



Qualidade no setor de A&B: um estudo em dois quiosques na orla do Cabo Branco em João Pessoa – PB

Resumo: A gestão da qualidade é essencial em qualquer empreendimento e sobretudo no setor de Alimentos e Bebidas (A&B) uma vez que são empresas de alimentação. O presente estudo analisou qualidade na prestação de serviços em dois quiosques na orla de Cabo Branco, João Pessoa- PB. Para tanto, realizou-se uma pesquisa descritiva com a observação não participante. A análise global dos estabelecimentos permitiu evidenciar que o estabelecimento Y se sobressai em relação ao quiosque X, porém ambos ainda necessitam aprimorar tanto a estrutura quanto os serviços. Conclui-se que não existe efetivamente uma gestão da qualidade nos estabelecimentos e tão pouco aos aspectos primordiais para o bom desempenho dos restaurantes no que concerne à qualidade.

Palavras-Chave: Qualidade; Alimentação e Bebidas; Quiosque; João Pessoa.

Abstract: *Quality management is essential in any business and especially in the Food and Beverage sector (F & B) since they are food companies. The present study analyzed quality in the service rendering in two kiosks in the border of Cabo Branco, João Pessoa- PB. For this, a descriptive research was performed with the non-participant observation. The overall analysis of the establishments showed that the establishment Y excels in relation to the kiosk X, but both still need to improve both the structure and services. It is concluded that there is no effective quality management in establishments and not so much to the main aspects for the good performance of restaurants with regard to quality.*

Keywords: *Quality; Food and Beverage; Kiosk; João Pessoa.*

INTRODUÇÃO

Os restaurantes, bares e similares são empresas do setor de Alimentos e Bebidas (A&B) que tem como finalidade principal a alimentação, entretanto, os clientes ao frequentarem tais estabelecimentos também buscam o entretenimento, nesse sentido, a qualidade na prestação de serviços é essencial tanto no que se refere aos aspectos relacionados à estrutura quanto aos serviços.

A gastronomia é também um elemento que corrobora para o desenvolvimento do turismo, Menezes *et al* (2009) analisam que a gastronomia é um elemento essencial do turismo e torna-se impossível pensar em turismo sem associá-lo à gastronomia, pois independentemente do motivo ou da duração da viagem, a alimentação é parte integrante e fundamental.

Na cidade de João Pessoa, capital da Paraíba, além do turismo de sol e mar outros segmentos do turismo vêm se desenvolvendo, como o turismo de eventos em virtude dos eventos que a cidade tem recebido no centro de convenções captados pelo *convention bureau*, ocasionando a necessidade de estabelecimentos para atender a demanda turística.



A cidade de João Pessoa possui duas áreas se destacam como atração turística: a região da orla marítima e a do centro histórico. Em relação a orla, a capital possui 25 km de praias urbanas, sendo Cabo Branco e Tambaú as mais procuradas pelos turistas. “A orla marítima consolida-se como principal área turística da cidade pela diversidade de equipamento e serviços turísticos” (SOUSA, 2011, p.106). Nesse cenário, a orla de João Pessoa dispõe de diversos tipos de meios de hospedagem, além de restaurantes, bares, quiosques, conveniências e outros estabelecimentos comerciais para atender a população local e aos turistas.

Para o bom desempenho das suas atividades, esses estabelecimentos devem levar em consideração a qualidade na prestação de serviços para que haja um bom relacionamento entre cliente e empresa, pois os consumidores necessitam ser identificados e prontamente atendidos, portanto é preciso conhecê-los e saber o que desejam. Trigo *et al* (2015) explicam que o cliente quando decide por determinada organização precisa saber que a mesma também possui interesse nele, independente da comercialização ser concluída, onde o estabelecimento cumpra com aquilo que se compromete.

A qualidade é associada a todo o processo de formação do produto ou do serviço. O processo consiste numa série de atividades entre si conectadas visando à consecução de resultados determinados que podem ser: Produtos acabados ou serviços prestados, ou seja, são atividades correlacionadas para solução de problemas atingindo um ou mais efeitos (CASTELLI, 2000, p. 77).

A gestão da qualidade é fundamental tendo em vista que os estabelecimentos concorrem entre si em suas respectivas categorias e necessitam estar atentos a todos os aspectos que giram em torno da prestação dos serviços. Kotler (1998) aponta que a satisfação é o resultado do sentimento de ter sido bem atendido pelo produto/serviço que vai além de suas expectativas.

