



Consumação e Frequência dos Clientes: O Caso da Lanchonete Brioche¹

Amanda Tallita da Silva²
Filipe Sampaio Barzellay³
Mariane Vieira Bittencourt⁴
Marina Afonso Borges⁵
Claudomilson F. Braga⁶

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este trabalho visa discutir o que de fato pesa para que a imagem de uma empresa seja tão depreciada perante seus clientes, através da pesquisa de opinião realizada com os estudantes da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) e a Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia (FCHF) da Universidade Federal de Goiás (UFG), a respeito da Lanchonete Brioche, localizada no Campus Samambaia. A pesquisa constatou que o estabelecimento tem uma imagem fortemente negativa formada por seu público que, ainda assim, consome no local por falta de opções. Através de uma função específica de Relações Públicas – a pesquisa de opinião – os alunos do curso de Relações Públicas da UFG puderam exercer suas competências em pesquisa de opinião pública.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas, pesquisa de opinião, imagem, clientes.

1 INTRODUÇÃO

Desde que entramos para a faculdade, aprendemos todos os dias lições, nos repassadas por nossos veteranos. Uma das lições que se aprende aqui na Universidade Federal de Goiás é a de que não se deve lanchar na Brioche, pois é o pior local que há no campus para isso, segundo informações que obtivemos quando começamos a estudar na UFG. Entretanto, o tempo de intervalo das aulas é 20 minutos e, o único estabelecimento perto da FACOMB e FCHF é a lanchonete Brioche, que pela nossa vivência, sabemos informalmente, que é reconhecida pela sua imagem negativa diante dos consumidores.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na categoria Relações públicas, modalidade Pesquisa de opinião pública

² Aluna líder do grupo e estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FACOMB-UFG, email: godinha1104@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FACOMB-UFG, email: barzellay@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FACOMB-UFG, email: marii.bittencourt@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FACOMB-UFG, email: marinhahaaa@hotmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas da FACOMB-UFG, email: milsonprof@gmail.com



Nesse sentido, a pesquisa se justifica a medida que busca identificar os principais (ou principal) motivos pela atribuição de uma imagem negativa a Lanchonete Brioche.

2 OBJETIVO

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar através de uma pesquisa de opinião o porquê da imagem da Lanchonete Brioche ser negativa.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Pesquisar a opinião dos principais clientes da Brioche;
- Relatar os principais problemas identificados na pesquisa;
- Propor ações que otimizem a imagem da lanchonete perante seus públicos e a faculdade.

3 JUSTIFICATIVA

Como estudantes de relações públicas da FACOMB, nos deparamos com um “problema” diário: a escolha do melhor local para lanchar no momento do intervalo. Muitas vezes este período não passa de 20 minutos, por isso precisa-se escolher o local próximo. Entretanto, o único estabelecimento perto da FACOMB e FCHF é a lanchonete Brioche, que pela nossa vivência, sabemos informalmente, que é reconhecida pela sua imagem negativa diante dos consumidores. Nesse sentido, a pesquisa se justifica a medida que busca identificar os principais (ou principal) motivos pela atribuição de uma imagem negativa a Lanchonete Brioche.

4 METODOLOGIA / INSTRUMENTOS

A metodologia da pesquisa consistiu na aplicação de um instrumento de coleta de dados (questionário), com 3 perguntas: 2 fechadas do tipo dicotômicas, e 1 questão do tipo escala *Likert*, em que os entrevistados atribuíram uma pontuação de 1 a 5 para 7 subitens a serem avaliados, assim como os componentes dos serviços ou produtos oferecidos pela lanchonete Brioche. Dentro das questões fechadas, uma delas contemplava a possibilidade de justificativa do porquê de sua escolha, configurando-se como uma questão aberta. O questionário foi aplicado no mês de maio de 2010, para um total de 50 estudantes – 25 de cada faculdade.



