

# **Pesquisa Mercadológica<sup>1</sup>**

Laíse PEDROSO<sup>2</sup>

Tatyanna BRAGA<sup>3</sup>

Centro Universitário de Brasília, Brasília, DF

## **RESUMO**

Os restaurantes “Houston” e “The Plates” são famosos na capital por seu diferencial temático. São também conhecidos como Diners por causa do foco voltado para o estilo retrô. A idéia principal dos restaurantes é transmitir a lembrança das décadas de 1950 e 1960. A partir desse foco, foi feita uma análise dos dois recintos e descobriu-se que os dois restaurantes têm pontos fortes e fracos que fazem diferença na hora de refletir sobre o crescimento da empresa. O setor também foi analisado, resultando na formação de uma opinião a respeito desse mercado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Brasília; Diner; Houston; Restaurante; The Plates.

## **INTRODUÇÃO**

Brasília é um dos maiores centros gastronômicos do Centro-Oeste e, por isso, exibe uma demanda variada, que apresenta um fluxo de mudança contínua. A capital, tendo influências permanentes tanto nacionais quanto internacionais, oferece uma abrangente opção culinária.

Inseridos nesse mercado estão dois restaurantes temáticos que abriram no primeiro semestre do ano 2010: “The Plates” e “Houston”. Os dois restaurantes propõem uma experiência em apreciar refeições famosas das décadas de 1950 e 1960 dos Estados Unidos, com objetivo de oferecer uma alternativa ao modelo padrão, que é raro no atual setor culinário brasileiro. Eles serão motivo de pesquisa e análise nesse presente estudo.

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Pesquisa Mercadológica.

<sup>2</sup>Aluno líder do grupo e estudante do 4º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: laise\_caldeira@hotmail.com.

<sup>3</sup>Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social, email:tatyanna\_br@yahoo.com.

## **OBJETIVO**

O trabalho tem como objetivo apresentar o perfil desses restaurantes para determinar uma pesquisa de campo. Em uma primeira instância, será analisado o mercado, determinando os pontos fracos e fortes dos principais participantes do setor, e posteriormente, será analisado o público-alvo do setor, inclinando-se nas necessidades, nos desejos e na demanda que apresentam.

## **JUSTIFICATIVA**

Analisar o setor culinário de Brasília, com ênfase na temática retrô, bem como o público-alvo, suas necessidades e suas preferências.

O foco será voltado para dois restaurantes da capital que seguem essa modalidade e são concorrentes entre si, bem como o setor que esses restaurantes atuam e o mercado em que estão inseridos.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Os dois restaurantes que são foco do trabalho são restaurantes de culinária americana que seguem as tradições dos Diners da região (desde a decoração e a música até o Menu).

Esses Diners, de fato, são opções clássicas e rápidas da cozinha norte-americana. A origem desse tipo de estabelecimento, em geral, é em formato de trailer, onde se estabelece um clima descontraído e informal para o público.

### **Ambiente da concorrência**

#### **The plates**

O restaurante The Plates Burger & Grill chama a atenção logo pela fachada, de estilo retrô. Os elementos das décadas de 1950 e 1960 se repetem em seu interior. Chão xadrez em preto e branco, cadeiras vermelhas e outras referências acrescentadas pela arquiteta Tatiana Corbucci faz com que as pessoas pensem que voltaram no tempo. E não por acaso, o nome do lugar é uma alusão ao grupo The Platters, que ocupou os primeiros lugares nas paradas de sucesso nos anos 50, com hits como "Only you", "Smoke gets in your eyes e "The great pretender".

Um dos pontos fortes do restaurante é a boa localização, próximo a uma universidade e uma academia, locais freqüentados majoritariamente por jovens, que se incluem no público alvo desse estabelecimento.

Outros pontos seriam referentes ao atendimento personalizado, ou seja, treinamento dos garçons e cozinheiros; o Menu que foi desenvolvido por um chefe de cozinha, detalhando o balanceamento entre o tradicional e o moderno como, por exemplo, um hambúrguer de camarão; a produção manual dos hambúrgueres; e também o funcionamento do local, em dois turnos todos os dias, com 17 (dezesete) funcionários.