O presente estudo analisou a estrutura e o funcionamento em dois quiosques na orla de Cabo Branco, João Pessoa – PB, buscando diagnosticar como está ocorrendo a operação dos serviços nesses estabelecimentos e determinar a qualidade na prestação de serviços uma vez que tais estabelecimentos recebem uma demanda significativa de clientes, tanto habitantes locais quanto turistas. Considere-se que este trabalho pode fornecer subsídios para os empresários administrarem mais adequadamente a partir do



diagnóstico dos pontos a serem melhorados, visando a contribuir para a melhoria da qualidade na prestação de serviços nos estabelecimentos.

GESTÃO DA QUALIDADE

A gestão da qualidade atualmente é um fator essencial para que as organizações de qualquer setor adquira vantagens competitivas no mercado. O modo de assegurar a qualidade dos produtos passou por diferentes etapas ao longo do tempo. No período industrial, a qualidade dos produtos era garantida por meio de testes inspeções. Já por volta do século XX, o acompanhamento da qualidade na produção passou a ser feito com métodos estatísticos. A partir da década de 1950, o foco passou da produção para o gerenciamento, foram introduzidas noções de custo de qualidade, da confiabilidade, com grande ênfase na prevenção de defeitos e erros. (CARVALHO; PALADINI, 2012; GARVIN, 1992; OLIVEIRA, 1996).

A qualidade até então focalizada apenas nos produtos físicos começa a emergir também no setor de serviços. O interesse pela qualidade no setor de serviços vem desde o início da década de 1990, em virtude do crescimento desse segmento na economia. A qualidade em serviços é consensualmente entendida por Corrêa e Giansesi (2006), e Almeida(2001) como a capacidade de atender e satisfazer as necessidades dos clientes proporcionando-lhes experiências e benefícios.

Para Quintella, Melo e Leal(2001) diferentemente dos bens físicos em que a qualidade pode ser medida de forma mais objetiva, nos serviços ela está relacionada à expectativa e percepção dos clientes. Corrêa e Giansesi (2006) pontuam que qualidade dos serviços deve levar em consideração tanto as necessidades dos clientes como também a apresentação de um sistema de operação de serviço apto, em curto e longo prazo, para atender a expectativas dos clientes, pois é baseado nelas que o serviço será avaliado.

A qualidade é amplamente relacionada à satisfação dos consumidores. Nessa vertente, Mirshawaka (1994) ressalta que a satisfação é o estado emocional no qual as necessidades, e as expectativas são atendidas ou excedidas. Quando o cliente está satisfeito, isto resulta no seu retorno para comprar ou usar os serviços oferecidos. Nesse contexto, é importante que as empresas procurem identificar em quais atributos os serviços estão satisfazendo o seu público-alvo.



QUALIDADE NO SETOR DE A&B

Os restaurantes surgiram na época da Revolução Francesa, e começaram a ganhar mais espaço ao longo do século XVIII, em muitas cidades europeias, devido ao aparecimento de uma burguesia que não tinha os palacetes dos nobres, para fazer eventos e necessitavam recorrer a esses ambientes. Las Casas (2000) esclarece que restaurantes são lojas independentes, na qual é um estabelecimento, constituindo a grande maioria do comércio varejista nas cidades.

Cavalli (2003) explica que os estabelecimentos alimentícios, principalmente os que comercializam seus produtos em quiosques, além do atendimento com agilidade e do custo acessível, é necessário que se introduza outros aspectos relevantes como a higiene e a qualidade dos alimentos, necessários para garantir a segurança alimentar dos clientes.

A oferta de um restaurante consiste em serviços e produtos, onde serviço prestado referem-se ao ambiente, instalações, atendimento, facilidades, opções de refeições, já os produtos tratam acerca da refeição, localização, estacionamento e da estrutura em geral (LAS CASAS, 2000).

Menezes *et al* (2009) pontuam que os restaurantes possuem características próprias que são definidas de acordo com o tipo de restaurante (gourmet, especializado, tipo familiar, de conveniências, etc.), a categoria a que pertencem, entre outros aspectos.

Nesse sentido, os restaurantes, bares e quiosques de praia, ou seja, todo comércio de produtos alimentícios, devem buscar através atender seus clientes com qualidade.