5 PROBLEMA DE PESQUISA

A única opção de lanchonete próxima à FACOMB e a FCHF é a Brioche, objeto de análise deste trabalho. A situação problemática que se estabelece é a de que os alunos tem pouco tempo de intervalo das aulas para recorrer a lanchonetes mais distantes e, por isso, acabam ficando sem escolhas, tendo que lanchar na Brioche, apesar de carregarem uma imagem negativa de seus produtos, serviços e infraestrutura. Nesse sentido, o que se apresenta como problema de pesquisa é o porquê da imagem da lanchonete Brioche ser negativa para os universitários que dela fazem uso diariamente. Afinal, o que mais pesa em termos de produtos, serviços e infraestrutura para que isso ocorra?

6 CONCEPÇÃO DA PESQUISA

6.1 POPULAÇÃO-ALVO:

Estudantes da FACOMB e do FCHF que lanham na Universidade Federal de Goiás.

6.2 AMOSTRA

25 estudantes de cada faculdade, totalizando uma amostra de 50 pessoas analisadas.

6.3 TÉCNICA DE AMOSTRAGEM

Probabilística Aleatória Simples, em que os elementos da amostra possuem a mesma possibilidade de serem escolhidos para compor o universo amostral.

7 TIPOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa realizada se classifica como exploratória, pois teve como objetivo descobrir idéias e percepções sobre a lanchonete Brioche, além de apresentar flexibilidade e versatilidade com respeito aos métodos, não empregando, portanto, protocolos ou procedimentos formais de pesquisa.

Foram usados os seguintes métodos: levantamento de dados secundários e a na sequência a pesquisa quantitativa, pois se objetivou descobrir o que as pessoas pensam do estabelecimento em estudo, pois como estudantes de Relações Públicas, temos a preocupação teórica de conhecermos a opinião pública em termos de imagem institucional.



O aspecto quantitativo está presente porque os dados foram quantificados para que chegássemos a uma conclusão geral, com um resultado generalizado da amostra para a população-alvo, e esse resultado recomendará uma linha de ação final.

8 HIPÓTESES

Como a pesquisa poderá corroborar ou não, as hipóteses levantadas:

- Os estudantes consomem no Brioche por causa da distância :

Ho: Ho > 50% H1: H1 < 50%;

- Os estudantes consomem no Brioche pela qualidade dos produtos :

Ho: Ho > 50% H1: H1 < 50%;

- Os estudantes consomem no Brioche mesmo com a falta de simpatia dos funcionários no atendimento:

Ho: Ho > 50% H1: H1 < 50%;

- Os estudantes consomem no Brioche independente da infra-estrutura do local:

Ho: Ho > 50% H1: H1 < 50%;

9 VARIÁVEIS

Variável Independente: Fidelidade dos clientes

Variáveis Dependentes: Preço

Localização

Qualidade dos produtos

Atendimento

Infraestrutura

Variável esdruxula: O estabelecimento ser fechado

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar a pesquisa, foi possível observar que muitos alunos lancham no Brioche apesar de não estarem satisfeitos com alguns itens do local, ou seja, há pontos que precisam ser melhorados. A grande maioria citou a falta de higiene e o atendimento ruim, que afastam a clientela. Os salgados do Brioche também deveriam ser feitos, talvez por outra salgadeira ou novos sabores e formatos, pois os estudantes dos dois prédios apresentam críticas ao excesso de massa que há nos salgados.



Outro ponto revelado nos dados da pesquisa foi que o mau humor dos proprietários atrapalha o atendimento, por pecar na falta de simpatia, fazendo com que os consumidores evitem ir ao local porque são melhor tratados em outros estabelecimentos, apesar de distantes, arriscando perder presença ou alguns minutos de aula.

Em análise, mais de 50% dos itens avaliados foram reprovados, conforme tabela em anexo. Em uma escala de 1 a 5, o item atendimento obteve nota 2,21, classificando-se como reprovado, assim como a infraestrutura (nota 1,91), variedade dos produtos (nota 2,77) e qualidade dos salgados (nota 2,02). O único item aprovado foi a distância, que obteve nota 4,15, classificando-se como aprovado.

