

FATORES RELACIONADOS À COMIDA DE EMPREENDIMENTOS GASTRONÔMICOS QUE PODEM LEVAR A RUPTURA DOS CLIENTES

Leonardo Pereira dos **ANJOS**¹

Kleinia Anjos **VIANNA**³

¹Estudante de Gastronomia - Faculdade Senac Minas (Unidade CEP Belo Horizonte), ³Professor do Curso de Gastronomia, Faculdade Senac Minas (Unidade CEP Belo Horizonte)

Palavras-chave: Empreendimento gastronômico; Comida; Ruptura; Clientes

INTRODUÇÃO

O setor de alimentação desempenha papel fundamental para entender as demandas de consumo das sociedades, fato que concerne aos empreendimentos gastronômicos a encontrar estes desígnios (GALAS *et.al*, 2017). Esse fato incentiva o gestor a conhecer com maior profundidade as necessidades e desejos dos seus clientes em busca da fidelização e, por conseguinte, a redução das rupturas (KOTLER, 2013). Segundo a Rede Abrasel (2021), no que se refere ao setor brasileiro de alimentação fora do lar, as evidências têm revelado evolução, impondo maiores desafios para o gestor de negócios gastronômicos. Nesse sentido, é necessário buscar estratégias para manter a lealdade dos clientes e entender o seu comportamento. Diante do exposto, este trabalho visa compreender os fatores que podem levar os clientes à ruptura com empreendimentos gastronômicos.

METODOLOGIA

Os métodos utilizados foram as classificações taxonômicas apresentadas por Vergara (2016), em que é definida quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins foram utilizadas pesquisas Explicativa e Descritiva, pois as duas se correlacionam envolvendo o mesmo objetivo que é entender os motivos que podem levar os clientes a não retornarem aos empreendimentos gastronômicos. Quanto aos meios utilizou-se

Pesquisa de Campo e os dados foram obtidos por questionário construído no Google Forms, contendo 17 perguntas, sendo 1 de resposta única e 16 dicotômicas. O universo da pesquisa foi composto por frequentadores de empreendimentos gastronômicos, com amostra probabilística sistemática, sem limitação geográfica para aplicação do instrumento de pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise descritiva e exploratória permitiu caracterizar o perfil dos respondentes do questionário, de acordo com os dados da amostra. Sobre a caracterização da amostra, dentre os 65 respondentes 47,69% eram do gênero masculino e 52,31% feminino, além da faixa etária 21-35 contendo 46,15%. Os resultados mostraram que inúmeros fatores poderiam levar o cliente a romper com o empreendimento gastronômico, sendo eles: o gosto do alimento 95,38%; o cheiro da comida 89,23%; a aparência da comida 64,62%; a temperatura do alimento 55,38%; a padronização das porções, ou seja, a fração de alimento que é servida 38,46%; a quantidade de opções que o cardápio apresenta 26,15%; a higiene do empreendimento 87,69%. Os dados mostram como o alimento assegura êxito essencial para o empreendimento, ademais, os informes associados ao alimento, em sua maioria, apresentam resultados acima de 50%. Outrossim, elementos não igualmente correlacionados, como cardápio e higiene do empreendimento, apresentam resultados bem distintos, mas afetam o juízo do cliente em relação ao empreendimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados apresentados, observa-se que os empreendimentos gastronômicos precisam identificar a expectativa do cliente sobre o serviço ofertado. Nota-se que os fatores relacionados à comida representam um papel fundamental para evitar as rupturas. Sugere-se a realização de futuras pesquisas com o objetivo de entender o comportamento do consumidor, a fim de prever a sua ruptura.

REFERÊNCIAS

GALAS, Sidarta Silva; *et al.* Uma análise dos fatores que ocasionam a ruptura de clientes em restaurantes: um resgate de experiência. **Anais do VI SINGEP**, São Paulo, 14 nov. 2017. Disponível em: <<http://www.singep.org.br/6singep/resultado/308.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2022.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 14.ed. atual. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. 796p.

REDE ABRASEL (Brasil). *Food business design: o que é e por que é importante para o meu empreendimento gastronômico?* Brasil, 5 abr. 2021. Disponível em: <https://redeabrasel.abrasel.com.br/read-blog/263_food-business-design-o-que-e-e-por-que-e-importante-para-o-meu-empreendimento-ga.html>. Acesso em: 12 set. 2022.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 16.ed. atual. São Paulo: Atlas, 2016. 90p.