Diversas são as dimensões que envolvem a qualidade, principalmente quando se trata do serviço oferecido e do que é realmente disponibilizado ao cliente. No mundo globalizado o turismo e a gastronomia, tem observado um número crescente de comentários e discussões nas redes sociais, então, se o estabelecimento realiza um mal atendimento logo uma gama de pessoas ficarão sabendo e aparece imagem negativa. Portanto, é necessário estar sempre atento aos diversos aspectos que determinam que o serviço seja prestado com qualidade.

Segundo Petrocchi (1998) o restaurante não pode atingir a excelência somente com um cozinheiro excelente. O restaurante não depende só da qualidade do prato, mas



também da copa, do ambiente, dos sanitários, do bar e do atendimento feito pelo garçom.

Na perspectiva dos serviços, Corrêa e Giansesi (2006) o serviço é definido como aquela atividade que é gerada no momento do uso, junto ao cliente e não pode ser estocada. Já Ghobril (2014) destaca que serviço é um pacote de benefícios, explícitos e implícitos, realizado em instalações de suporte, com a utilização de bens facilitadores.

Na prestação de serviços, um fator considerado primordial é o elemento humano (FREITAS, 2001), pois, a qualidade percebida do serviço resulta da comparação das percepções com as expectativas do cliente. Considerar o cliente como parte fundamental do processo, é imprescindível para uma empresa que busca conquistar a excelência nos serviços e, assim, conquistar o mercado e se manter firme nele.

Existem várias definições de qualidade, em síntese todas se direcionam para a valorização do cliente, através da sua satisfação com o produto ou serviço prestados pelas empresas, no entanto ao utilizar o que as mesmas oferecem, os consumidores desejam que tanto os produtos quanto os serviços, constituem todas as características desejáveis por eles (FREITAS, 2001).

Visando a importância da qualidade na prestação de serviços, é necessário analisar os pontos que devem sempre existir para que o cliente saia satisfeito e, assim, o estabelecimento se consolide no mercado. Johnston e Clark (2014) identificaram alguns fatores de qualidade do serviço, que nada mais são do que os atributos do serviço que provocam as expectativas do cliente e que, para serem atendidos, requerem determinadas especificações.

Considerando a qualidade como um fator para atingir as expectativas dos consumidores, Silva (2013) destaca alguns aspectos nos serviços prestados por bares e restaurantes que podem ser verificados, como: a infraestrutura do local, a acessibilidade, segurança e preço, se esses serviços têm ou não qualidade, e quais são as variáveis que podem influenciar na qualidade dos serviços prestados por esses empreendimentos como: preço, tempo de espera, hospitalidade, limpeza e conforto das instalações.

No caso específico dos quiosques, Andrade (2002) aborda que os quiosques na orla de Cabo Branco em João Pessoa – PB surgem como ótimo atrativo turístico e comercial, sua localização facilita a chegada dos visitantes e possíveis clientes já que ficam na principal zona turística da capital paraibana, atraindo também os habitantes da

capital erando uma integração entre todos, além de ajudar na economia local afetando diretamente o efeito multiplicador do turismo.

Brandão *et al* (2015) analisam que o turismo advém da necessidade, ou seja, o turista percebe que próximo a ele possui um leque de estabelecimentos comerciais, o que o faz querer desfrutar daquele que mais o chama a atenção, no qual o mais atrativo receberá a sua visita. Os quiosques dispõem de vantagem competitiva a localização já que estão na orla da capital paraibana e também o ambiente arejado dispondo de uma bela vista da praia e do mar num todo.

A qualidade dos quiosques de praia é essencial tanto para os empresários que competem no mercado e, precisam sobreviver, através da manutenção das suas empresas abertas, quanto para a cidade de João Pessoa, uma vez que se os quiosques possuem boa estrutura e serviços contribuem para uma boa imagem do destino.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho foi realizado através da observação *in loco* em dois quiosques localizados no bairro de Cabo Branco em João Pessoa - PB, onde alguns pontos foram observados e pontuados seguindo um *checklist* elaborado pelos pesquisadores. O bairro do Cabo Branco, na avenida Cabo Branco (orla marítima), possui 36 quiosques de praia, onde entres eles foram escolhidos dois para a análise que serão chamados de quiosque X e quiosque Y.

A qualidade na prestação dos serviços prestados nos quiosques da orla é primordial, uma vez que esses estabelecimentos estão localizados em um dos principais pontos turísticos da cidade. O bairro do Cabo Branco dispõe de 25 meios de hospedagem sendo que 14 destes localizam-se na orla, com isso o fluxo de turistas na região é muito grande.

