

PESQUISA CLIENTE OCULTO BARES DE GOIÂNIA – GO



GOVERNO ESTADUAL

José Eliton de Figuerêdo Júnior
Governador do Estado de Goiás

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Leandro Marcel Garcia
Presidente

Luzia de Fatima Gonçalves
Chefe de Gabinete

José Adriano Donzelli
Diretor de Gestão Planejamento e Finanças

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS E EVENTOS

João Bittencourt Lino
Diretor de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos

Pedro Junior
Gerente de Projetos, Pesquisa e Produtos Turísticos.

Giovanna Adriana Tavares Gomes
Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Rafael de Araújo Rosa
Técnico em Estatística Responsável

Estagiários
Evelyn Cristina Ribeiro Bucar
Rosimeire Pereira da Costa
Solange Pereira Silva

Coordenador de Pesquisa de Campo
Rafael de Araujo Rosa

Pesquisadores
Estudantes do Curso de Gestão Comercial da Faculdade Cambury – Disciplina Pesquisa de Mercado

Relatório Técnico Estatístico
Giovanna Adriana Tavares Gomes
Rosimeire Pereira da Costa

1 APRESENTAÇÃO

A Goiás Turismo - Agência Estadual de Turismo, órgão oficial do estado de Goiás, tem como objetivo executar a política estadual de Turismo, compreendendo o fomento do turismo e a consolidação dos destinos turísticos goianos no mercado estadual e nacional e promovê-los internacionalmente.

1.1 Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos

A equipe técnica da Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos é técnica especializada em Turismo, Geografia, Estatística, Economia e design. O objetivo da equipe multidisciplinar da Diretoria é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de um banco de dados, colaborando para o desenvolvimento de um Turismo planejado a partir de dados da cadeia produtiva dos serviços turísticos no Estado de Goiás. Todos os trabalhos realizados pela Diretoria e seus parceiros são disponibilizados no Observatório do Turismo do Estado de Goiás (www.observatoriodoturismo.tur.br).

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

PESQUISA CLIENTE OCULTO – EXPERIÊNCIAS NO ATENDIMENTO DOS BARES EM GYN

O objetivo principal deste estudo será investigar o segmento de Alimentos e Bebidas no que se refere prestação dos serviços de Bares em Goiânia indicados pelo ranking do site “Curta Mais” como os melhores pontos de lazer, cultura e gastronomia de Goiânia. A proposta visa conhecer o atendimento prestado aos clientes e de que modo esse atendimento é capaz de gerar vantagens competitivas frente aos demais concorrentes. A metodologia empregada será por meio da pesquisa de tipo exploratória, a primeira etapa consiste em pesquisa analítica nas redes sociais do empreendimento e seus serviços, a segunda etapa será a vivência da experiência propriamente dita – o estudo de campo – a pesquisa “in loco” como

cliente oculto (21/11/2018) e a terceira etapa o preenchimento do questionário avaliativo de satisfação. A técnica de coleta de dados da pesquisa de campo se dará por meio do método de cliente oculto, cujo preenchimento dos itens observados ocorrerá após visita “in loco” nos Bares selecionados via sorteio e em sala de aula, sendo a abordagem do estudo preferencialmente qualitativa. A partir da pesquisa de cliente oculto será possível, por meio da classificação de itens específicos de cada tipo de serviço, bem como de diferenciais competitivos oferecidos pelos mesmos, estabelecermos relação entre o grau de satisfação dos clientes dos bares com as vantagens competitivas geradas por empreendimento no mercado. Ao final das análises pretende-se identificar pontos positivos e negativos de cada um dos bares visitados e assim destacar a melhor e pior gestão.

A pesquisa pretende ainda proporcionar uma análise mais profunda, uma vez que permitirá uma interação do pesquisador com o ambiente e os trabalhadores das casas durante a prestação de serviço nos bares a serem pesquisadas/visitados/experienciados pelos alunos de Gestão Comercial. A pesquisa vai se dar em Grupos e deve ser preenchida em formulário on-line após a visita e de forma **individual**. **Obs:** O link será enviado para o grupo 1 hora antes do evento. Os grupos devem estar nos seus respectivos Bares pontualmente as 19h00 para vivenciar a experiência com Cliente Oculto. O tempo que cada grupo terá para viver a experiência é de 2 horas e 15 minutos – cada grupo deve tirar uma Self durante o período que estiver no Bar e enviar para o WhatsApp da turma com o nome do Bar e o nome dos integrantes do grupo – O grupo deve chegar ao Bar integralizador Woodstock Rock Bar até as 21h30 pontualmente para discussão final sobre a pesquisa e conagraçamento com a Professora Orientadora. Os itens a serem analisados permearão todos os serviços dos bares, portanto devem usufruir de serviços de Alimentos e Bebidas (de forma moderada). A seguir possíveis questões a serem levantadas com relação à qualidade do atendimento, tempo de espera e organização:

- 1. Os garçons foram comunicativos e Cordiais?**
- 2. O cliente foi abordado de forma adequada e sorridente?**
- 3. O cliente teve que esperar uma mesa vaga?**

4. O cliente foi acompanhado até uma mesa disponível?
5. Ofereceu produtos adicionais (bebida, petisco)?
6. Houve rapidez no atendimento?
7. Foi demonstrado o cardápio e questionado se havia alguma preferência?
8. Os garçons são bem informados sobre os produtos (alimentos)?
9. Os garçons passam confiança?
10. Os funcionários tinham uma apresentação pessoal adequada? (Unhas, barba, uniformes e calçados limpos)
11. Houve fila no momento do pagamento no Caixa?
12. Garçon trouxe a conta até a mesa?

Outro ponto após o preenchimento do formulário on-line (que deve ser feito até um dia após o evento) você deve enviar um e-mail por grupo com o nome do bar pesquisado, nome completo dos participantes e CPF para que o possamos emitir o certificado de participação que vai corresponder a 20 horas, que será encaminhado posteriormente para esse mesmo e-mail pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Obs. Instrumento de pesquisa se encontra no final do documento.

3 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM OS CLIENTES OCULTOS

Perfil do cliente oculto e algumas considerações

Tabela 1: Bares que fizeram parte da pesquisa.

Bar/Restaurante	Respondentes	%
Antigo Armazém	5	12,8%
Boteco Posto 15	4	10,3%
Cerrado Cervejaria	5	12,8%
Floresta Bar e Choperia	6	15,4%
Glória Bar	3	7,7%
Jajá Drinks	4	10,3%
Restaurante Cantinho Frio	7	17,9%
Vai Tomá no Kuka Bar	5	12,8%
Total	39	100,0%

Gráfico 1: Bares que fizeram parte da pesquisa.

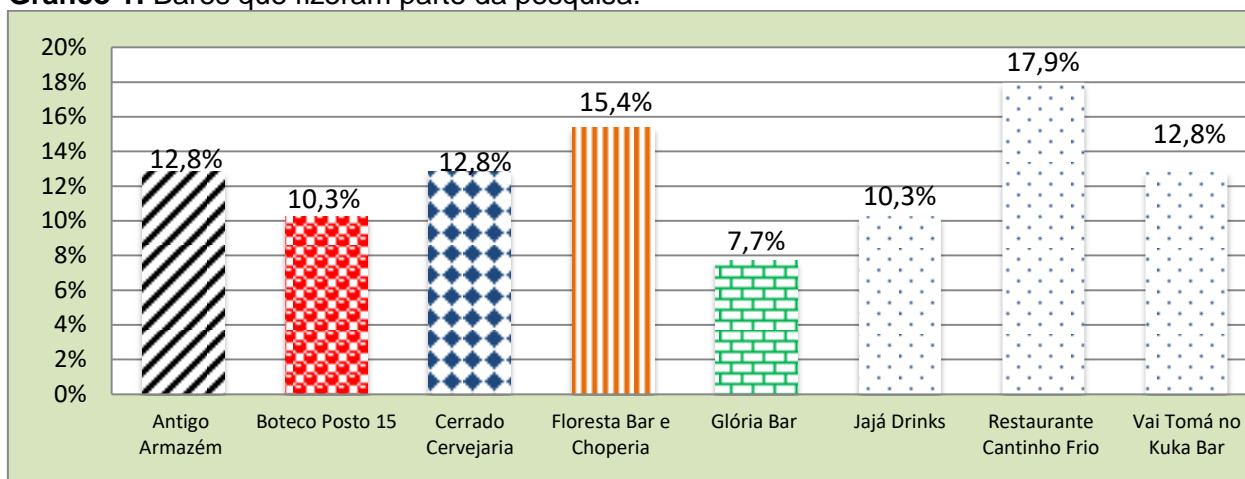


Tabela 2: Concorda com a frase: “O ato de comprar/consumir é um ritual extremamente prazeroso e induzido na maioria das vezes pela emoção. Dificilmente a emoção vai ceder espaço à racionalidade nesse momento. A pessoa que não gasta com nada é praticamente inexistente em uma sociedade como a nossa.”?

	Respondentes	%
Concorda	35	89,7%
Discorda	4	10,3%
Total	39	100,0%

Gráfico 2: Percentual de clientes ocultos que concordaram com a frase: “O ato de comprar/consumir é um ritual extremamente prazeroso e induzido na maioria das vezes pela emoção. Dificilmente a emoção vai ceder espaço à racionalidade nesse momento. A pessoa que não gasta com nada é praticamente inexistente em uma sociedade como a nossa.”?

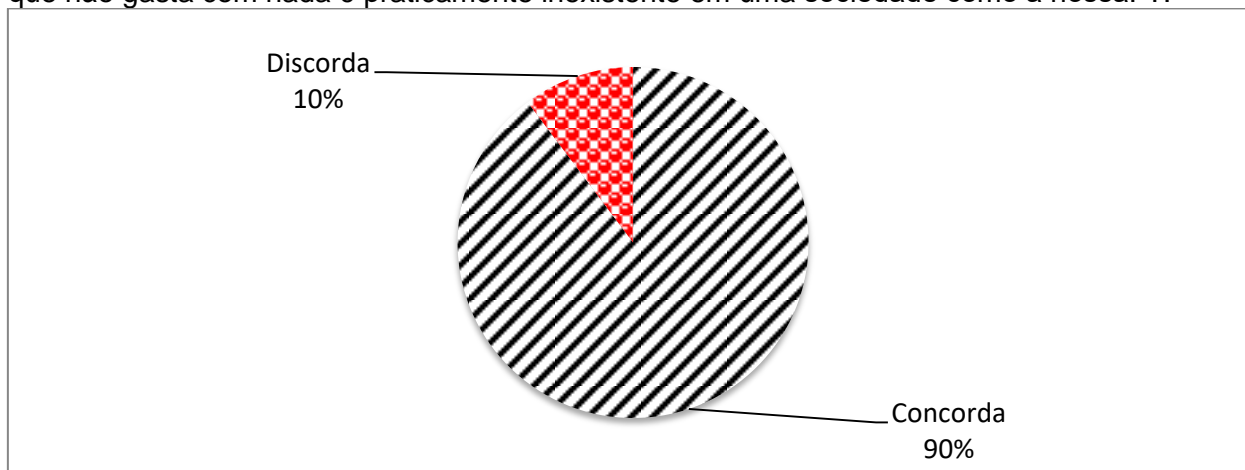


Tabela 3: Em que tipo de perfil de consumidor de serviços de alimentos e bebidas você se encaixa?

	Respondentes	%
Consome de maneira conservadora	9	23,1%
Consome de maneira moderada	27	69,2%
Consome de maneira exagerada	3	7,7%

Total **39** **100,0%**

Gráfico 3: Perfil de consumidor de serviços de alimentos e bebidas o cliente oculto se encaixa.

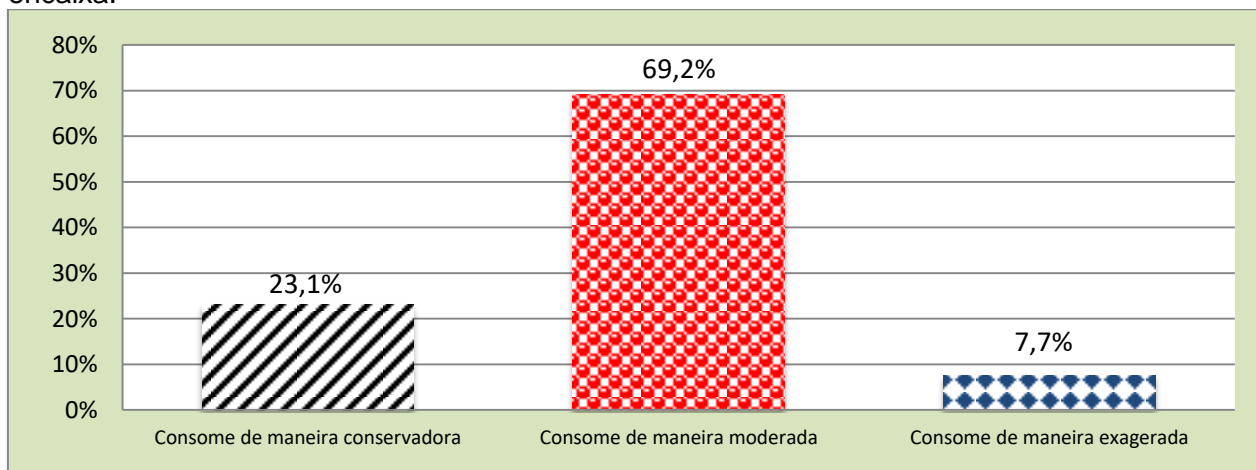


Tabela 4: Produtos que foram consumidos de alimentos no Bar/Restaurante visitado.

	Número de Repostas	%
Escondidinho de carne seca	7	18,4%
Batata Frita	6	15,8%
Pastel	5	13,2%
Carne na chapa	5	13,2%
Batata frita com cheddar e bacon	5	13,2%
Bolinhos de bacalhau	5	13,2%
Arroz	4	10,5%
Petisco de frango	4	10,5%
Ceviche	4	10,5%
Picanha	3	7,9%
Feijão	3	7,9%
Frios	3	7,9%
Escondidinho de camarão	3	7,9%
Vinagrete	3	7,9%
Queijo coalho com mel	2	5,3%
Picanha na chapa	2	5,3%
Farofa de carne	1	2,6%
Carne	1	2,6%
Palmito	1	2,6%
Caldo	1	2,6%
Salaminho italiano	1	2,6%
Filé de carne com queijo e mandioca	1	2,6%
Pães	1	2,6%
Frango recheado	1	2,6%
Contra filé na chapa	1	2,6%
Contra filé com mandioca	1	2,6%

Calabresa	1	2,6%
Picanha com guarnições	1	2,6%
Carnes com batatas e palmito	1	2,6%
Iscas de carne	1	2,6%
Queijo empanado	1	2,6%
Mandioca	1	2,6%
Feijão tropeiro	1	2,6%
Filé bovino na chapa	1	2,6%

Tabela 5: Produtos que foram consumidos de bebidas no Bar/Restaurante visitado.

	Respondentes	%
Refrigerante	18	47,4%
Cerveja	11	28,9%
Chopp	8	21,1%
Suco (abacaxi com hortelã, limão, morango, laranja)	7	18,4%
Água	5	13,2%
Cozumel	3	7,9%
Cerveja sem álcool	1	2,6%
Caipisquê	1	2,6%
Creme de Maracujá	1	2,6%

Tabela 6: Total de Gastos Médio dos Grupos nos Bares/Restaurantes pesquisados.

