**, v.22, n.2, p.127-135, 2017. <https://doi.org/10.5720/kjcn.2017.22.2.127>.

SIMÕES, T.T.; MESQUITA, M.O.; SAQUET, L.D.; WEIS, G.C.C.; LOPES, L.F.D. Avaliação do impacto da capacitação de colaboradores na satisfação dos usuários dos restaurantes universitários da Universidade Federal de Santa Maria. **Revista Desafios.**, v.4, n.4, 2017. <https://doi.org/10.20873/uft.2359-3652.2017v4n4p154>.

SMITH, T.J.; MCKENNA, C.M.A. Comparison of Logistic Regression Pseudo R<sup>2</sup> Indices. Multiple linear regression. **Viewpoints.**, v.39, n.2, 2013.

SMITH, R.A.; WHITE-MCNEIL, A.; ALI, F. Students' perceptions and behavior toward on-campus foodservice operations. **International Hospitality Review.** 2019. <https://doi.org/10.1108/IHR-06-2019-0010>.

VIDRIK, KN. **Indicadores de qualidade do restaurante universitário da Universidade do Sagrado Coração – Bauru, SP: Um estudo de caso.** Dissertação de Mestrado. Universidade Anhembí Morumbi. São Paulo, 2006.

WOOTEN, R.; LAMBERT, L.G.; JOUNG, H.W. Evaluation of students' satisfaction with three all-you-can-eat university dining facilities. **Journal of Foodservice Business Research.**, p.539-552, 2018. [http://dx.doi: 10.1080/15378020.2018.1483691](http://dx.doi.org/10.1080/15378020.2018.1483691).

ZHONG, Y.; MOON, H.C. What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Fast-Food Restaurants in China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender. **Foods.** 2020;9(460). <http://dx.doi:10.3390/foods904046>.