O estudo utiliza de uma abordagem descritiva. A pesquisa descritiva busca detalhar as características de uma população, um fenômeno ou experiência para o estudo realizado (PEREZ, 2005). Quanto aos meios de investigação realizou-se através da observação não participante, que segundo Ander Egg (1978 apud Schlüter, 2003) trata-se de fazer o contato com a comunidade ou fato que se estuda, mantendo-se, porém, alheio aos mesmos. O pesquisador deve comportar-se como um sem intervir em momento algum. Como instrumento para coleta de dados utilizou-se um *Check List*,



com treze aspectos que foram avaliados referente à estrutura e serviços dos estabelecimentos.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir são apresentados a análise e discussão dos resultados. Na primeira parte são apresentados os dados referentes à estrutura e, na segunda, os dados sobre os serviços.

Quadro 1: Estrutura dos Quiosques

Pontos Analisados	Quiosque X	Quiosque Y
Limpeza do Salão	●	●
Limpeza dos Banheiros	●	●
Organização do Ambiente	●	●
Acessibilidade	●	●
Uniforme dos Colaboradores	●	●
Uso de EPI's	●	●
Estrutura do Estabelecimento	●	●

Legenda: ● Excelente ● Bom ● Regular ● Ruim ● Não se aplica

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Limpeza do salão: Foi possível observar que o estabelecimento Y se sobressaiu diante do X, pois a era perfeita e organizada, assim como mantinha o mesmo *layout* durante o funcionamento, onde era regularmente limpo atendendo assim a qualidade exigida pelos clientes. Já o X evidenciou que a limpeza não é feita com frequência e foi encontrado diversas sujidades nas mesas e pelo chão.

Limpeza do banheiro: O estabelecimento X pecava bastante principalmente na higiene, os banheiros estão localizados ao lado de uma foça que quando enche transborda pelo corredor central. Observou-se que no estabelecimento Y mesmo durante o serviço a limpeza segue uma rotina preestabelecida sempre, tornando o ambiente mais agradável.



Organização do ambiente: Constatou-se que no quiosque Y tanto o salão quanto a cozinha são bem organizados, as mesas são bem dispostas, assim como os equipamentos e utensílios da cozinha, de forma a facilitar a fluidez na circulação de pessoas. Já no quiosque X as mesas ficam muito próxima uma das outras e as toalhas das mesas estavam sujas de gordura.

Acessibilidade: é um requisito fundamental e verificou-se que o estabelecimento X não apresenta nenhuma forma que facilite a inclusão. O estabelecimento Y possui na rua rampas próximas construídas pela prefeitura da capital paraibana, o banheiro é adaptado para deficientes e o posicionamento das mesas no salão permite a circulação de cadeirantes com facilidade. A NBR 9050/2004 estabelece critérios de normas técnicas para melhoria do acesso a deficientes nos ambientes, auxiliando assim a sua locomoção nesses espaços físicos (ABNT, 2004).

Uniformes dos Colaboradores: Observou-se que o quiosque X não está adequado novamente, pelo fato dos funcionários utilizarem apenas uma blusa padrão com aspecto de velha e suja. No quiosque Y observou-se que a vestimenta dos funcionários era completa e bem limpa de cor clara.

Uso de EPI's: No estabelecimento Y verificou-se também que todos os colaboradores utilizavam como EPI's como sapatos antiderrapantes, toucas e vestimenta adequada para cada função. Diferente do estabelecimento X que o único equipamento utilizado para proteção é uma touca na cozinha.

Estrutura do estabelecimento: o quiosque X possui uma ótima circulação de ar, porém a estrutura fica bastante comprometida pelas falhas anteriormente apresentadas como a limpeza do ambiente. Já no Y constatou-se que a estrutura é agradável, o local é bem receptivo, possui ótimos funcionários, é aberto e muito bem arejado.

As questões acima relacionadas as dimensões estrutura e ao ambiente são fundamentais para a qualidade dos quiosques e, nesse aspecto, Lucian *et al* (2008) argumentam que a atmosfera do restaurante, no momento do consumo, despertará emoções de prazer e ativação. Essas emoções, por sua vez, terão influência positiva na satisfação dos clientes com o ambiente do restaurante e com o serviço oferecido. A satisfação com o ambiente influenciará, assim, positivamente a satisfação geral dos clientes com o restaurante.