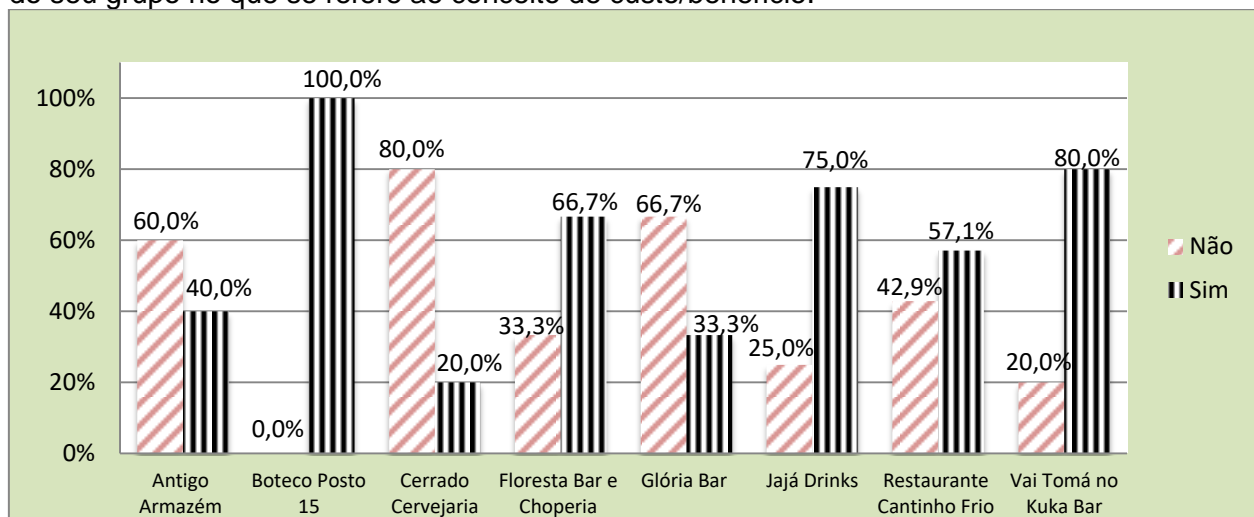
Bar/Restaurante	Média do Gasto dos Grupos
Antigo Armazém	R\$ 184,31
Boteco Posto 15	R\$ 181,24
Cerrado Cervejaria	R\$ 200,03
Floresta Bar e Choperia	R\$ 254,17
Glória Bar	R\$ 93,80
Jajá Drinks	R\$ 94,25
Restaurante Cantinho Frio	R\$ 306,04
Vai Tomá no Kuka Bar	R\$ 160,00
Média Geral por Grupo	R\$ 199,29

Tabela 7: No que se refere ao conceito de custo/benefício considera justo o valor pago pelo consumo do seu grupo?

Bar/Restaurante	Não	Sim	Total
Antigo Armazém	60,0%	40,0%	100,0%
Boteco Posto 15	0,0%	100,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	80,0%	20,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	33,3%	66,7%	100,0%
Glória Bar	66,7%	33,3%	100,0%
Jajá Drinks	25,0%	75,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	42,9%	57,1%	100,0%

Vai Tomá no Kuka Bar 20,0% 80,0% 100,0%

Gráfico 4: Percentual de clientes ocultos que consideraram justo o valor pago pelo consumo do seu grupo no que se refere ao conceito de custo/benefício.



Avaliação da Estrutura dos Bares Pesquisados

Tabela 8: Avaliação da Estrutura do Bar Antigo Armazém.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	0,00%	60,00%	20,00%	20,00%	3,60
Acesso / Vias	20,00%	0,00%	20,00%	20,00%	40,00%	3,60
Sinalização/ Vias	20,00%	0,00%	40,00%	20,00%	20,00%	3,20
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	4,00
Estacionamento	0,00%	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%	3,00
Segurança do Bar	0,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	3,50
Layout do Bar / disposição de mesas/ espaço entre as mesas	20,00%	0,00%	0,00%	40,00%	40,00%	3,80
Decoração	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5,00
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Estrutura dos banheiros	0,00%	0,00%	20,00%	40,00%	40,00%	4,20
Higiene do Banheiro	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Cardápio	0,00%	0,00%	40,00%	20,00%	40,00%	4,00
Apresentação do prato consumido	0,00%	20,00%	0,00%	40,00%	40,00%	4,00
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5,00
Tempo de espera do prato	20,00%	0,00%	0,00%	60,00%	20,00%	3,60
Quantidade do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	80,00%	20,00%	4,20
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Nota Média Geral						4,14

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 5: Avaliação da Estrutura do Bar Antigo Armazém.



Tabela 9: Avaliação da Estrutura do Boteco Posto 15.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	4,50
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	4,00
Sinalização/ Vias	0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	4,00
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	4,00
Estacionamento	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	0,00%	2,50
Segurança do Bar	0,00%	0,00%	66,67%	0,00%	33,33%	3,67
Layout do Bar / disposição de mesas/espço entre as mesas	0,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	3,50
Decoração	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	4,50
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	4,50
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Estrutura dos banheiros	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Higiene do Banheiro	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Cardápio	0,00%	0,00%	25,00%	25,00%	50,00%	4,25
Apresentação do prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	4,50
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Tempo de espera do prato	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Quantidade do Prato consumido	0,00%	0,00%	25,00%	0,00%	75,00%	4,50
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,75
Nota Média Geral						4,30

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 6: Avaliação da Estrutura do Boteco Posto 15.



Tabela 10: Avaliação da Estrutura do Cerrado Cervejaria.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	0,00%	20,00%	20,00%	60,00%	4,40
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	20,00%	20,00%	60,00%	4,40
Sinalização/ Vias	0,00%	0,00%	0,00%	80,00%	20,00%	4,20
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	0,00%	0,00%	20,00%	60,00%	20,00%	4,00
Estacionamento	0,00%	20,00%	20,00%	40,00%	20,00%	3,60
Segurança do Bar	0,00%	20,00%	40,00%	40,00%	0,00%	3,20
Layout do Bar / disposição de mesas/espço entre as mesas	0,00%	20,00%	20,00%	40,00%	20,00%	3,60
Decoração	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	4,00
Iluminação do ambiente	0,00%	40,00%	0,00%	60,00%	0,00%	3,20
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	20,00%	0,00%	60,00%	20,00%	3,80
Estrutura dos banheiros	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	4,60
Higiene do Banheiro	0,00%	0,00%	0,00%	60,00%	40,00%	4,40
Cardápio	0,00%	0,00%	80,00%	20,00%	0,00%	3,20
Apresentação do prato consumido	0,00%	20,00%	60,00%	20,00%	0,00%	3,00
Sabor do Prato consumido	20,00%	20,00%	40,00%	20,00%	0,00%	2,60
Tempo de espera do prato	0,00%	20,00%	20,00%	60,00%	0,00%	3,40
Quantidade do Prato consumido	20,00%	20,00%	60,00%	0,00%	0,00%	2,40
Temperatura que o prato foi servido	20,00%	0,00%	0,00%	60,00%	20,00%	3,60
Temperatura da bebida consumida	40,00%	0,00%	20,00%	20,00%	20,00%	2,80
Nota Média Geral						3,60

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Tabela 11: Avaliação da Estrutura do Floresta Bar e Choperia.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	0,00%	16,67%	50,00%	33,33%	4,17
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	66,67%	16,67%	16,67%	3,50
Sinalização/ Vias	0,00%	0,00%	16,67%	33,33%	50,00%	4,33
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	40,00%	20,00%	20,00%	20,00%	0,00%	2,20
Estacionamento	33,33%	16,67%	50,00%	0,00%	0,00%	2,17
Segurança do Bar	0,00%	20,00%	80,00%	0,00%	0,00%	2,80
Layout do Bar / disposição de mesas/espço entre as mesas	0,00%	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%	4,33
Decoração	0,00%	0,00%	33,33%	50,00%	16,67%	3,83
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	16,67%	33,33%	50,00%	4,33
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	16,67%	33,33%	33,33%	16,67%	3,50
Estrutura dos banheiros	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	2,50
Higiene do Banheiro	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	2,50
Cardápio	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	3,50
Apresentação do prato consumido	0,00%	0,00%	16,67%	16,67%	66,67%	4,50
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	33,33%	66,67%	0,00%	3,67
Tempo de espera do prato	16,67%	16,67%	66,67%	0,00%	0,00%	2,50
Quantidade do Prato consumido	0,00%	16,67%	66,67%	16,67%	0,00%	3,00
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	16,67%	33,33%	50,00%	4,33
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	4,50
Nota Média Geral						3,48

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 7: Avaliação da Estrutura do Floresta Bar e Choperia.

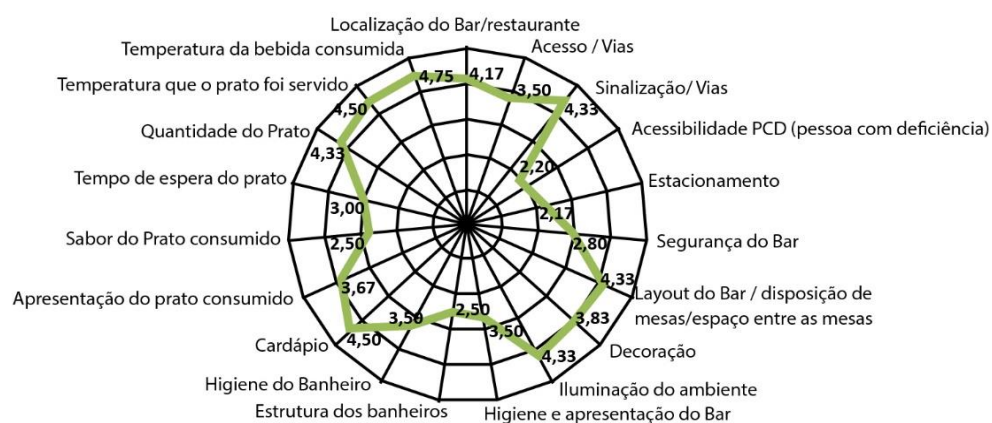


Tabela 12: Avaliação da Estrutura do Glória Bar.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	4,00
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	4,00
Sinalização/ Vias	0,00%	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	4,00
Acessibilidade PCD (pessoa com	0,00%	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	2,67

deficiência)

Estacionamento	0,00%	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	4,00
Segurança do Bar	0,00%	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	4,00
Layout do Bar / disposição de mesas/espço entre as mesas	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%	0,00%	3,33
Decoração	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	0,00%	3,00
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%	0,00%	3,33
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	0,00%	3,00
Estrutura dos banheiros	0,00%	33,33%	33,33%	33,33%	0,00%	3,00
Higiene do Banheiro	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	66,67%	4,67
Cardápio	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%	0,00%	3,33
Apresentação do prato consumido	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	33,33%	3,67
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5,00
Tempo de espera do prato	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,00
Quantidade do Prato consumido	0,00%	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	2,67
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5,00
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5,00
Nota Média Geral						3,61

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 8: Avaliação da Estrutura do Glória Bar.

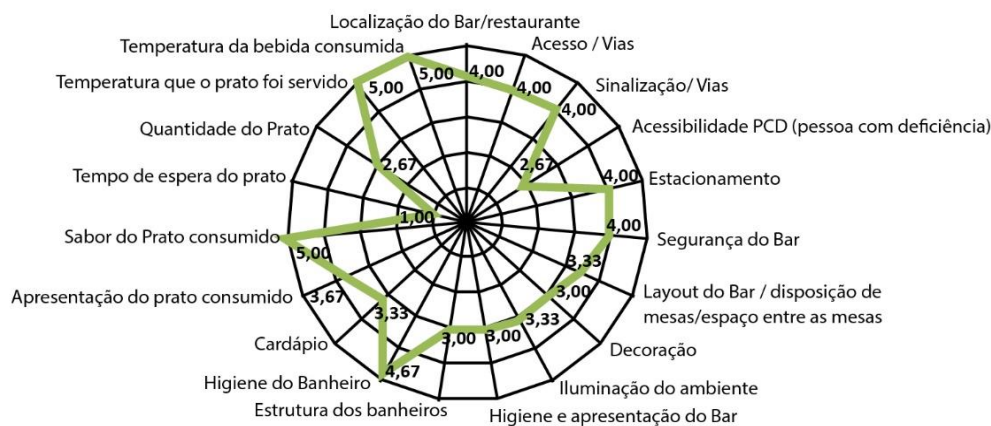


Tabela 13: Avaliação da Estrutura do Jajá Drinks.

	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	25,00%	25,00%	50,00%	0,00%	3,25
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	3,50
Sinalização/ Vias	25,00%	0,00%	25,00%	50,00%	0,00%	3,00
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	50,00%	25,00%	25,00%	0,00%	0,00%	1,75
Estacionamento	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	0,00%	1,67
Segurança do Bar	25,00%	0,00%	25,00%	50,00%	0,00%	3,00
Layout do Bar / disposição de	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	0,00%	3,00

mesas/espaco entre as mesas						
Decoração	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	0,00%	3,75
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	4,00
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	0,00%	3,75
Estrutura dos banheiros	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	3,50
Higiene do Banheiro	0,00%	25,00%	25,00%	50,00%	0,00%	3,25
Cardápio	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	4,00
Apresentação do prato consumido	0,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	3,50
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	4,00
Tempo de espera do prato	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	3,50
Quantidade do Prato consumido	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	2,00
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	4,00
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	25,00%	25,00%	50,00%	4,25
Nota Média Geral						3,30

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 9: Avaliação da Estrutura do Jajá Drinks.

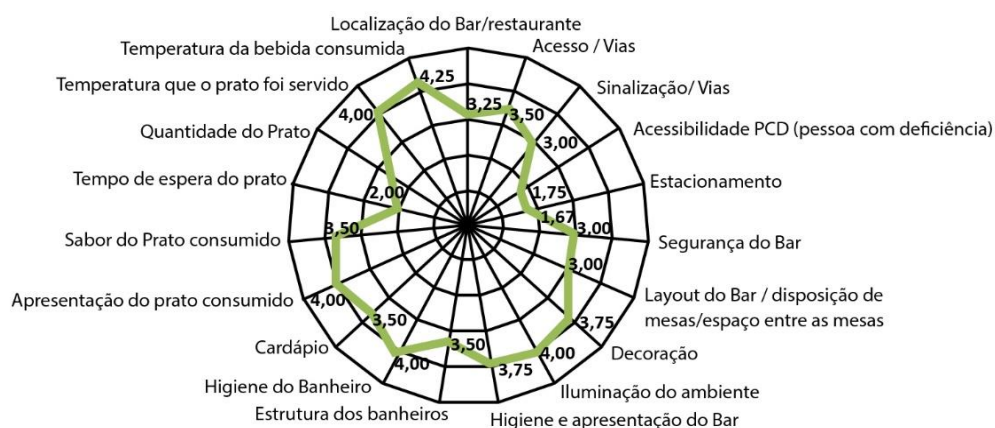


Tabela 14: Avaliação da Estrutura do Restaurante Cantinho Frio.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	0,00%	14,29%	71,43%	14,29%	4,00
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	42,86%	57,14%	0,00%	3,57
Sinalização/ Vias	0,00%	0,00%	42,86%	57,14%	0,00%	3,57
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	0,00%	14,29%	28,57%	42,86%	14,29%	3,57
Estacionamento	14,29%	28,57%	28,57%	28,57%	0,00%	2,71
Segurança do Bar	16,67%	33,33%	33,33%	16,67%	0,00%	2,50
Layout do Bar / disposição de mesas/espaco entre as mesas	0,00%	0,00%	28,57%	42,86%	28,57%	4,00
Decoração	0,00%	0,00%	0,00%	57,14%	42,86%	4,43
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	14,29%	28,57%	57,14%	4,43
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	0,00%	0,00%	42,86%	57,14%	4,57
Estrutura dos banheiros	0,00%	0,00%	0,00%	85,71%	14,29%	4,14

Higiene do Banheiro	0,00%	0,00%	0,00%	42,86%	57,14%	4,57
Cardápio	0,00%	0,00%	0,00%	57,14%	42,86%	4,43
Apresentação do prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	71,43%	28,57%	4,29
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	57,14%	42,86%	4,43
Tempo de espera do prato	0,00%	0,00%	14,29%	71,43%	14,29%	4,00
Quantidade do Prato consumido	0,00%	0,00%	14,29%	57,14%	28,57%	4,14
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	0,00%	57,14%	42,86%	4,43
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	14,29%	14,29%	71,43%	4,57
Nota Média Geral						4,02

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 10: Avaliação da Estrutura do Restaurante Cantinho Frio.