Finalmente, o Brioche possui uma imagem negativa por diversos motivos como comprova a pesquisa, principalmente pela falta de higiene que não deveria ocorrer em um local destinado a alimentação.

Como futuros Relações Públicas estamos sempre preocupados com a relação organização-cliente e a imagem institucional perante seus públicos. Sendo assim, sugerimos que a primeira mudança a ser feita deve ser em relação ao atendimento, pois muitas pessoas poderiam consumir algo que não estivessem totalmente satisfeitas se fossem bem tratadas e se sentissem bem no local. A mudança deve começar pelos proprietários para que seus funcionários também comecem a ser simpáticos. Uma palestra ou um treinamento é o adequado para que os atendentes se adequem aos padrões de atendimento e relacionamento com o cliente.

Outra sugestão é uma pequena reforma, pois o lugar está com o piso encardido e um aspecto velho, por mais que ele esteja limpo, não é essa imagem que é passada. Deve haver também o uso de uniforme, toucas e luvas higiênicas para o manuseio dos alimentos.

A criação de um cardápio ou um mural com preços também deve ser feita, pois há poucas informações sobre o preço dos produtos. Nessa criação deve ser pensado a implementação de mais opções de consumo. Mais variedade de salgados, sucos e afins.

Concluindo, a Lanchonete Brioche possui uma imagem negativa com razão, afinal, quase todos os aspectos não estão agradando os seus consumidores e estão precisando de melhoria. Propusemos então nesse trabalho algumas sugestões que podem salvar não apenas a imagem do local mas também a sua sobrevivência.

11 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

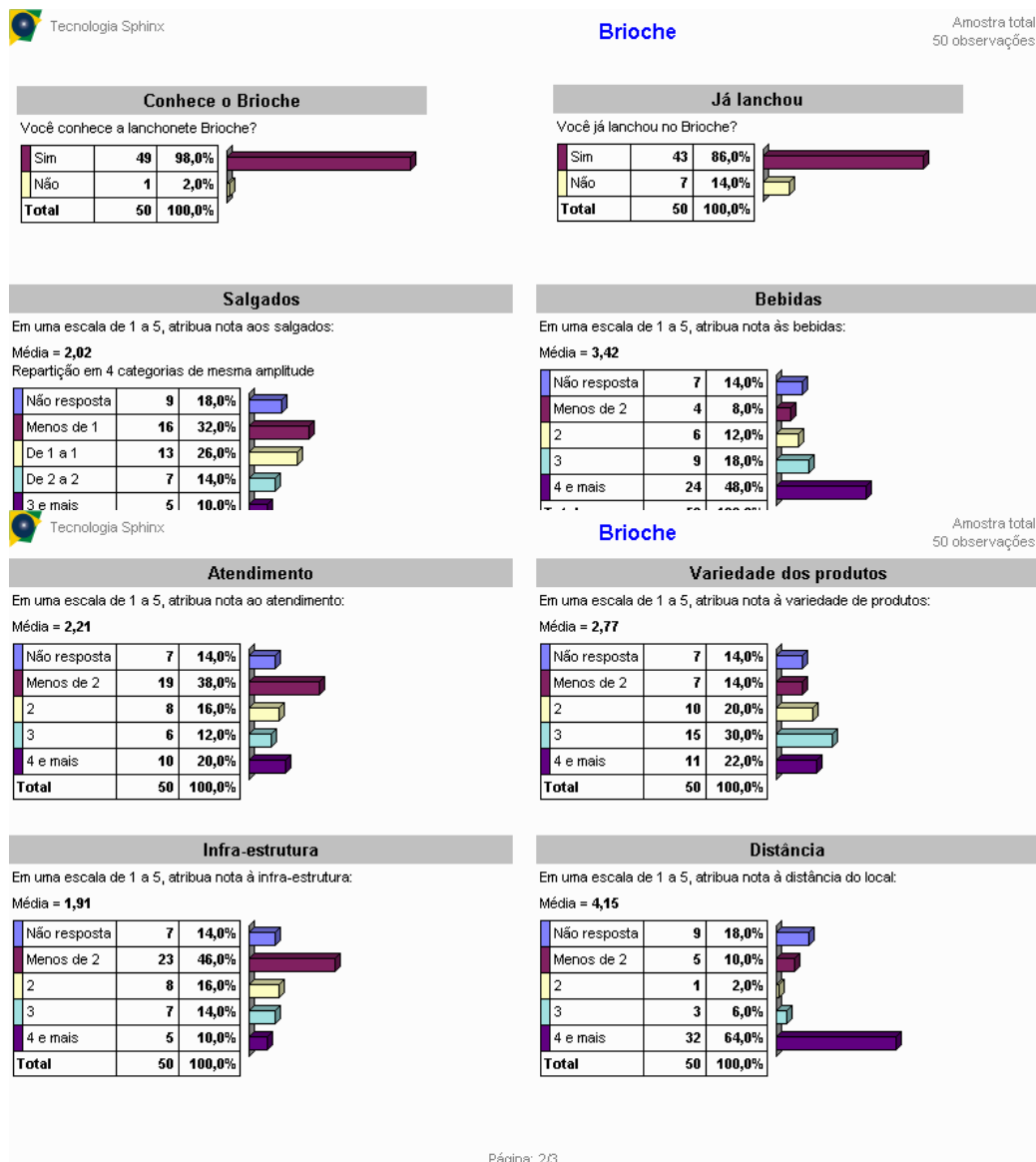
BALDISSERA, Rudimar. Imagem-conceito: anterior à comunicação, um processo de significação. Tese (Doutorado em Comunicação). Porto Alegre: PUCRS, 2004.

