

**autor** Ubiratan de Assunção Miranda  
**título** O comportamento do consumidor de restaurantes na cidade de São Paulo: Um estudo exploratório  
**orientador** Profa. Dra. Celia Maria de Moraes Dias  
**defesa** 25.08.2004

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo principal a verificação do comportamento do consumidor em restaurantes na cidade de São Paulo, a partir das teorias de marketing de serviço. A fim de obter os resultados propostos, foi realizada uma pesquisa quantitativa com uma amostra não probabilística a freqüentadores de restaurante na cidade de São Paulo. Também foram discutidas as questões pertinentes ao serviço, tendo, como pano de fundo, a restauração, aqui entendida como: o conjunto de atividades relacionadas com a produção e o serviço de alimentos e bebidas, em hotéis e restaurantes, uma vez que, o serviço prestado, agrega valor ao consumidor, sendo um dos fatores mais importantes na diferenciação dos restaurantes dos demais concorrentes. Além disso, foram abordados fatos como: o surgimento dos restaurantes, a partir de seu aparecimento como instituição social na Europa, mais especificamente na França por volta do século XVIII e o seu desenvolvimento com a expansão da hotelaria; o surgimento das primeiras casas de pastos no Brasil, tendo como foco a cidade de São Paulo; a restauração contemporânea e suas diversas classificações e a conceituação do restaurante como produto de mercado. Finalizando, é feita uma reflexão acerca do uso dos restaurantes, das principais tendências na restauração e de seus principais movimentos, a partir dos resultados da pesquisa.

Palavras-chave: Marketing de serviço. Comportamento. Restauração. Classificação de restaurantes