Um de seus pontos fracos seria o fato de ser um estabelecimento muito recente, e não haver muito investimento em divulgação, o que dificulta o movimento. Outro ponto é que apesar da boa localização, um ponto forte, não é muito exposto. O preço também serve como um ponto fraco, pois não é acessível a todos.

## **Houston**

O restaurante Houston Original Hamburguers é uma hamburgueria gourmet, mas de aspecto simples. Ele trabalha com um foco um pouco diferente do The Plates. Há uma espécie de self-service de hambúrgueres. Ou seja, é possível colocar ingredientes como queijos, carnes, molhos etc. à escolha do cliente.

É também uma micro empresa que tem apoio do Governo, sendo este um de seus pontos fortes. E, como no The Plates, tem treinamento dos garçons e cozinha. O preço é mais acessível, o que de certa forma aumenta o movimento do local, porém o que desfavorece é o horário de funcionamento, que é de segunda a sábado, somente das 17h as 24h. Outro ponto fraco é o tamanho e o espaço para os clientes, que é pequeno. Também não é muito visível o investimento no tema de Diner dos anos 50, porém o local ainda está em fase de planejamento, de fato funciona somente há um ano. Como o site ainda está em construção, sua divulgação é apenas boca a boca, sendo este outro ponto fraco.

Além desses dois restaurantes, há também lanchonetes com essa temática, como o Marvin e o Sky's Burger. O Marvin tem esse mesmo clima dos anos 50, com suas paredes pintadas de vermelho e ilustrações de pin-ups. A hamburgueria é famosa por sua variedade: é possível escolher até vinte combinações de sanduíches. Já o Sky's Burger já está há mais de 20 anos no mercado. Trabalha como hamburgueria também, mas tem dois diferenciais: há hambúrgueres vegetarianos (de soja) e tem o serviço de tele-entrega.

### **Público Alvo (Necessidades, desejos, e demanda)**

Como público-alvo, o The Plates visa mais estudantes, jovens e casais, com desejo de experimentar pratos diferenciados, em ambiente mais incomum, com tipo de música e decoração especial dos Anos Dourados, o que difere do que, de fato, estão acostumados. Os frequentadores do local têm opções de hambúrgueres, ovos, bacon, sobremesas etc. A classe que prevalece é a média alta, por conta de seus preços. O restaurante também procura atrair pessoas da universidade através de uma parceria, oferecendo 5% de desconto aos estudantes.

O Houston segue uma mesma linha de público alvo, sendo de jovens, casais, famílias e estudantes. O poder de criação individual do hambúrguer pelo cliente é um estímulo agradável para os frequentadores que procuram liberdade na escolha de sua comida. A classe que prevalece é a média baixa, já que seu preço padrão é de R\$15,00.

## **CONSIDERAÇÕES**

### **Análise**

- Os dois restaurantes são de tamanhos diferentes.
- Os dois são recentes, ainda em fase de planejamento/divulgação
- Os dois oferecem um atendimento bom e pratos que correspondem à demanda.
- Movimento se intensifica claramente depois da quinta feira.

### **Avaliação do setor**

Pela análise dos dados referente à pesquisa realizada nas duas lanchonetes, observou-se que é um setor com um grande potencial de crescimento de usufruir de

idéias diferentes, principalmente por estar situado na capital, que é um ponto gastronômico em crescimento. Destaca-se também o número baixo de concorrentes no mesmo porte.

Por fim, observou-se a necessidade de estabelecimento gastronômico com novidades para uma variedade de público atraído pelo restaurante, buscando cada vez mais atender esse setor em Brasília.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BERNARDI, L.A. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BERNARDI, L.A. Manual de planos de negócios: fundamentos, processos e estruturação. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

Houston Original Hamburguers. Disponível em: [www.originalhouston.com.br](http://www.originalhouston.com.br), acessado em 06 de março de 2011.

LUIZ, Márcia Cameiro e BRAGA, Adriano Vieira. Restaurantes. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

ROSA, Cláudio Afrânio. Como elaborar um plano de negócio. Brasília: SEBRAE, 2007.

The Plates. Disponível em: [www.theplates.com.br](http://www.theplates.com.br), acessado em 10 de março de 2011.