Quadro 2: Serviços nos Quiosques

Pontos Analisados	Quiosque X	Quiosque Y
Agilidade no Atendimento	●	●
Apresentação dos Pratos	●	●
Qualidade dos Pratos Oferecidos	●	●
Variedade dos Produtos Ofertado	●	●
Flexibilidade para Atender à Gostos Específicos	●	●
Apresentação do cardápio	●	●

Legenda: ● Excelente ● Bom ● Regular ● Ruim ● Não se aplica

Fonte: Dados da Pesquisa, 2019.

Agilidade no atendimento: O empreendimento X deixa muito a desejar, o tempo médio para entrega dos pratos é 30 minutos ou mais e os pedidos em alguns momentos chegam a ser esquecidos pelos garçons. No quiosque Y o atendimento é bem ágil, o tempo médio para entrega dos pratos é entre 15 e 20 minutos, mesmo o estabelecimento possuindo um maior fluxo de pessoa. Silva (2013) analisa que o tempo de espera pode levar o cliente a mudar de ideia na hora de efetuar sua compra, logo como todos os outros itens analisados anteriormente, essa categoria também pode influenciar na satisfação do usuário.

Apresentação dos pratos: O quiosque X não possui uma boa apresentação dos pratos e também os pratos não aparentam ser apetitosos. Por sua vez, no estabelecimento Y os pratos são muito bem apresentados e de melhor aparência.

Qualidade dos pratos oferecidos: No estabelecimento X são bem servidos porém não aparentam ser muito apetitosos. O quiosque Y os pratos são bem servidos.

Variedade dos produtos oferecidos: Os dois quiosques apresentam uma boa variedade de Alimentos e Bebidas. Em relação as bebidas os dois estabelecimentos oferecem no cardápio: vinhos, espumantes, *drinks* especiais, cervejas, cachaças, vodcas, *whisky*, conhaques, cervejas, sucos e refrigerantes de diversas marcas. No que se refere as comidas existem petiscos e pratos principais, como: salgados, sanduíches, ensopados, petiscos à base de peixe, pratos principais à base de peixe, camarão, carne e frango.



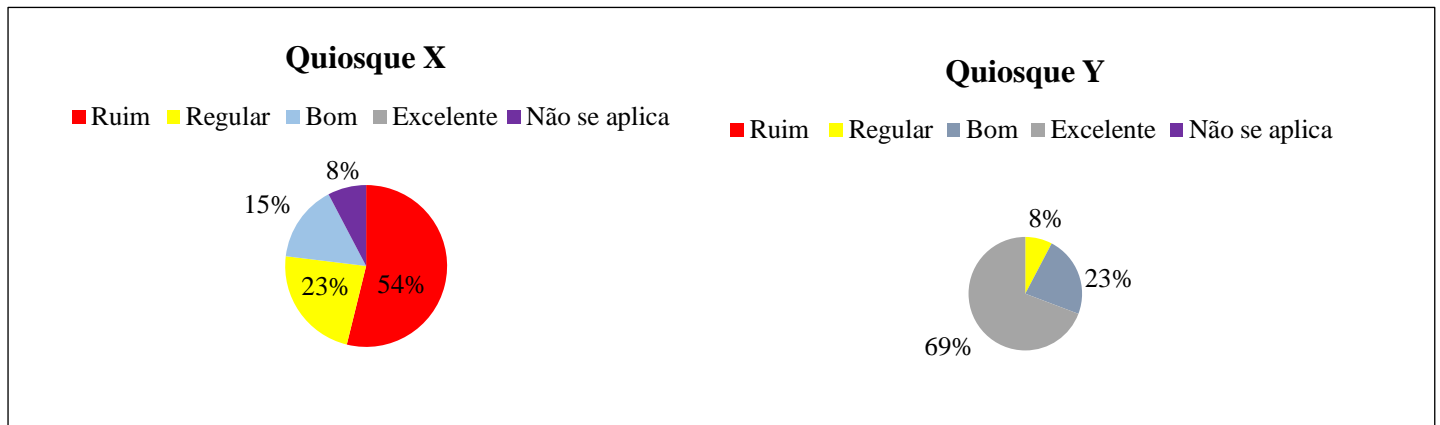
Constatou-se que o X quiosque dispõe de uma variedade maior de itens no cardápio em relação ao quiosque Y.