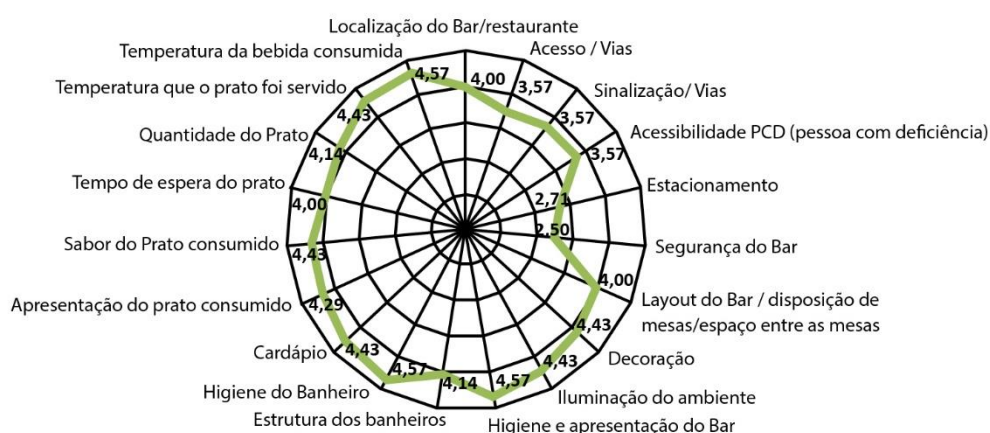


Tabela 15: Avaliação da Estrutura do Vai Tomá no Kuka Bar.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Localização do Bar/restaurante	0,00%	20,00%	80,00%	0,00%	0,00%	2,80
Acesso / Vias	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	3,00
Sinalização/ Vias	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	3,00
Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40
Estacionamento	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50
Segurança do Bar	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40
Layout do Bar / disposição de mesas/espaco entre as mesas	0,00%	20,00%	60,00%	20,00%	0,00%	3,00
Decoração	0,00%	0,00%	40,00%	40,00%	20,00%	3,80
Iluminação do ambiente	0,00%	0,00%	60,00%	40,00%	0,00%	3,40
Higiene e apresentação do Bar	0,00%	0,00%	60,00%	40,00%	0,00%	3,40
Estrutura dos banheiros	0,00%	40,00%	40,00%	20,00%	0,00%	2,80
Higiene do Banheiro	0,00%	20,00%	60,00%	20,00%	0,00%	3,00
Cardápio	0,00%	20,00%	60,00%	20,00%	0,00%	3,00
Apresentação do prato consumido	0,00%	40,00%	20,00%	0,00%	40,00%	3,40
Sabor do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Tempo de espera do prato	0,00%	0,00%	40,00%	40,00%	20,00%	3,80

Quantidade do Prato consumido	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Temperatura que o prato foi servido	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	4,60
Temperatura da bebida consumida	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	4,60
Nota Média Geral						3,24

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 11: Avaliação da Estrutura do Vai Tomás no Kuka Bar.

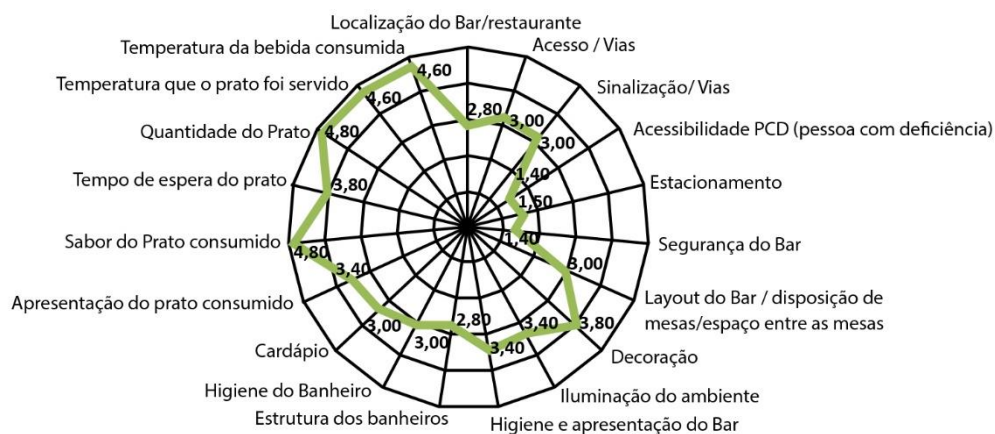


Tabela 16: Nota Média dos Itens Avaliados de acordo com o Restaurante/Bar entrevistado.

Bar/Restaurante	Nota Média
Antigo Armazém	4,14
Boteco Posto 15	4,30
Cerrado Cervejaria	3,60
Floresta Bar e Choperia	3,48
Glória Bar	3,61
Jajá Drinks	3,30
Restaurante Cantinho Frio	4,02
Vai Tomás no Kuka Bar	3,24
Nota Média Geral	3,71

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Gráfico 12: Nota Média dos Itens Avaliados de acordo com o Restaurante/Bar entrevistado.

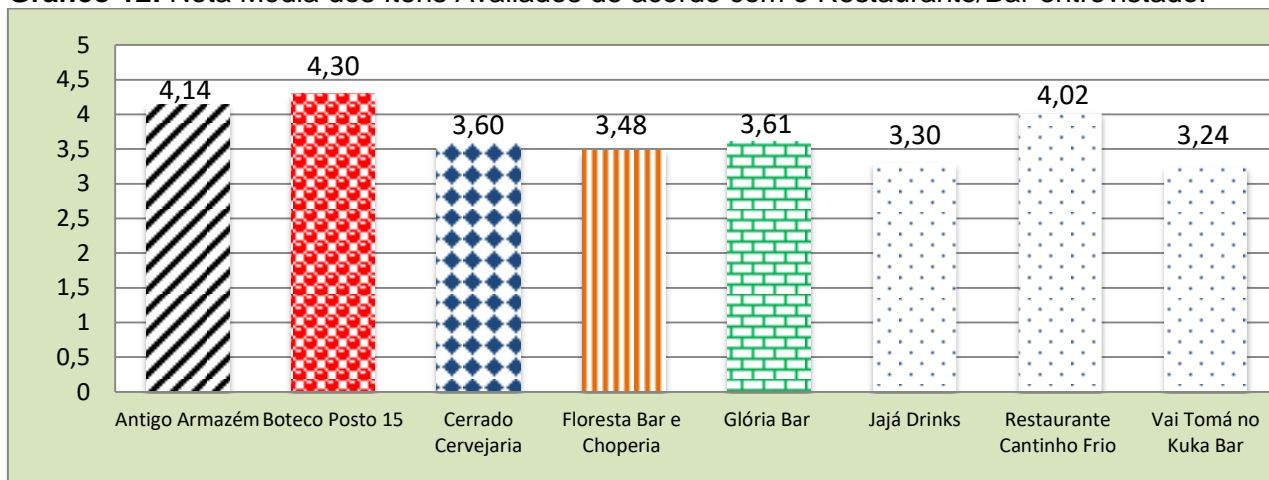


Tabela 17: Achou justo o preço cobrado pelo prato consumido?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	40,0%	60,0%	100,0%
Boteco Posto 15	75,0%	25,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	50,0%	50,0%	100,0%
Glória Bar	0,0%	100,0%	100,0%
Já Já Drinks	75,0%	25,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	57,1%	42,9%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	60,0%	40,0%	100,0%

Gráfico 13: Porcentagem de clientes ocultos que acham justo o preço pelo prato consumido.

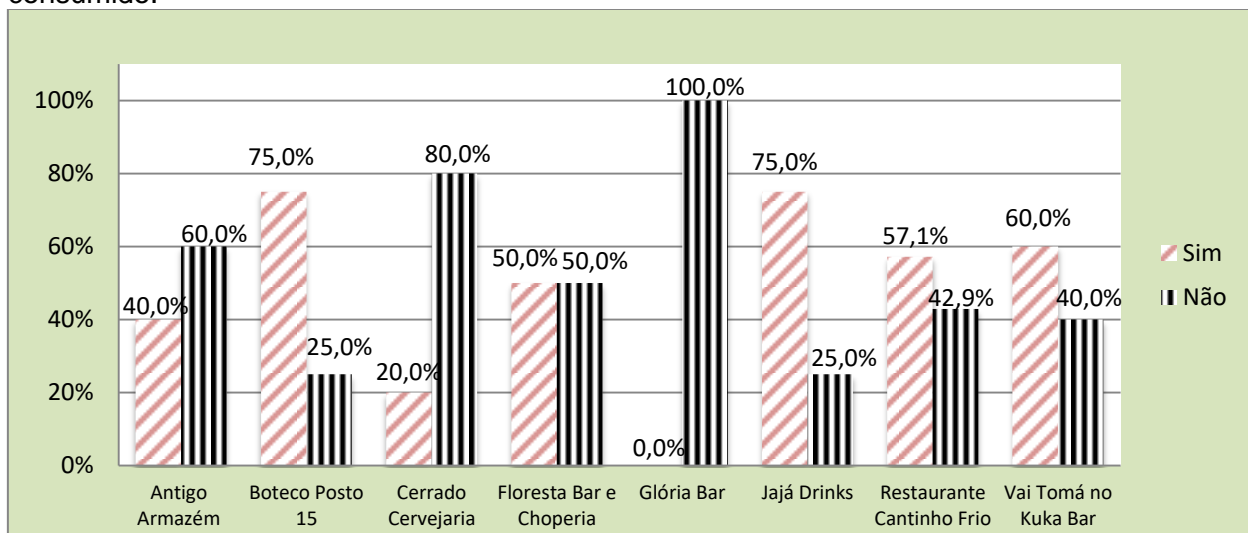


Tabela 18: Achou justo o preço cobrado pela bebida consumida?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	40,0%	60,0%	100,0%
Boteco Posto 15	75,0%	25,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	80,0%	20,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	66,7%	33,3%	100,0%
Glória Bar	100,0%	0,0%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	71,4%	28,6%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	60,0%	40,0%	100,0%

Gráfico 12: Porcentagem de clientes ocultos que acharam justo o preço cobrado pela bebida.

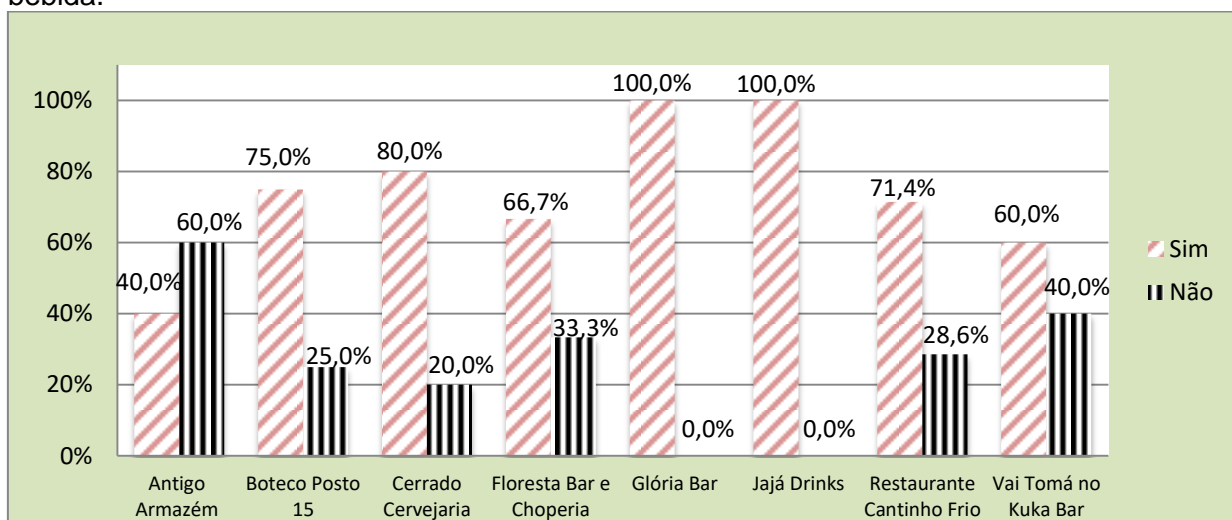


Tabela 19: Qual a nota que você atribui a qualidade dos produtos consumidos de Alimentos e Bebidas no Bar/Restaurante visitado?

Bar/Restaurante	Nota Média
Antigo Armazém	9,20
Boteco Posto 15	9,00
Cerrado Cervejaria	6,00
Floresta Bar e Choperia	7,50
Glória Bar	8,67
Jajá Drinks	8,00
Restaurante Cantinho Frio	8,43
Vai Tomá no Kuka Bar	7,80
Nota Média dos Bares/Restaurantes Pesquisados	8,07

Obs.: As notas da avaliação variam entre 1 e 10, sendo que 1 representa péssimo e 10 ótimo.

Gráfico 13: Nota Média atribuída à qualidade dos produtos consumidos de alimentos e bebidas no Bar/Restaurante visitado.

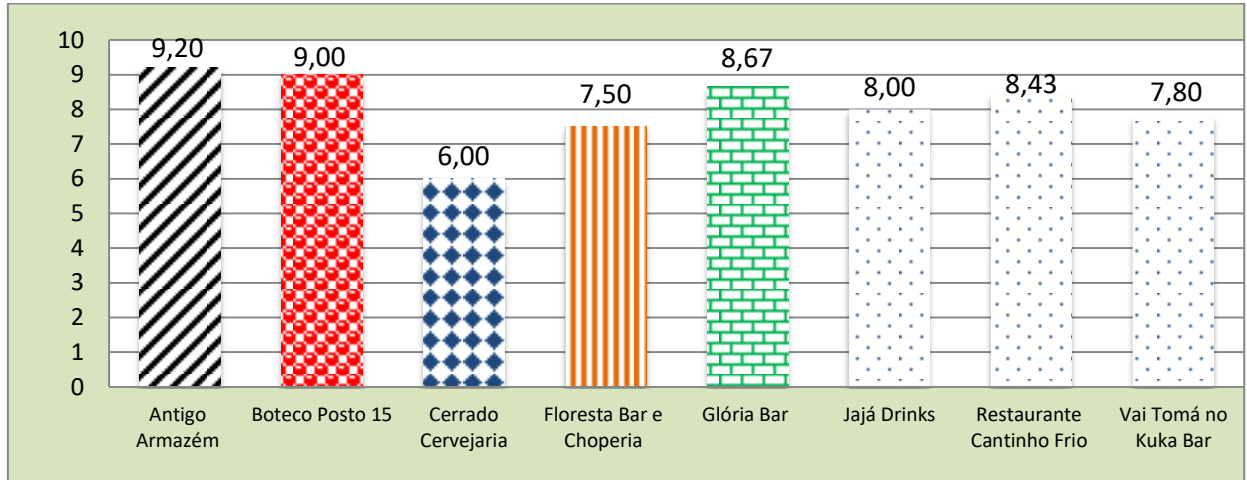
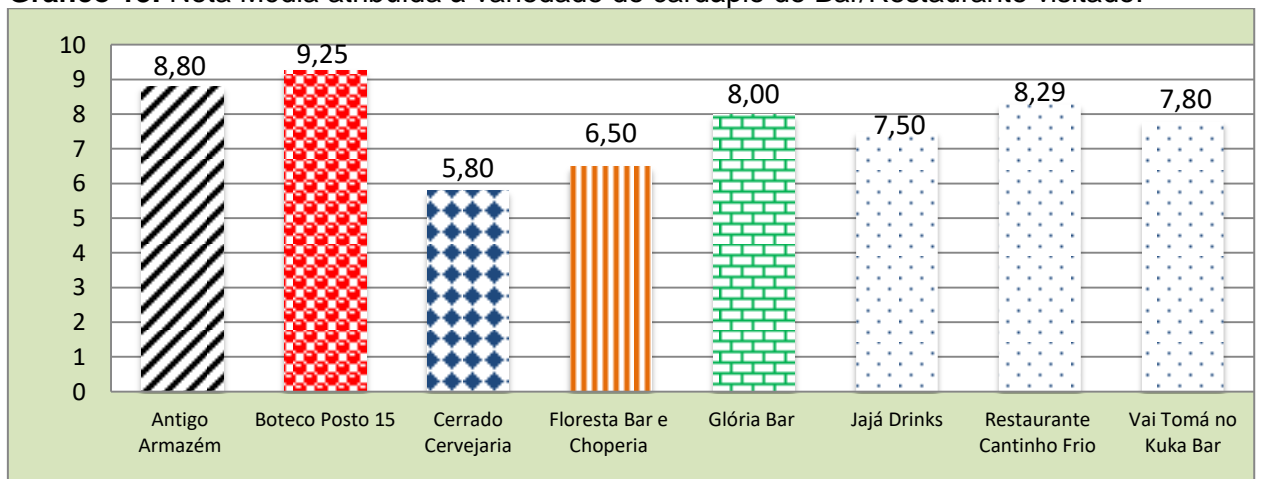


Tabela 20: Qual a nota que você atribui à variedade do cardápio do Bar/Restaurante visitado?