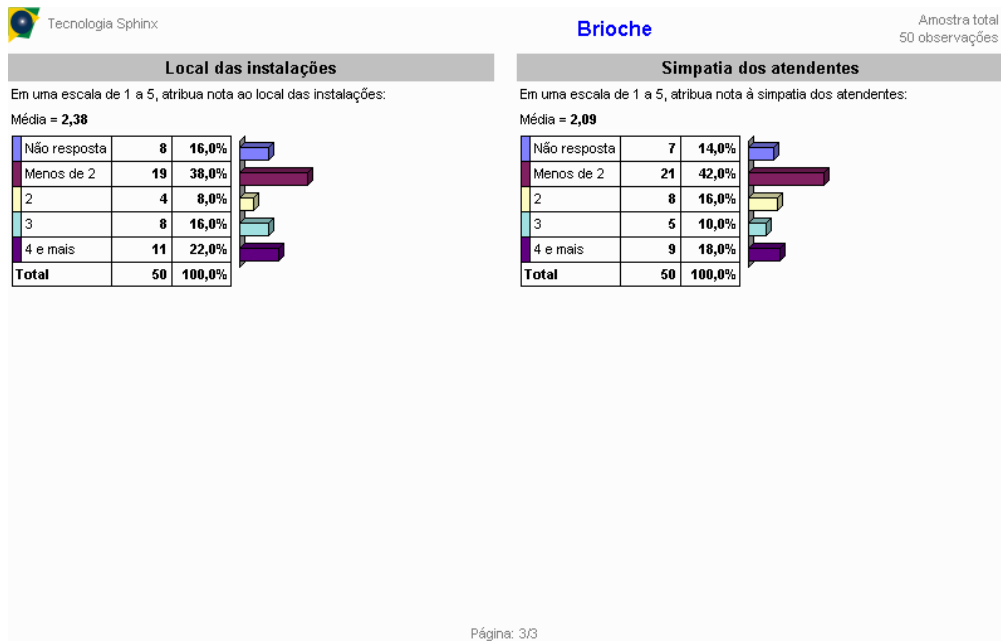
KUNSCH, Margarida Maria. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 1986.

MALHOTRA, Naresh K., pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4 ed. São Paulo : Bookman, 2004.

12 ANEXOS

Lista de tabelas/ gráficos





Lista de Gravuras