Flexibilidade para atender as necessidades: Observou-se que os dois quiosques são bons no quesito flexibilidade para atender aos desejos e necessidades dos clientes. No quiosque X os garçons fazem o possível inclusive fazendo mudanças e trocas nos pratos conforme as solicitações dos clientes e no quiosque Y tanto evidenciou-se tal flexibilidade. A flexibilidade para atender as necessidades é um dos princípios da hospitalidade tornando-se um requisito importante para o sucesso de um empreendimento fazendo parte dos serviços no momento do atendimento ao cliente. De acordo com Agnes e Monayo (2013) os atributos mais expressivos que influenciam na percepção da qualidade e na satisfação de clientes de restaurantes citados pela ordem foram: comida e pratos, atendimento, preço e condições de pagamento, ambiente, estacionamento e localização.

Apresentação do cardápio: O cardápio do quiosque Y é limpo e de cor clara, entretanto o *lay out* o torna complicado de ler. O cardápio do quiosque X é de cor escura mas legível, contudo sujo, engordurado e cheio de areia. Nenhum dos estabelecimentos possuem nenhum tipo de acessibilidade em relação a idiomas, sendo que estão apenas em português e também não tem uma opção em braille. O cardápio do estabelecimento Y foi melhor avaliado tendo em vista que está melhor conservado. É importante registrar que o cardápio tem função primordial em um restaurante e devem ser bem planejado e elaborado, pois transmite as informações sobre os alimentos e bebidas auxiliando os clientes em sua escolha.

O nível de serviço esperado ou previsto pelo cliente exerce uma influência forte na decisão de compra e estão relacionados com os atributos de escolha. Agnes e Monayo (2013) esclarecem que com base na entrega do serviço e com base na percepção de atributos de escolha do cliente em relação as suas expectativas com o restaurante, resultará em um nível de satisfação ou insatisfação do cliente com o serviço prestado.

Figura 1: Análise comparativa dos quiosques X e Y



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A análise global realizada nos dois quiosques da orla do bairro de Cabo Branco permitiu constatar que o quiosque Y possui uma avaliação muito boa no que concerne aos aspectos avaliados na observação *in loco*. Por sua vez, o quiosque X apresenta uma avaliação global com grande número de inadequação tanto nos aspectos relacionados à estrutura quanto nos aspectos relacionados aos serviços, direcionando assim para a necessidade de uma melhoria no estabelecimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo possibilitou a análise da estrutura e serviços em dois quiosques da orla de Cabo Branco, na cidade de João Pessoa.

No que se refere a estrutura constatou-se que dos sete aspectos avaliados o quiosque Y apresentou uma boa estrutura, sendo que seis dimensões foram avaliados como excelente e um como bom. O quiosque X, por sua vez, encontra-se com grandes problemas relacionados a estrutura com sobretudo com limpeza do salão e banheiros e uniforme dos funcionários.

Em relação aos serviços, o quiosque Y apresentou a maioria dos itens bem avaliados sendo que três aspectos com excelente e dois com bom. O quiosque X mais uma vez não foi bem avaliado, mas obteve boa avaliação nos aspectos variedade dos produtos ofertados e flexibilização para atender aos desejos e necessidades dos clientes.

A análise global comparativa dos estabelecimentos permitiu evidenciar que o estabelecimento Y se sobressai bastante em relação ao quiosque X, porém ambos ainda necessitam aprimorar tanto a estrutura quanto os serviços.



Os dados da pesquisa demonstraram que não existe efetivamente uma gestão da qualidade nos estabelecimentos e em relação aos aspectos primordiais para o bom desempenho dos restaurantes no que concerne à qualidade.

Para finalizar, registra-se a relevância da gestão da qualidade para que a empresa se torne competitiva, sobreviva no mercado e atenda as necessidades e desejos dos clientes e, nesse sentido, sugere-se aos empreendedores e gerentes dos estabelecimentos a oferta de cursos, palestras e oficinas para seus colaboradores visando a melhorar a qualidade na prestação de serviços.