Bar/Restaurante	Nota Média
Antigo Armazém	8,80
Boteco Posto 15	9,25
Cerrado Cervejaria	5,80
Floresta Bar e Choperia	6,50
Glória Bar	8,00
Jajá Drinks	7,50
Restaurante Cantinho Frio	8,29
Vai Tomá no Kuka Bar	7,80
Nota Média dos Bares/Restaurantes pesquisados	7,74

Obs.: As notas da avaliação variam entre 1 e 10, sendo que 1 representa péssimo e 10 ótimo.

Gráfico 13: Nota Média atribuída à variedade do cardápio do Bar/Restaurante visitado.



Avaliação da Qualidade na Prestação de Serviço dos Profissionais de Atendimento

Tabela 21: Qual a nota que você atribui ao tempo de espera para o primeiro atendimento do garçom após a sua chegada?

	Nota Média
Antigo Armazém	8,20
Boteco Posto 15	8,00
Cerrado Cervejaria	7,00
Floresta Bar e Choperia	7,00
Glória Bar	5,33
Jajá Drinks	9,00
Restaurante Cantinho Frio	8,43
Vai Tomá no Kuka Bar	4,80
Nota Média dos Bares/Restaurantes pesquisados	7,22

Obs.: As notas da avaliação variam entre 1 e 10, sendo que 1 representa péssimo e 10 ótimo.

Gráfico 14: Nota média atribuída ao tempo de espera para o primeiro atendimento do garçom após a sua chegada.

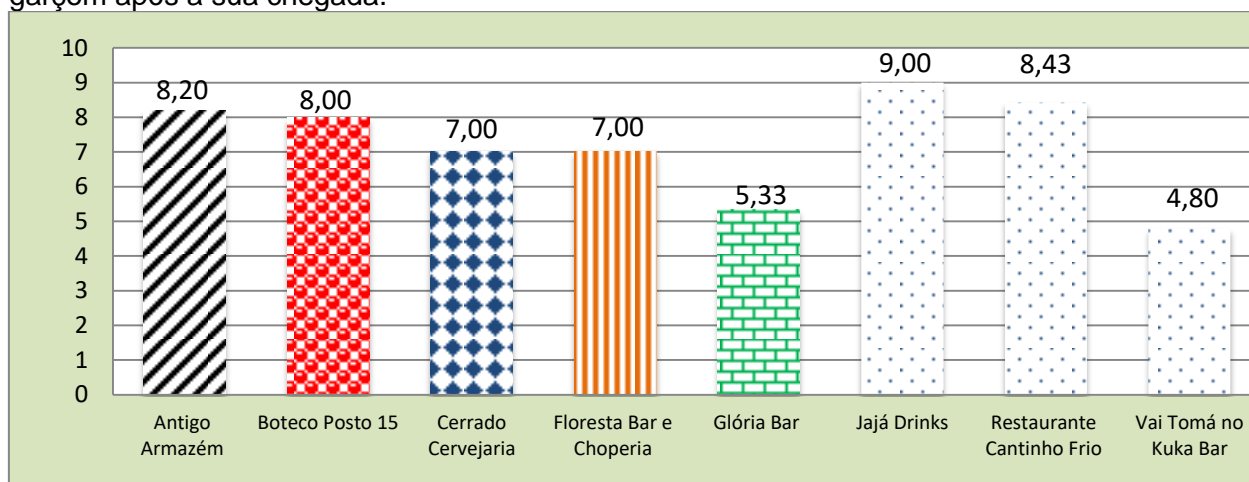


Tabela 22: O atendente cumprimentou você "cliente" com um sorriso ?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	100,0%	0,0%	100,0%
Boteco Posto 15	50,0%	50,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	83,3%	16,7%	100,0%
Glória Bar	33,3%	66,7%	100,0%
Jajá Drinks	75,0%	25,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	20,0%	80,0%	100,0%

Gráfico 15: Percentual de vezes que o atendente cumprimentou o cliente oculto com um sorriso.

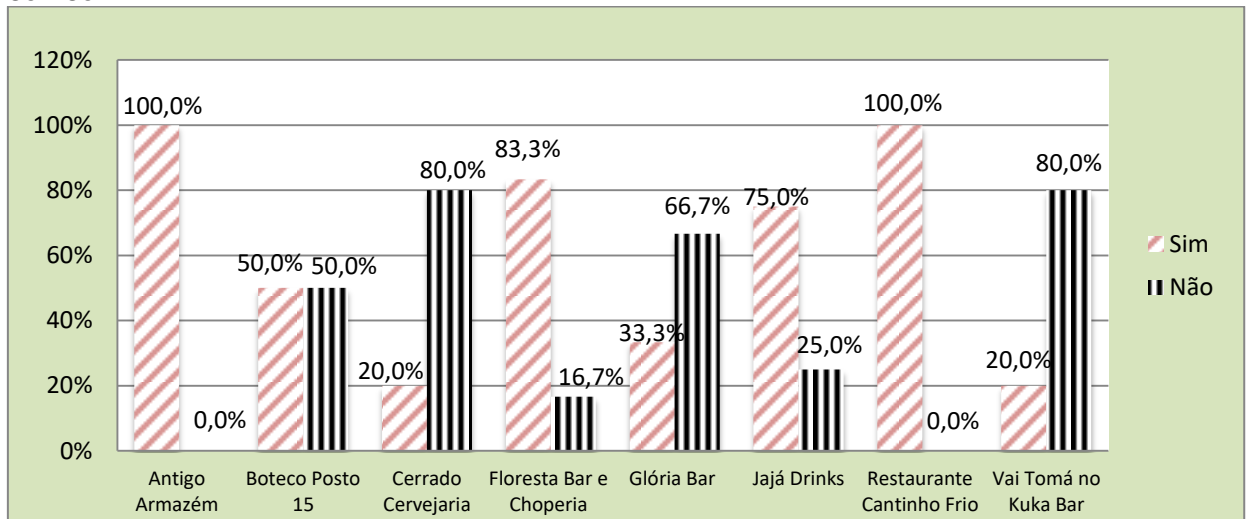


Tabela 23: O atendente se prontificou a ajudá-lo(a) em sua escolha, ou seja, eles são bem informados sobre os produtos e serviços do bar?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	20,0%	80,0%	100,0%
Boteco Posto 15	50,0%	50,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	40,0%	60,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	33,3%	66,7%	100,0%
Glória Bar	0,0%	100,0%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	60,0%	40,0%	100,0%

Gráfico 16: Percentual de vezes que o atendente se prontificou ajudar o cliente, ou seja, eles são bem informados sobre os produtos e serviços do bar?

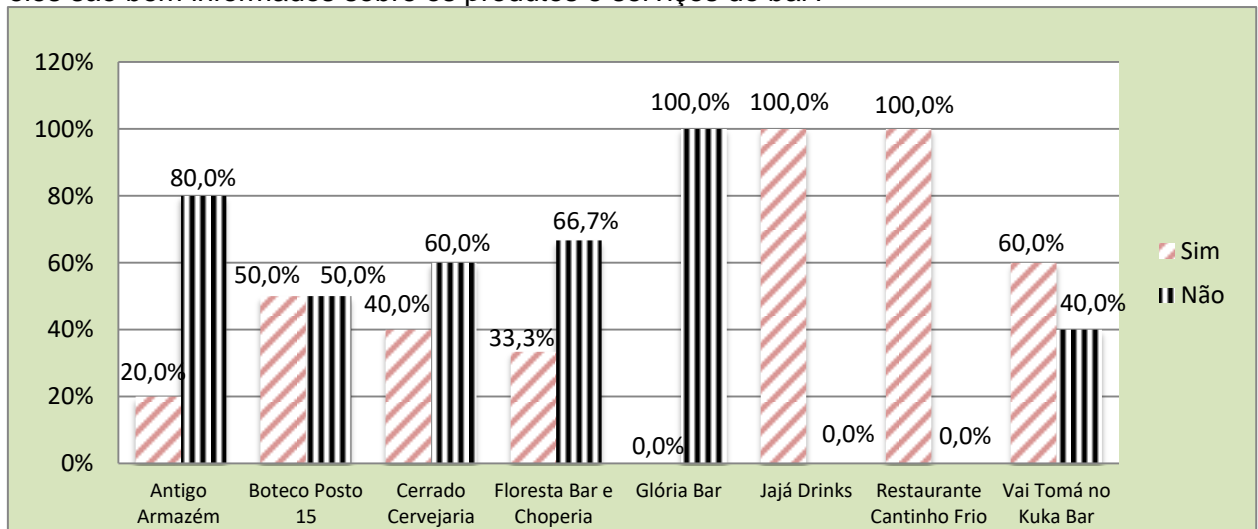


Tabela 24: O atendente fez no mínimo uma pergunta adicional para ajudar o "cliente"?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	40,0%	60,0%	100,0%
Boteco Posto 15	50,0%	50,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	40,0%	60,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	33,3%	66,7%	100,0%
Glória Bar	0,0%	100,0%	100,0%
Jajá Drinks	50,0%	50,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	71,4%	28,6%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	40,0%	60,0%	100,0%

Gráfico 17: Percentual de vez que o atendente fez no mínimo uma pergunta adicional para ajudar o cliente oculto.

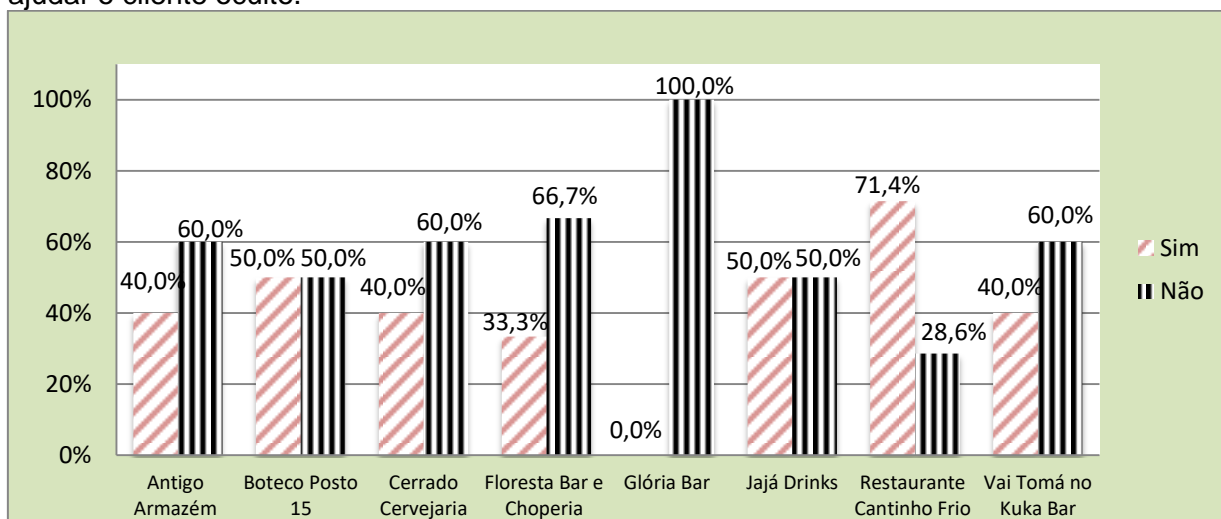


Tabela 25: O atendente ofereceu produtos adicionais?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	20,0%	80,0%	100,0%
Boteco Posto 15	25,0%	75,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	16,7%	83,3%	100,0%
Glória Bar	0,0%	100,0%	100,0%
Jajá Drinks	25,0%	75,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	57,1%	42,9%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	20,0%	80,0%	100,0%

Gráfico 18: Percentual de vezes que o atendente ofereceu produtos adicionais.

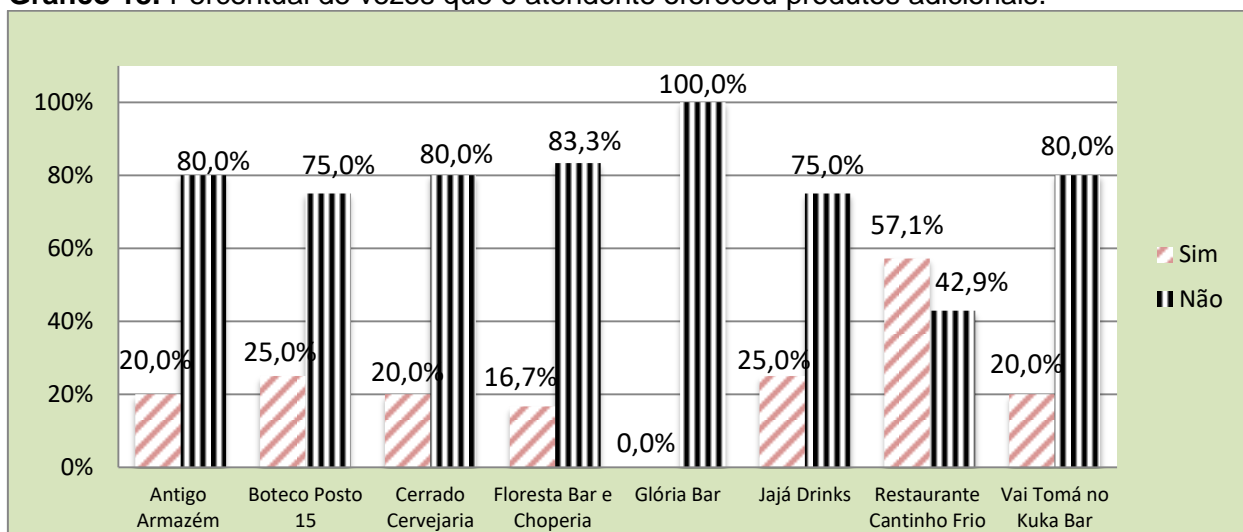


Tabela 26: O atendente foi cortês até o fim do atendimento?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total Geral
Antigo Armazém	100,0%	0,0%	100,0%
Boteco Posto 15	100,0%	0,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	60,0%	40,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	83,3%	16,7%	100,0%
Glória Bar	66,7%	33,3%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	80,0%	20,0%	100,0%

Gráfico 19: Percentual de vez que o atendente foi cortês até o fim do atendimento.

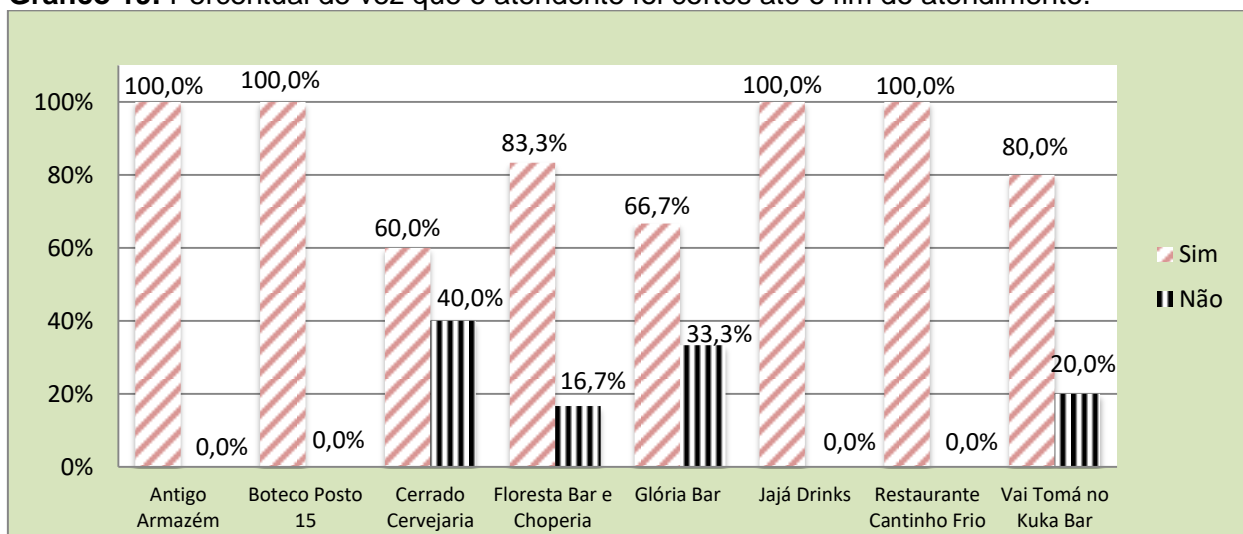


Tabela 27: O atendente tinha boa apresentação pessoal (Unhas, barba, uniforme e calçados limpos)?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total Geral
Antigo Armazém	100,0%	0,0%	100,0%
Boteco Posto 15	100,0%	0,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	80,0%	20,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	100,0%	0,0%	100,0%
Glória Bar	100,0%	0,0%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	60,0%	40,0%	100,0%

Gráfico 20: Percentual de vezes que o atendente teve uma boa apresentação.

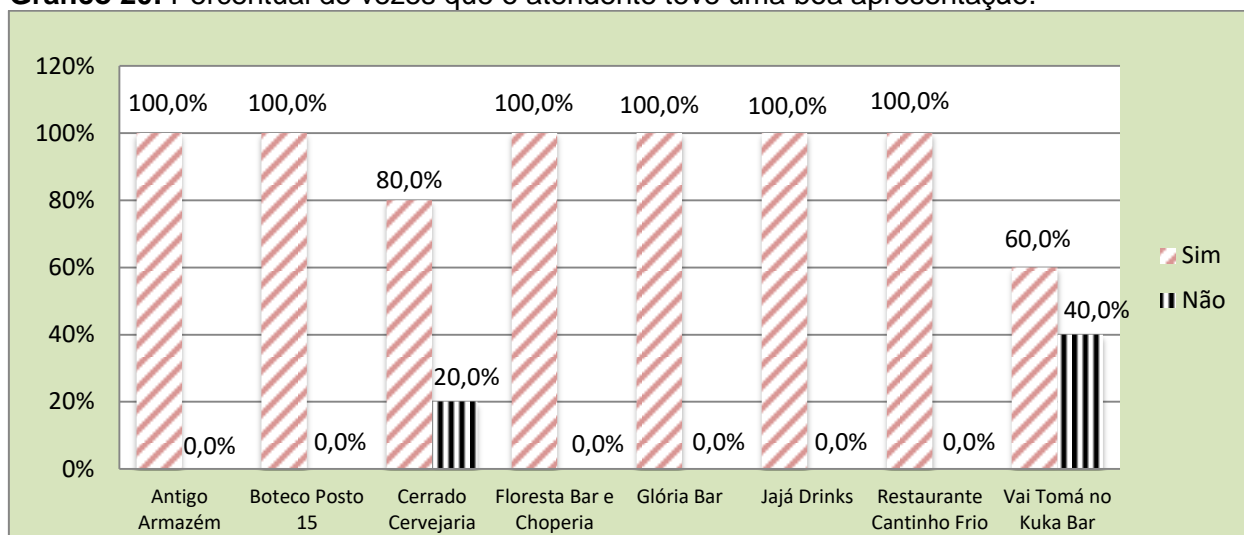


Tabela 28: O bar/ restaurante visitado trabalha com cartão de credito ou débito?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total Geral
Antigo Armazém	100,0%	0,0%	100,0%
Boteco Posto 15	100,0%	0,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	100,0%	0,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	100,0%	0,0%	100,0%
Glória Bar	100,0%	0,0%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	100,0%	0,0%	100,0%

Gráfico 21: Percentual indicando se o bar/restaurante visitado trabalha com cartão de crédito ou débito.

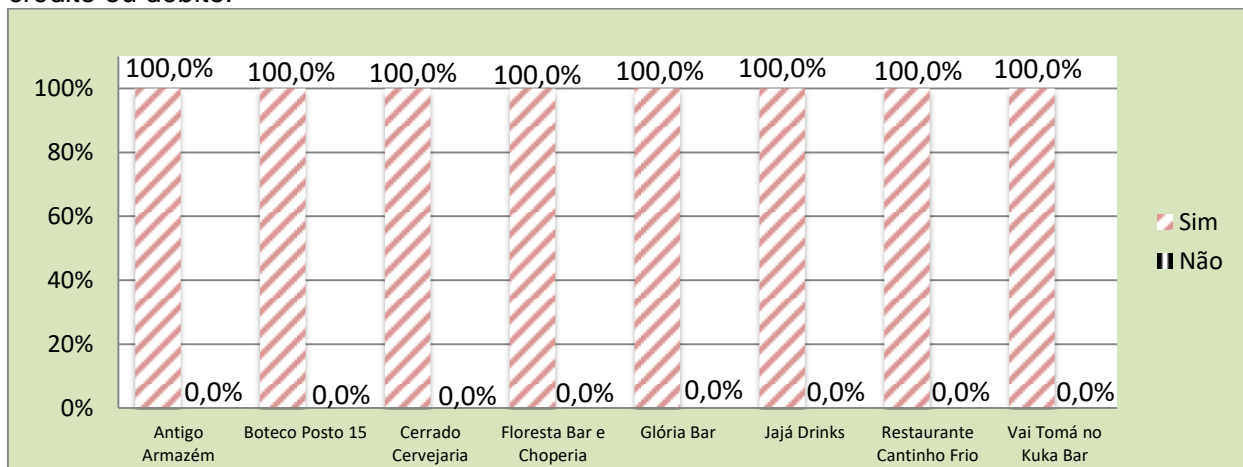


Tabela 29: Considerou o preço competitivo em relação aos outros bares e restaurantes que você consumiu serviços de Alimentos e Bebidas em outras ocasiões?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total Geral
Antigo Armazém	20,0%	80,0%	100,0%
Boteco Posto 15	75,0%	25,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	40,0%	60,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	50,0%	50,0%	100,0%
Glória Bar	33,3%	66,7%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	57,1%	42,9%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	60,0%	40,0%	100,0%

Gráfico 22: Percentual de clientes ocultos que consideraram o preço competitivo em relação aos outros bares/restaurantes que ele já tenha consumido em outras ocasiões.

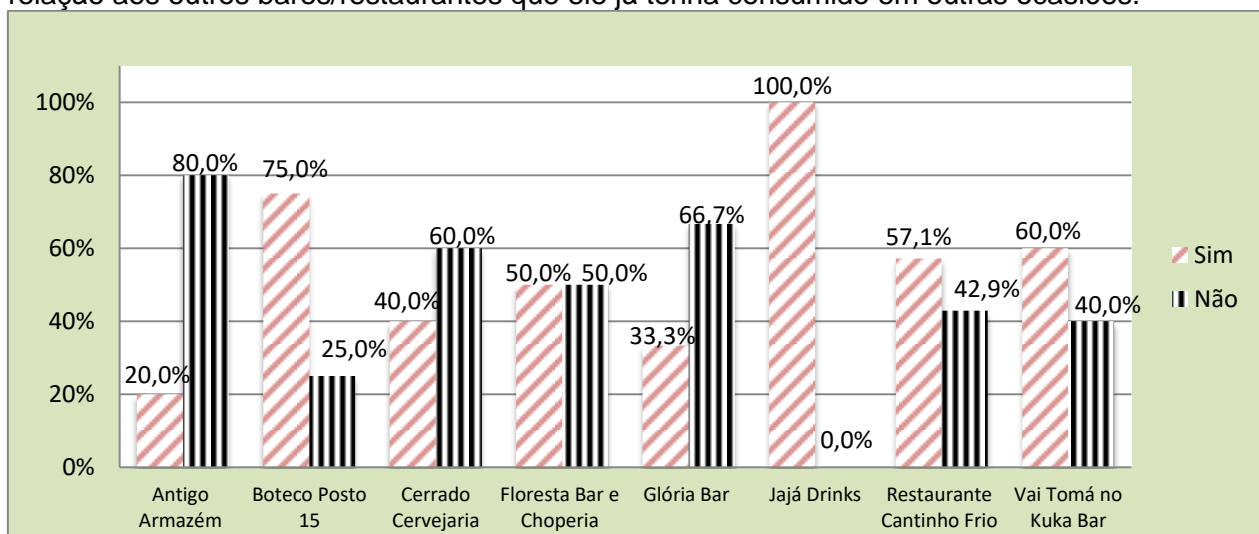


Tabela 30: Na sua opinião, o tempo de espera da chegada da conta foi satisfatório/razoável?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total Geral
Antigo Armazém	100,0%	0,0%	100,0%
Boteco Posto 15	100,0%	0,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	100,0%	0,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	33,3%	66,7%	100,0%
Glória Bar	100,0%	0,0%	100,0%
Jajá Drinks	100,0%	0,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	100,0%	0,0%	100,0%

Gráfico 23: Percentual de clientes ocultos que consideraram satisfatório o tempo de espera da chegada da conta.

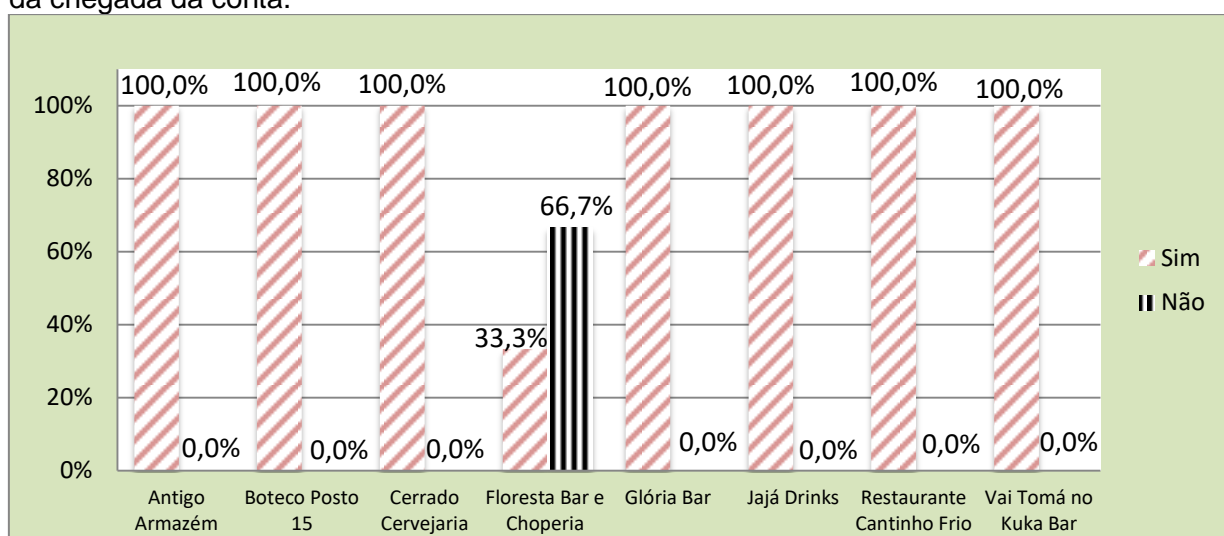


Tabela 31: Houve fila no momento do pagamento?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Atendido na mesa	Total Geral
Antigo Armazém	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
Boteco Posto 15	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Glória Bar	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Jajá Drinks	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	14,3%	0,0%	85,7%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%

Inovações e Estratégias

Tabela 32: Nos serviços ofertados, você percebeu uma preocupação com ofertas de itens de alimentação saudável?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	20,0%	80,0%	100,0%
Boteco Posto 15	25,0%	75,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	16,7%	83,3%	100,0%
Glória Bar	0,0%	100,0%	100,0%
Jajá Drinks	50,0%	50,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	42,9%	57,1%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	0,0%	100,0%	100,0%

Gráfico 24: Percentual de clientes ocultos que notaram uma preocupação com ofertas de itens de alimentação saudável.

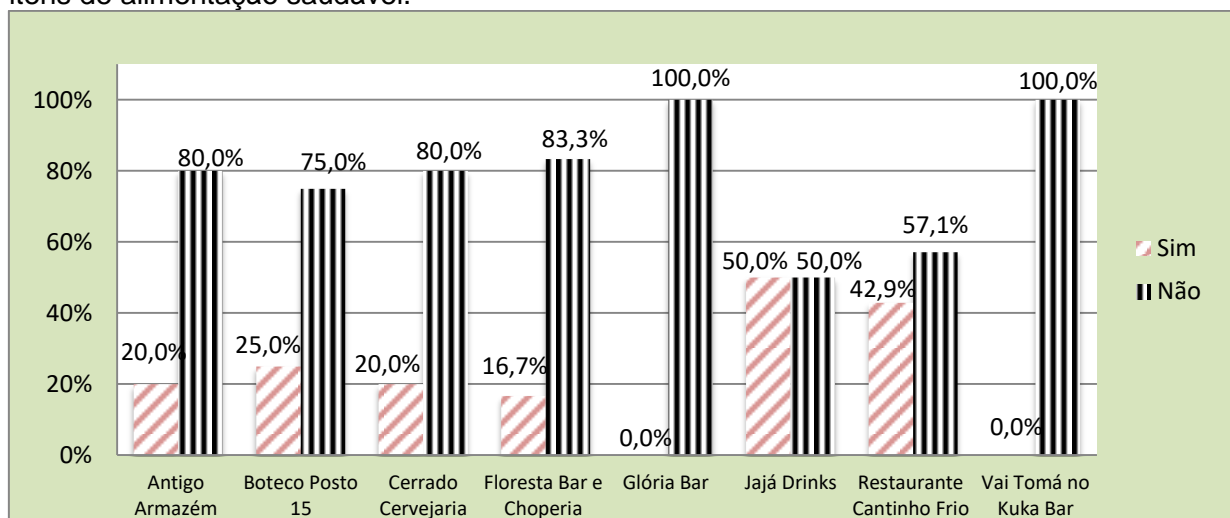


Tabela 33: O empreendimento possui alguma estratégia de marketing no que diz respeito a promoções e programas de fidelidade?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	0,0%	100,0%	100,0%
Boteco Posto 15	75,0%	25,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	33,3%	66,7%	100,0%
Glória Bar	33,3%	66,7%	100,0%
Jajá Drinks	25,0%	75,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	71,4%	28,6%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	20,0%	80,0%	100,0%

Gráfico 25: Percentual de clientes ocultos que consideraram que o empreendimento possuía alguma estratégia de marketing no que se refere a promoções e programas de fidelidade.