REFERÊNCIAS

- AGNES, Derli Luís; MONAYO, Carlos Alberto Mello. Atributos de escolha em serviços de restaurantes: Um estudo exploratório. In: **Revista Brasileira de Turismo**, v. 7 n. 2 (2013): maio/agosto. Disponível em: <
<https://www.rbtur.org/rbtur/article/view/607> > Acesso em: 28/04/2019.
- ALMEIDA, S. Ah! **Eu não acredito**: como cativar o associado através de um fantástico atendimento. Salvador: Casa da qualidade. 2001
- ANDRADE, I. L. **Impactos Ambientais em Picãozinho**. João Pessoa: IESP, 2002.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Nbr 9050: **Acessibilidade de Pessoas Portadoras de Deficiências a Edificações, Espaço, Mobiliário e Equipamento Urbano**. 2.ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.
- BRANDÃO, J. M. F.; PAULINO, G. C.; MADRUGA, L. C. F.; SANTIAGO, M. P. **A subjetividade do “comer fora”**: um estudo em dois restaurantes de João Pessoa-PB. RTD – Revista Turismo & Desenvolvimento. v. 14, n 1. 2015.
- CARVALHO, Marly Monteiro de; PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier: ABEPRO, 2012.
- CASTELLI, Geraldo. **Excelência em hotelaria**: uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Qualimark, 2000.
- CAVALLI, S. B. **Sistemas de controle de qualidade e segurança do alimento, processo produtivo e recursos humanos em unidades de alimentação comercial de Campinas (SP) e Porto Alegre (RS)**. 2003. 230 p. Tese (Doutorado em Alimentos e Nutrição) – Universidade de Campinas, Campinas, SP, 2003.
- CORRÊA, H. L.; GIANESI, I. G. N. **Administração estratégica de serviços**: Operações para o cliente. São Paulo: Atlas, 2006.
- FREITAS, A. L. P., **Uma Metodologia Multicritério de Subordinação para a Classificação da Qualidade de Serviços sob a Ótica do Cliente**. Tese de Doutorado - Programa de PósGraduação em Ciências de Engenharia - UENF, jul. 2001.
- GARVIN, David A. Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.



GHOBRIL, Alexandre Nabil; BENEDETTI, Mauricio Henrique; FRAGOSO, Nelson Destro. Práticas Inovadoras no Setor de Bares, Restaurante e Lanchonetes. **Encontro de estudos de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v. 8, p. 1-6, 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços**: Conceitos, Exercícios, Casos Práticos. Editora Atlas, 2000.

LUCIAN, Rafael; FARIAS, Salomão Alencar de; SALAZAR, Viviane Santos. Emoção, Ambiente e Sabores: A influência do ambiente de serviços na satisfação de consumidores de restaurantes gastronômicos. In: **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. v.III, Nº 4, 2008. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/issue/view/649> > Acesso em: 28/04/2019.

MENEZES, P. D. L. de; et al. Qualidade e segurança alimentar nos restaurantes de Mamanguape – PB. In: Newton Paulo Angeli ET al.(org). **Atividade turística e as potencialidades de novos destinos**: Seleção dos melhores trabalhos apresentados no segundo Fórum Internacional de Turismo do Iguassu. Foz do Iguaçu: Pólo Iguassu Feiras & Eventos, 2009. p. 59-78.

MIRSHAWKA, V. Hospital – **Fui Bem Atendido, A Vez do Brasil**. São Paulo: MakronBooks do Brasil, Ltda, 1994.

MOLLER, C. **O lado humano da qualidade**: maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas. 12. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

OLIVEIRA, S.T. Ferramentas para aprimoramento da qualidade. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

PEREZ, A.S. **Introdução a Metodologia da Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Roca, 2005.

PETROCCHI, Mario. **Turismo, planejamento e gestão**. Futura. SP. 1998.

QUINTELLA, Rogério H.; MELLO, Vanessa P.; LEAL, Raimundo. **Qualidade em serviços educacionais**: o caso da certificação ISO 9002 do curso de especialização em administração da UFBA. In: XXV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Campinas. Anais ANPAD, 2001.

SILVA, Vanuely Batista da. **Gestão da qualidade nos serviços prestados em bares e restaurantes na praia da redinha (Natal-RN)**. Trabalho de Conclusão de Curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal: 2013.

SCHLÜTER, Regina G. **Metodologia da Pesquisa em Turismo e Hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003.

SOUSA, Petronio Maciel de. **Turismo, território e políticas públicas**: Uma análise do destino João Pessoa/PB. 2011. Dissertação de Mestrado. UFRN.

TRIGO, A.C; COSTA, A.S.C; SANTANA, L.C. **Qualidade do Atendimento ao Cliente**: Um grande diferencial competitivo para as organizações. Revista de Iniciação Científica-RIC Cairu, v. 2, n. 2, p. 155-172, 2015.