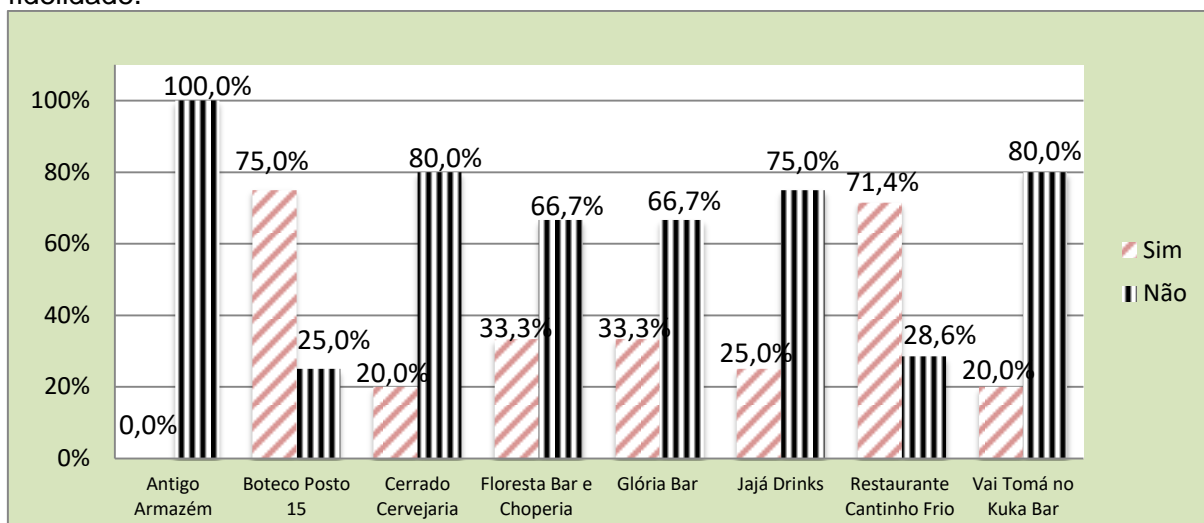
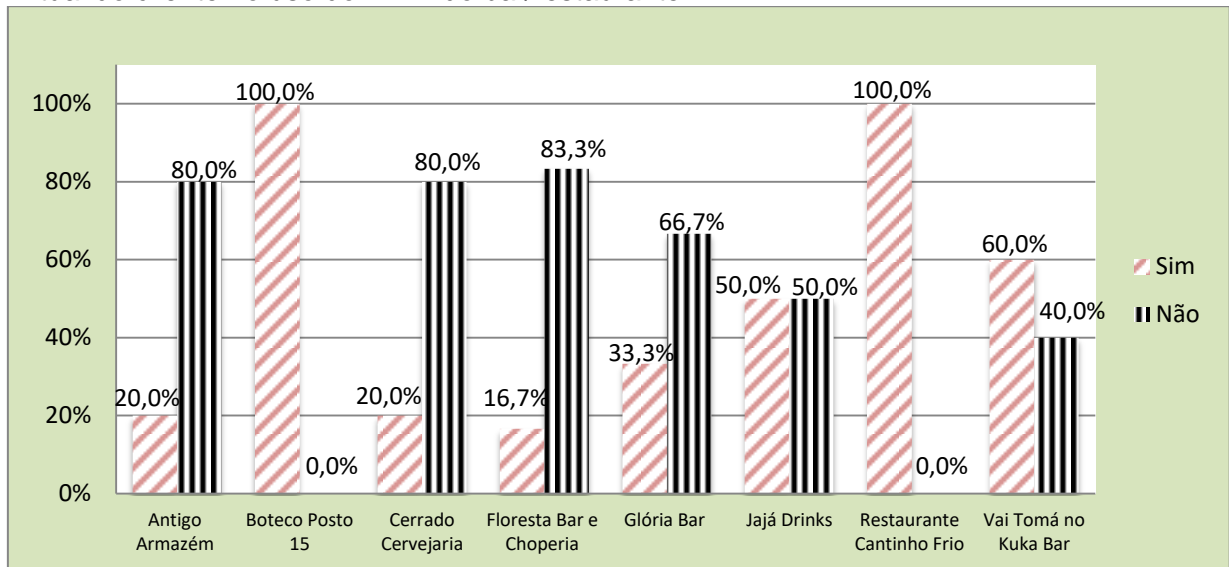


Tabela 34: O empreendimento tem estratégia de marketing e divulgação dos seus produtos e serviços vinculada ao check in virtual do cliente no uso do Wi-Fi do Bar/restaurante?

Bar/Restaurante	Sim	Não	Total
Antigo Armazém	20,0%	80,0%	100,0%
Boteco Posto 15	100,0%	0,0%	100,0%
Cerrado Cervejaria	20,0%	80,0%	100,0%
Floresta Bar e Choperia	16,7%	83,3%	100,0%
Glória Bar	33,3%	66,7%	100,0%
Jajá Drinks	50,0%	50,0%	100,0%
Restaurante Cantinho Frio	100,0%	0,0%	100,0%
Vai Tomá no Kuka Bar	60,0%	40,0%	100,0%

Gráfico 26: Percentual de clientes ocultos que conferiram se o empreendimento tem estratégia de marketing e divulgação dos seus produtos e serviços vinculada ao CHECKIN virtual do cliente no uso do Wi-Fi do bar/restaurante.



Análise SWOT

ANÁLISE SWOT

Na conquista do objectivo



Tabela 35: Forças internas do Antigo Armazém

	Respondentes
Bom atendimento.	1
A decoração.	1
O ambiente tem um estilo único de antiguidade como no nome, músicas MPB de acordo com o ambiente e decorações impecáveis.	1
A decoração é vintage, então é um lugar diferenciado. A música ambiente é mais pop, MPB e samba. Então as pessoas desse público costuma a frequentar.	1
Bom atendimento, comida boa, cerveja gelada.	1
Total	5

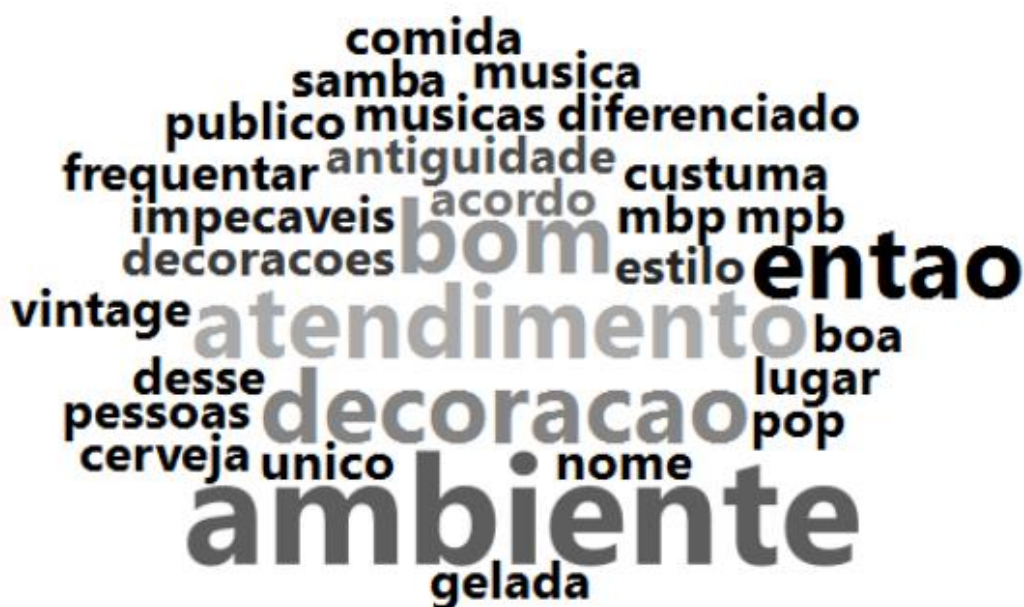


Tabela 36: Forças internas do Boteco Posto 15

	Respondentes
Climatização, música, ambiente.	1
Bom atendimento, ambiente agradável, limpo, banheiros climatizados.	1
Ambiente climatizado, agradável, confortável e bem aconchegante.	1
O bom e rápido atendimento dos garçons, a rápida entrega dos pratos, a bebida gelada.	1
Total	4



Tabela 37: Forças internas do Cerrado Cervejaria

	Respondentes
Bom ambiente, mesas e cadeiras.	1
Show ao vivo	1
Programações como show ao vivo.	
Ambiente do bar agradável, opção de sentar em ambiente aberto ou fechado conforme a opção do cliente. O prato que pedi tinha acompanhamento de batata frita e pães, o que o torna mais atrativo.	1
Tem palco para acontecer shows pequenos.	1
Preço baixo, agilidade, limpeza, localização.	1
Total	5



Tabela 38: Forças internas do Floresta Bar e Choperia

	Respondentes
Brinquedoteca, wi-fi sem precisar fazer check in (só pedir a senha para o garçom), wi-fi rápido, qualidade dos produtos, boa localização, ambiente agradável, cadeiras confortáveis, garçons uniformizados, Happy Hour com bons preços, preço justo na maioria dos produtos, ambiente familiar e abre todos os dias.	1
Mesas, cadeiras, bebidas, alimentos.	1
Ambiente diferenciado, projeto de arquitetura pensando no bem estar do cliente.	1
Boa decoração, cadeiras e mesas bonitas e confortáveis, boa iluminação, que deixa o ambiente aconchegante.	1
Ambiente bem iluminado, com mesas e assentos confortáveis que alivia a acomodação do cliente.	1
Variedade de produtos, playground para crianças, visibilidade (de fácil localização e exposição).	1
Total	6



Tabela 39: Forças internas do Glória Bar

	Respondentes
Ambiente limpo, qualidade nos produtos e diversidade de opções.	1
As variedades de pratos são muito variadas, são saborosos. O Garçom ir à mesa para fechar a conta com a maquininha de cartão. Muito limpo. O som em volume agradável.	1
Ótimas variedades de bebidas e alimentos, ambiente familiar.	1
Total	3



Tabela 40: Forças internas do Jajá Drinks

	Respondentes
Um bom gerenciamento do bar.	1
O interesse em atendimento do público o mais rápido possível.	1
Som ao vivo, cerveja gelada.	1
Show ao vivo, cervejas e petiscos com preços em conta	1
Total	4

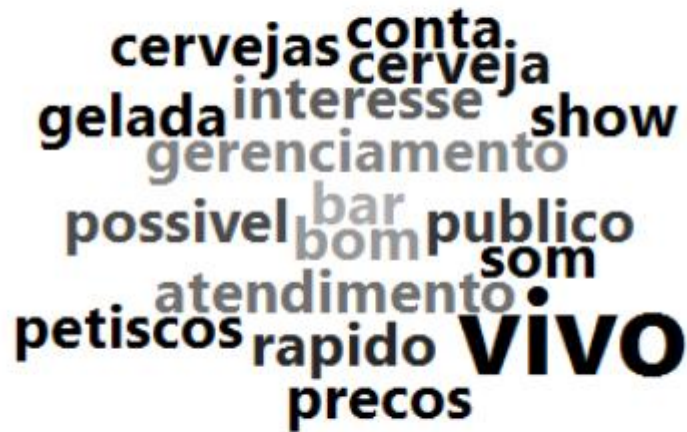


Tabela 41: Forças internas do Restaurante Cantinho Frio

	Respondentes
É um ambiente familiar por ter uma ótima área infantil e tranquilo em relação a música e barulho.	1
Ambiente familiar, comida boa, preço razoável, local amplo.	1
Profissionais qualificados	1
Atendimento bom, iluminação, higiene, ambiente aconchegante.	1
Atendimento bom e bebida em promoção.	1
Total	5



Tabela 42: Forças internas do Vai Tomá no Kuka Bar

	Respondentes
Um lugar forte para o estilo de motoqueiros e roqueiros, tem estacionamentos para motos os garçom estilo de motoqueiros.	1
Ele é voltado para um público específico (motoqueiros). Cerveja gelada e uma diversidade de modelos especiais. Pastel é bom.	1
Visual e decoração voltado para o público, música ambiente agradável.	1
Prato principal (pastel gigante), carro chefe da casa.	1
Cenário, decoração, exposição de bebida, caixa facilitado.	1
Total	5



Tabela 43: Fraquezas internas do Antigo Armazém

	Respondentes
As cadeiras do bar são muito pertos uma das outras, ao levantar sempre bate na cadeira atrás.	1
Cardápio com opções caras, não muito chamativas, não sinto vontade de consumir olhando o cardápio.	1
Muita coisa que tinha no cardápio não tinha no momento, eles poderiam colocar esgotado.	1
Não tem Wi-Fi, o garçom passou a informação que não teria nosso pedido logo depois tinha o que tínhamos pedido, o preço das cervejas são caras, algumas cervejas que estavam no cardápio que não tinha.	1
Variações do cardápio de alimentação.	1
Total	5



Tabela 44: Fraquezas internas do Boteco Posto 15

	Respondentes
Preços caros, mesas muito juntas uma da outra, sem opção de brinquedos infantis.	1
Falta de empatia pela parte do garçom.	1
A falta de espaço entre uma mesa e outro, devido seu pequeno espaço.	1
As mesas ficam muito próximas uma da outra, devido ao espaço físico ser pequeno pelo local.	1
Total	4



Tabela 45: Fraquezas internas do Cerrado Cervejaria

	Respondentes
Mosquitos na área externa do bar, apresentação dos pratos, variedades de produtos.	1
Baixa iluminação.	1
Pouca divulgação, Pouco Marketing.	1
Haviam pernilongos na área externa do bar, talvez pela proximidade de uma piscina que fica ao lado, na galeria. O cardápio é bem variado, porém não tem a especificação da quantidade. Em relação ao custo/benefício do pato foi negativo, porque o prato teve uma quantidade muito reduzida em relação ao valor cobrado (69,90).	1
Iluminação ofuscante.	1
Total	5

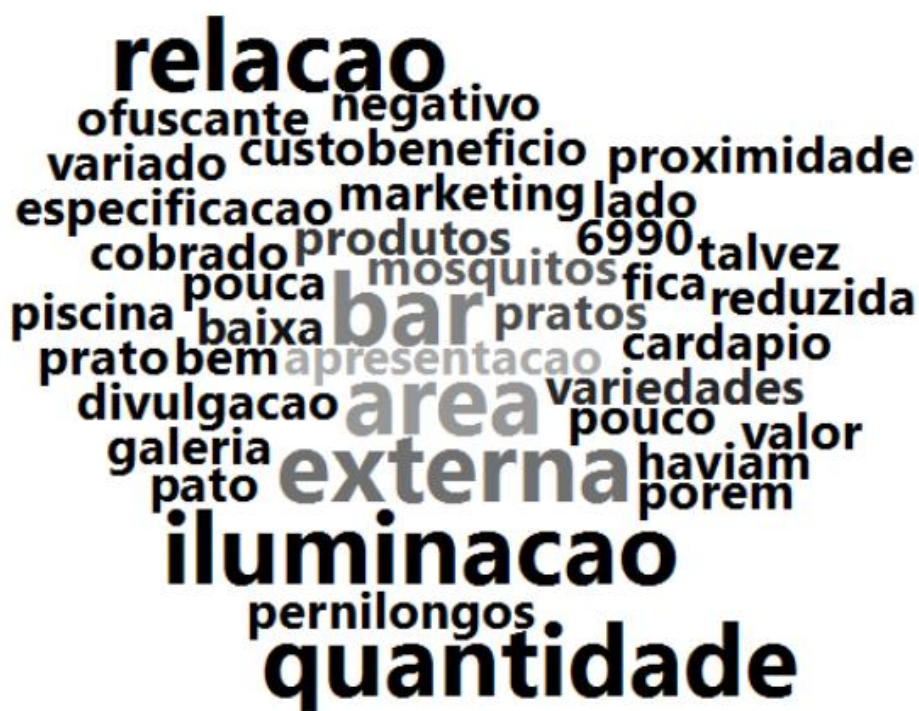


Tabela 46: Fraquezas internas do Floresta Bar e Choperia

	Respondentes
O ambiente é um pouco escuro, garçons um pouco desatentos, não tem estacionamento particular, o banheiro de dentro é bem inferior ao de fora, garçons sérios, falha na comunicação ao explicar a promoção do Happy Hour, demora no atendimento (em alguns momentos), pouca variedade no cardápio. Público seletivo e preço caro.	1
Preços, atendimento tardio, banheiros pequenos e incondizentes com a estrutura (grande) e localização (setor).	1
Banheiro, estacionamento, climatização.	1
Banheiro muito pequeno e apertado, só tem uma cabine que fica de frente pra outra privada e a porta não tem tranca. O ambiente do restaurante não tem um conceito aberto, nos deixando com a sensação de estarmos “presos”. O ambiente interno não é climatizado, o que resulta em muito calor. Ainda sobre o banheiro, não cabe uma cadeira de rodas no mesmo.	1
Banheiros, principalmente os que ficam na parte interna do restaurante, são ruins. E os externos são mais acomodado, tornando-se assim uma grande fraqueza, principalmente para pessoas do sexo feminino.	1
Total	6



Tabela 47: Fraquezas internas do Glória Bar

	Respondentes
Cardápio sem kg/ml dos produtos, Tempo de espera dos pratos servidos (40 minutos), Cadeiras desconfortáveis e reforma do imóvel.	1
O banheiro apertado, os pratos chegaram em momentos diferentes, demora do pedido. A cadeira desconfortável.	1
Demora no atendimento.	1
Total	3



Tabela 48: Fraquezas internas do Já Já Drinks

	Respondentes
Pouca variedade no cardápio, apresentação dos pratos e disposição das mesas.	1
Falta de espaço e as mesas muito apertadas.	1
As garçonetes pecam no atendimento com o cliente, cozinha pequena.	1
Difícil estacionar, sem ventiladores.	1
Total	4

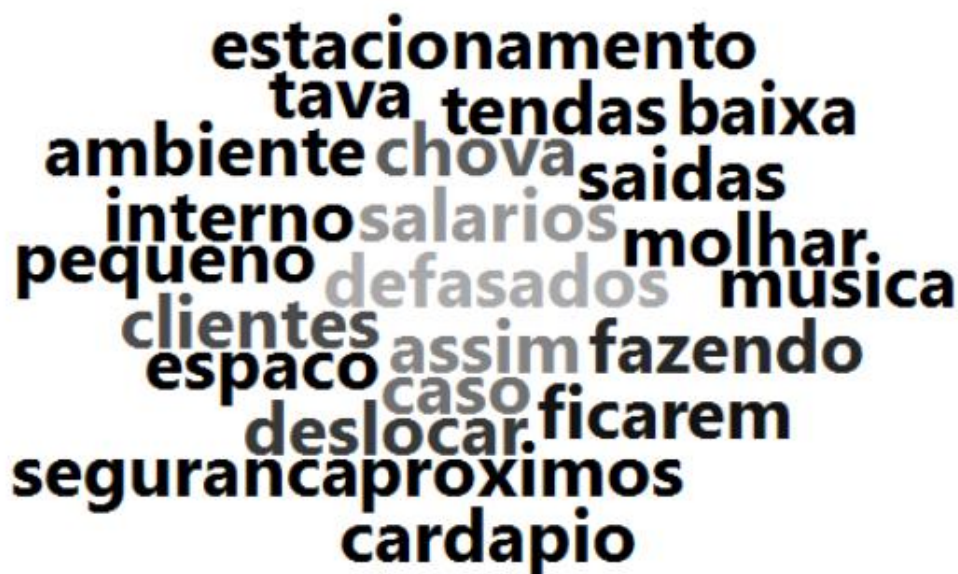


Tabela 49: Fraquezas internas do Restaurante Cantinho Frio

	Respondentes
Salários defasados.	1
Não tem tendas caso chova, fazendo assim, os clientes que ficarem próximos das saídas tenham que se deslocar para não molhar.	1
Estacionamento, espaço interno.	1
A música ambiente estava baixa.	1
Não tem segurança, cardápio pequeno.	1
Total	5

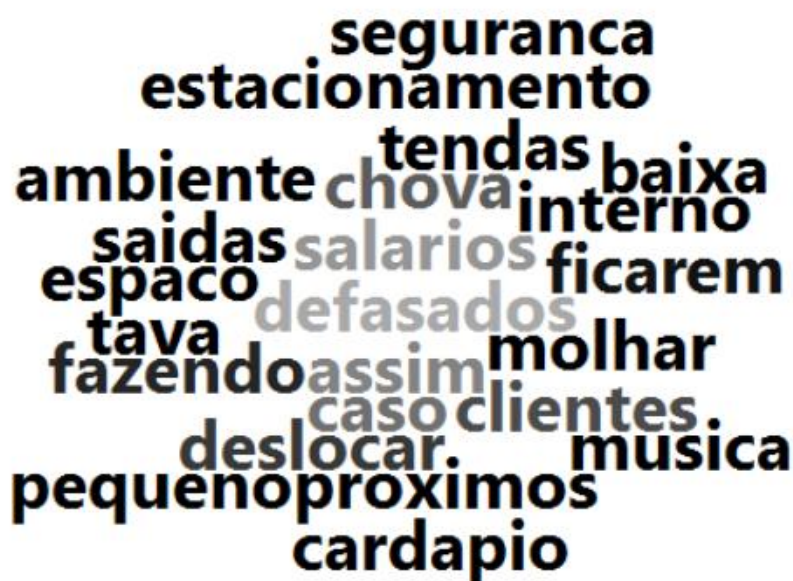


Tabela 50: Fraquezas internas do Vai Tomá no Kuka Bar

	Respondentes
O banheiro é péssimo, acessibilidade zero, é segregador e atendimento ruim.	1
Atendimento ruim e fraco, além de uma péssima localização.	1
Só é para um tipo de estilo de clientes, toca um tipo de banda.	1
Banheiro mal projetado.	1
Banheiro, iluminação, acesso, privacidade no banheiro.	1
Total	5



Tabela 51: Oportunidades externas do Antigo Armazém

	Respondentes
É um bar/restaurante bem localizado.	1
Local muito agradável e bem decorado, com um ótimo espaço.	1
Localização.	1
Tem um ponto de ônibus de frente ao bar.	1
Uma faixa de visualização seria bom.	1
Total	5



Tabela 52: Oportunidades externas do Boteco Posto 15

	Respondentes
Estacionamento na frente e dos lados.	1
Localização boa, público selecionado.	1
O fácil acesso e localização é uma oportunidade para captar novos clientes.	1
Região nobre, classe média alta.	1
Total	4



Tabela 53: Oportunidades externas do Cerrado Cervejaria

	Respondentes
Região movimentada.	1
Bem ventilado.	1
Uma boa impressão na fachada.	1
Cardápio mais variado.	1
Elevado número de pessoas circulando, seja por veículos ou pedestres. Diferencial de restaurante, proporcionando ao cliente a melhoria do cardápio, por exemplo.	1
Melhoria na qualidade do chopp e quantidade de cerveja, pois foi um grande questionamento dos que me acompanhavam.	
Total	5

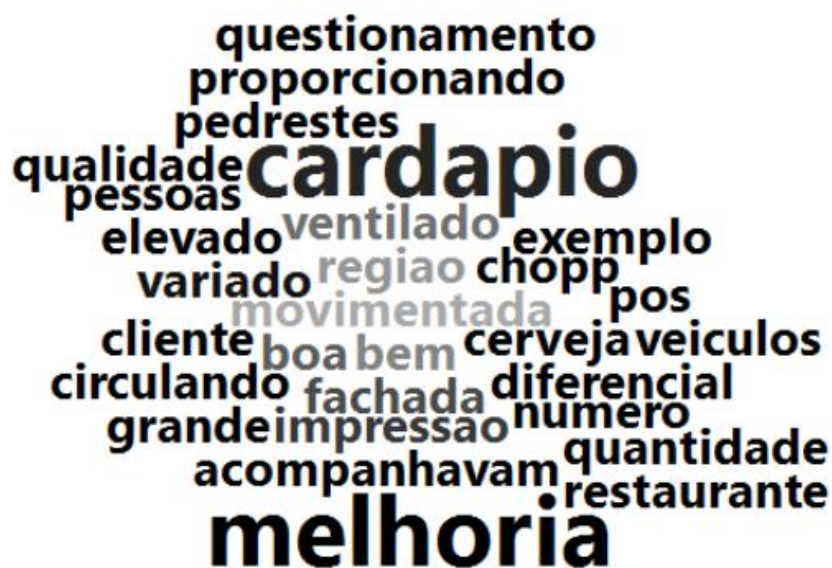


Tabela 54: Oportunidades externas do Floresta Bar e Choperia

	Respondentes
Novos clientes, cardápio mais variado.	1
Um lugar tranquilo para se terminar o dia, deve investir mais em preços mais justos e coerentes aos produtos servidos.	1
Poderia ter uma fachada maior onde obteriam uma impressão melhor do cliente, principalmente através de promoções e cardápios com imagens de comidas, a fim de tornar um lugar mais visto.	1
Estacionamento.	1
Abranger classe C e D, fazer promoções de happy hours.	1
Na parte de fora do bar tem algumas mesas que ficam na calçada, em baixo de árvores, o que torna o ambiente mais livre, fresco e descontraído. Também tem um “quiosque” para escolher seu espetinho para serem assados na hora.	1
Total	6

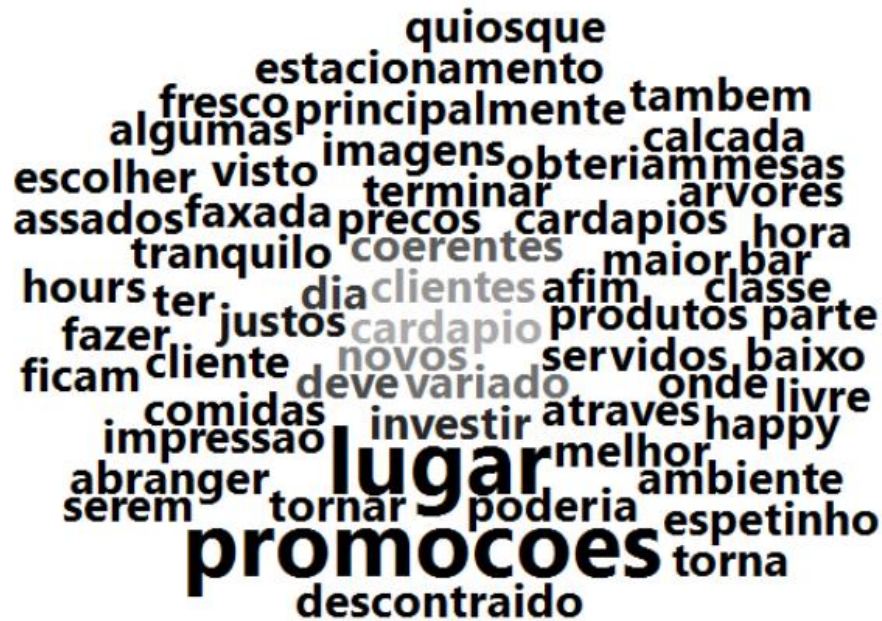


Tabela 55: Oportunidades externas do Glória Bar

	Respondentes
Ampliar a carteira de clientes.	1
Melhoria no atendimento, atendimento mais ágil.	1
Divulgação e parceria devido a proximidade de órgãos públicos, participação em eventos culturais, automatização do atendimento.	1
Total	3



Tabela 56: Oportunidades externas do Jajá Drinks

	Respondentes
Pouca concorrência de boa qualidade próxima ao bar.	1
O crescimento pelo local ser bem conhecido e com ótimo clima de amizades.	1
Atendimento de boa qualidade do proprietário se preocupando em agradar o cliente, é um bar que o cliente logo se sente confortável para convidar a família e amigos.	1
Atrai clientes de todas as idades, pois existem vários estilos de músicas ao vivo.	1
Total	4

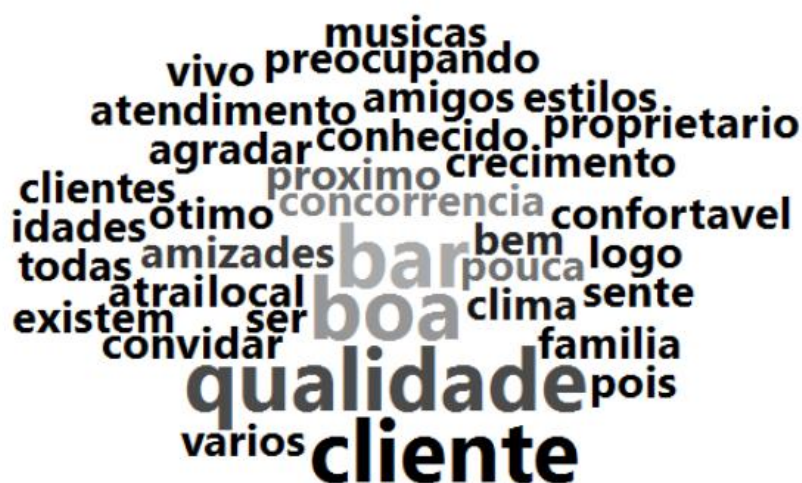


Tabela 57: Oportunidades externas do Restaurante Cantinho Frio

	Respondentes
Sonorização do ambiente.	1
Oportunidade em não ter nenhuma concorrência a altura em um raio próximo de sua região.	1
Maior divulgação e marketing.	1
Expandir o local, fazer rodízios de comida, ter um estacionamento próprio.	1
Melhor em questão da música.	1
Total	5

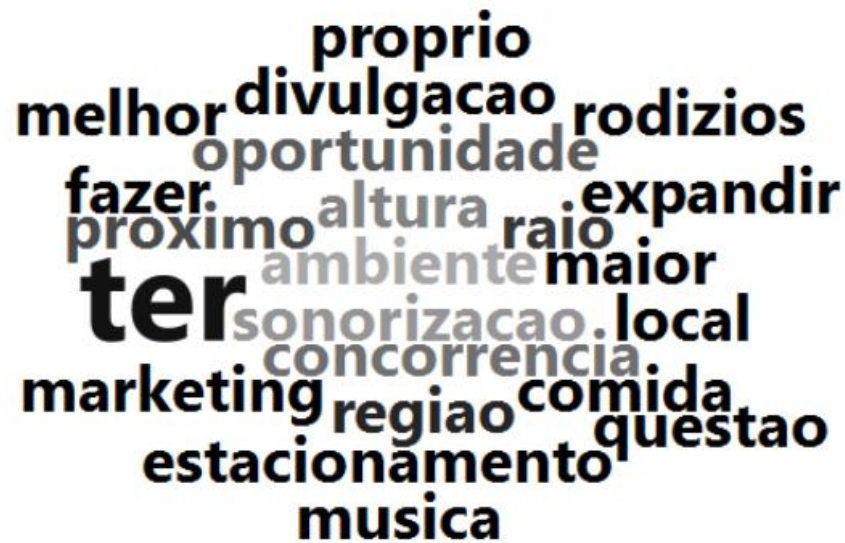


Tabela 58: Oportunidades externas do Vai Tomá no Kuka Bar

	Respondentes
O Bar é uma coisa estranha. Ele comunica com uma tribo, tudo indica que essa tribo é fiel e dar os resultados que ele almeja.	1
Ambiente aberto, lugar arejado, fachada bem elaborada.	1
Trazer novos tipos de clientes.	1
Melhorar a divulgação via redes sociais, projeto de músicas ao vivo.	1
Melhorar sua iluminação.	1
Total	5



Tabela 59: Ameaças externas do Antigo Armazém

	Respondentes
Tem vários bares ao redor.	1
Existe um projeto do corredor de ônibus e caso for feito, o estacionamento fica difícil.	1
Tinha que ter estacionamento.	1
Localização não agrega valor ao espaço, de fora você não consegue ver o conforto que o restaurante oferece.	1
Não tem estacionamento, então conseqüentemente os carros ficam sem segurança, a rua em frente é uma avenida que prejudica também na hora de estacionar.	1
Total	5

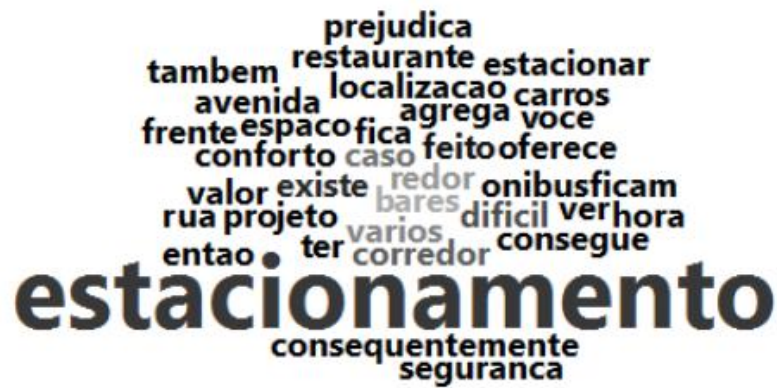


Tabela 60: Ameaças externas do Boteco Posto 15

	Respondentes
Próximo na mesma região tem outros concorrentes com mais espaços.	1
O GPS me direcionou para outro endereço, isso pode atrapalhar a chegada dos clientes.	1
Ausência de estacionamento, estacionamento é feito na rua. Ausência de espaço para crianças.	1
Não há nada parecido próximo e sem contar com a falta de estacionamento e manobristas.	1
Total	4



Tabela 61: Ameaças externas do Cerrado Cervejaria

	Respondentes
Estacionamento e chuva no espaço externo.	1
Chopp quente, poucas variedades de cervejas.	1
Grande quantidade de concorrentes, pois está localizado em uma região com inúmeros restaurantes. O atendimento à desejo desperta no cliente o desejo de conhecer os demais locais.	1
Com chuva o ambiente das mesas fica reduzido.	1
Concorrência de frente ao local.	1
Total	5

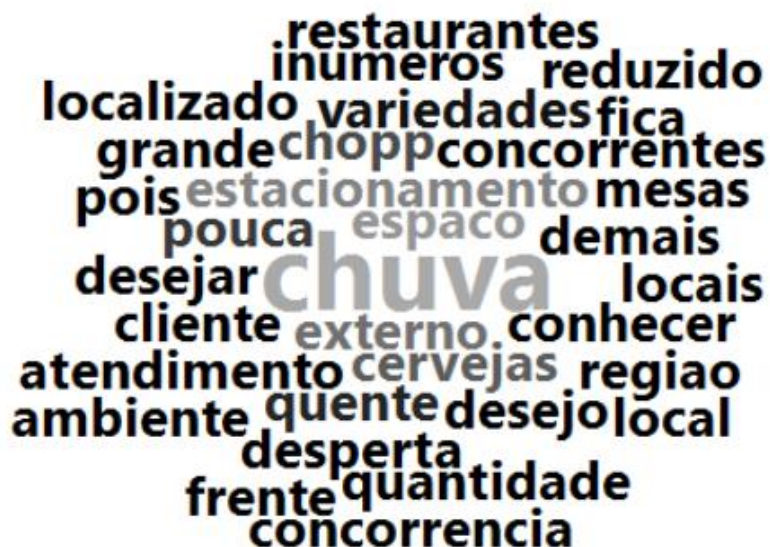


Tabela 62: Ameaças externas do Floresta Bar e Choperia

	Respondentes
Muitos empreendimentos do mesmo tipo com preços melhores.	1
Um lugar com pouca faixa, deixando de lado a busca por uma interação principalmente visual que todo cliente gosta de ver, assim tendo uma maior chance de obter mais clientes.	1
Não tem rampa, somente escadas, no caso de pessoas com deficiência física, o acesso seria bem difícil, nas calçadas não tem piso tátil para pessoas com deficiência visual.	1
Concorrência, o bar está localizado em um ponto de concentração de bares e restaurantes.	1
A concorrência.	1
Concorrência, poucos locais para estacionar na rua.	1
Total	6

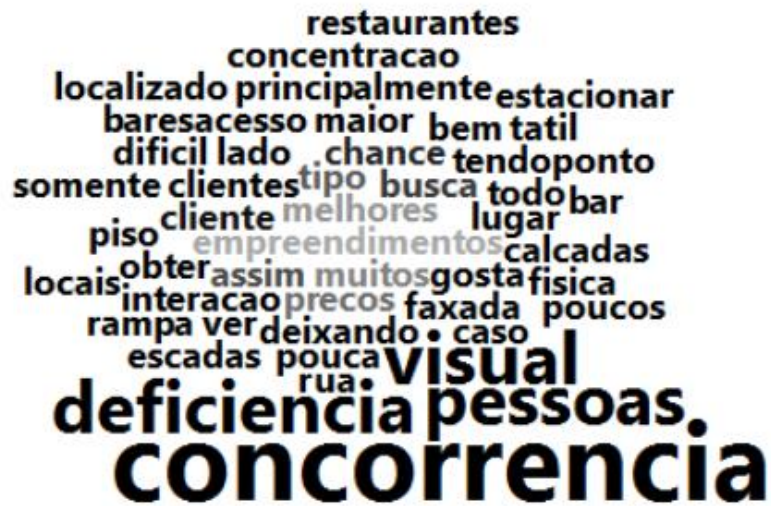


Tabela 63: Ameaças externas do Glória Bar

	Respondentes
Bares da região.	1
Proximidades de outros bares.	1
Mudança de hábito do consumidor.	1
Total	3

proximidades
regioes habito
bares
mudanca outro
consumidor

Tabela 64: Ameaças externas do Jajá Drinks

	Respondentes
Ruas próximas ao bar serem estreitas e perigosas.	1
Localização.	1
As ameaças que visualizei é um pouco da falta de atendimento de qualidade de algumas garçonetes, dificuldade em falar do cardápio, isso pode deixar o cliente insatisfeito.	1
Comerciantes da redondeza, local para guarda, e o calor.	1
Total	4

comerciantes
redondezainsatisfeito
visualizei atendimento local
pouco localizacao falta
cardapio perigosas deixar
ruas bar serem guarda
ameacas estreitas cliente
pode proximas falar
algumas garconetes
calor dificuldade
qualidade

Tabela 65: Ameaças externas do Restaurante Cantinho Frio

	Respondentes
Abertura de um concorrente com menor preço. Sem um programa de fidelização de clientes.	1
Concorrência com preços mais acessíveis.	1
Alta da taxa de juros de alimentos.	1
Chuva, perigo com assaltos.	1
Total	4



Tabela 66: Ameaças externas do Vai Tomá no Kuka Bar

	Respondentes
O seguimento deste bar é de um público específico, simplistas pontuais e metódico. Moto e rock, eles não mudariam de lugar, podem até frequentar outros bares similares, porém o ponto semanal é garantido.	1
Concorrência está se modernizando e este bar não, falta treinamento de pessoal.	1
Um ambiente meio com ar de perigoso de dar medo.	1
Está localizado em uma paralela e a avenida principal do setor. Onde quem passa na avenida não conseguiu identificar o bar.	1
Estacionamento, segurança, acessibilidade.	1
Total	5



APÊNDICE / INSTRUMENTO DE PESQUISA

PESQUISA CLIENTE OCULTO - EXPERIÊNCIAS NO ATENDIMENTO DOS BARES /RESTAURANTES EM GYN - Parceria Observatório do Turismo do Estado de Goiás e Estudantes da Faculdade Cambury - Curso Gestão Comercial - Disciplina: Pesquisa de Mercado -

Professora: Ms. Giovanna Tavares

O objetivo principal deste estudo será investigar o segmento de Alimentos e Bebidas no que se refere prestação dos serviços de Bares em Goiânia indicados pelo ranking do site “Curta Mais” como os melhores pontos de lazer, cultura e gastronomia de Goiânia. A proposta visa conhecer o atendimento prestado aos clientes e de que modo esse atendimento é capaz de gerar vantagens competitivas frente aos demais concorrentes. A metodologia empregada será por meio da pesquisa de tipo exploratória, a primeira etapa consiste em pesquisa analítica nas redes sociais do empreendimento e seus serviços, a segunda etapa será a vivência da experiência propriamente dita – o estudo de campo – a pesquisa “in loco” como cliente oculto (21/11) e a terceira etapa o preenchimento do questionário avaliativo de satisfação. A técnica de coleta de dados da pesquisa de campo se dará por meio do método de cliente oculto, cujo preenchimento dos itens observados ocorrerá após visita “in loco” nos Bares selecionados via sorteio e em sala de aula, sendo a abordagem do estudo preferencialmente qualitativa. A partir da pesquisa de cliente oculto será possível, por meio da classificação de itens específicos de cada tipo de serviço, bem como de diferenciais competitivos oferecidos pelos mesmos, estabelecermos relação entre o grau de satisfação dos clientes dos bares com as vantagens competitivas geradas por empreendimento no mercado. Ao final das análises pretende-se identificar pontos positivos e negativos de cada um dos bares visitados e assim destacar a melhor e pior gestão. A pesquisa pretende ainda proporcionar uma análise mais profunda, uma vez que permitirá uma interação do pesquisador com o ambiente e os trabalhadores das casas durante a prestação de serviço nos bares a serem pesquisadas/visitados/experenciados pelos alunos de Gestão Comercial. A pesquisa vai se dar em Grupos e deve ser respondida em formulário on-line após a visita e de forma individual - prazo para preenchimento - 24 horas e começa a contar após as 22h00 de hoje 21/11.

*Obrigatório

BLOCO I Apresentação do Pesquisador(a) e algumas considerações

1 Nome: *

Sua resposta

2 O ato de comprar/consumir é um ritual extremamente prazeroso e induzido na maioria das vezes pela emoção. “Difícilmente a emoção

vai ceder espaço à racionalidade nesse momento. A pessoa que não gasta com nada é praticamente inexistente em uma sociedade como a nossa”: *

Concorda

Discorda

3 Em que tipo de perfil de consumidor de serviços de alimentos e bebidas você se encaixa? *

Consome de maneira exagerada

Consome de maneira moderada

Consome de maneira conservadora

4 Bar /restaurante que está realizando sua pesquisa como Cliente

Oculto: *

Sua resposta

5 Descreva os produtos que consumiu de alimentos no Bar / restaurante visitado : *

Sua resposta

6 Descreva os produtos que consumiu de bebidas no Bar / restaurante visitado : *

Sua resposta

7 Qual o valor total da conta paga pelo grupo ? *

Sua resposta

8 No que se refere ao conceito de custo/benefício considera justo o valor pago pelo consumo do seu grupo? *

Sim

Não

BLOCO II - Estrutura: Avalie de acordo com suas impressões os itens a seguir. Obs. 5 Ótimo, 4 Bom, 3 Razoável, 2 Ruim, 1 Péssimo e 0 para esse item não se aplica.

9 Localização do Bar/restaurante *

0

1

2

3

4

5

10 Acesso / Vias *

0

1

2

3

4

5

11 Sinalização/ Vias *

0

1

2

3

4

5

12 Acessibilidade PCD (pessoa com deficiência) *

0

1

2

3

4

5

13 Estacionamento *

0

1

2

3

4

5

14 Segurança do Bar *

0

1

2

3

4

5

15 Layout do Bar / disposição de mesas/espço entre as mesas*

0

1

2

3

4

5

16 Decoração *

0

1

2

3

4

5

17 Iluminação do ambiente *

0

1

2

3

4

5

18 Higiene e apresentação do Bar *

0

1

2

3

4

5

19 Estrutura dos banheiros *

0

1

2

3

4

5

20 Higiene do Banheiro *

0

1

2

3

4

5

21 Cardápio *

0

1

2

3

4

5

22 Apresentação do prato consumido *

0

1

2

3

4

5

23 Sabor do Prato consumido *

0

1

2

3

4

5

24 Tempo de espera do prato *

0

1

2

3

4

5

25 Quantidade do Prato consumido *

0

1

2

3

4

5

26 Temperatura que o prato foi servido *

0

1

2

3

4

5

27 Achou justo o preço cobrado pelo prato consumido? *

Sim

Não

28 No que se refere à temperatura da bebida consumida *

0

1

2

3

4

5

29 Achou justo o preço cobrado pela bebida consumida? *

Sim

Não

30 Qual a nota de 0 a 10 que você atribui a qualidade dos produtos consumidos de Alimentos e Bebidas no Bar / Restaurante ? *

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

31 Qual a nota de 0 a 10 que você atribui a variedade do cardápio do Bar / Restaurante visitado? *

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

BLOCO III - Qualidade na prestação de serviço dos profissionais de atendimento do Bar/Restaurante visitado

32 Qual a nota de 0 a 10 que você atribui ao tempo de espera para o primeiro atendimento do garçom após a sua chegada? *

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

33 No que se refere ao atendimento do garçom ou garçonete: o atendente cumprimentou você "cliente" com um sorriso? *

- Sim
- Não

34 No que se refere ao atendimento do garçom ou garçonete: se prontificou a ajudá-lo(a) em sua escolha, ou seja, eles são bem informados sobre os produtos e serviços do bar? *

- Sim
- Não

35 No que se refere ao atendimento do garçom ou garçonete: ele(a) fez no mínimo uma pergunta adicional para ajudar o "cliente"? *

- Sim
- Não

36 No que se refere ao atendimento do garçom ou garçonete: te ofereceu produtos adicionais? *

- Sim
- Não

37 No que se refere ao atendimento do garçom ou garçonete: foi cortês até o fim do atendimento? *

- Sim
- Não

38 No que se refere a apresentação do garçom ou garçonete: tinha boa apresentação pessoal (Unhas, barba, uniforme e calçados limpos)? *

- Sim

Não

39 No que se refere aos preços, serviços e facilidades: O bar/
restaurante visitado trabalha com cartão de crédito ou débito? *

Sim

Não

40 No que se refere aos preços, serviços e facilidades: considerou
o preço competitivo em relação aos outros bares e restaurantes que
você consumiu serviços de Alimentos e Bebidas em outras
ocasiões? *

Sim

Não

41 Na sua opinião o tempo de espera da chegada da conta foi
satisfatório/razoável? *

Sim

Não

42 Houve fila no momento do pagamento? *

Sim

Não

Não se aplica - o garçom levou a maquininha do cartão na mesa ou pegou
o dinheiro e depois trouxe o troco.

BLOCO IV Inovação e estratégias

43 Nos serviços ofertados você percebeu uma preocupação com
ofertas de itens de alimentação saudável? *

Sim

Não

44 O empreendimento possui alguma estratégia de marketing no
que diz respeito a promoções e programas de fidelidade? *

Sim

Não

45 O empreendimento tem estratégia de marketing e divulgação
dos seus produtos e serviços vinculada ao CHECKIN virtual do
cliente no uso do Wi-Fi do Bar/restaurante? *

Sim

Não

BLOCO V - Análise SWOT - é uma ferramenta utilizada para fazer
análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usada como
base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação

ou empresa, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário.

ANÁLISE SWOT

Na conquista do objectivo



46 Descreve as FORÇAS internas do empreendimento visitado e experienciado *

Sua resposta

47 Descreva as FRAQUEZAS internas do empreendimento visitado e experienciado *

Sua resposta

48 Descreva as OPORTUNIDADES externas que você visualiza para o empreendimento *

Sua resposta



49 Descreva as AMEAÇAS externas que você visualiza para o empreendimento *

Sua resposta



50 Escreva em um parágrafo o que representou essa atividade para seu aprendizado na disciplina Pesquisa de Mercado. *

FOTOS

