



CADEIA DE ABASTECIMENTO EM RESTAURANTE COM DEMANDA SAZONAL

Autores : Hana Eliza da Silva SIMÕES ; Andreia Luciana da Rosa SCHARMACH,

Identificação das autoras: Acadêmica C.S.T. em Logística IFC – Campus São Francisco do Sul; Orientadora IFC – Campus São Francisco do Sul

Avaliação na modalidade: Pesquisa

Área do conhecimento/Área Temática: Ciências Sociais Aplicadas

Nível: Superior

Introdução

A cadeia de abastecimento, um dos elementos da cadeia de suprimentos, é importante a todos os tipos de empresas, tratando da obtenção e movimentação de materiais e da distribuição de produtos, com o objetivo de atender a uma demanda.

Lôbo (1999) afirma que uma maior ou menor intensidade na demanda – fator esse que deve ser previsto, incide na sazonalidade, que requer atenção específica quanto ao público e seu comportamento de compra, com objetivo de otimizar o abastecimento.

O comportamento de compra do consumidor é uma variável importante na gestão do abastecimento de qualquer tipo de negócio, inclusive de restaurante, pois é a partir das necessidades e dos desejos dos clientes que o empreendimento poderá oferecer produtos e serviços adequados às preferências daqueles que consomem.

Mediante os aspectos citados, realizou-se a pesquisa em restaurante localizado em uma praia de São Francisco do Sul, onde é evidente a característica de demanda sazonal, tendo como objetivo: Verificar a relação entre o comportamento de compra do consumidor e o abastecimento de suprimentos em restaurante com demanda sazonal. Para tanto foi necessário: a) Analisar o perfil e o comportamento de compra do consumidor; b) Identificar como é atendida a demanda sazonal de abastecimento; c) Averiguar se os produtos fornecidos são compatíveis com a demanda sazonal do restaurante pesquisado.

Material e Métodos

O método utilizado foi um estudo de caso com abordagem quantitativa e qualitativa e aconteceu em três momentos diferentes.

No primeiro momento foi realizado um levantamento dos restaurantes na região desejada, cuja realidade pudesse contribuir com a pesquisa. Num segundo momento, foi aplicado um questionário estruturado, de questões mistas, com os consumidores nos períodos de janeiro e fevereiro de 2017 (alta temporada) e em agosto e setembro de 2017 (baixa temporada), totalizando 60 questionários respondidos. No terceiro momento foi realizada uma entrevista in loco, com o proprietário do restaurante. Optou-se pela entrevista do tipo semiestruturada, com roteiros de perguntas. Utilizando um aparelho telefônico móvel.

Após os resultados identificados, foram traçados comparativos para chegar à resposta do problema.

Resultados e discussão

O perfil e o comportamento de compra foi analisado a partir da teoria dos quatro fatores que influenciam o comportamento de compra: Sociais (influência por grupos de referência etc), Culturais (influência por grupos de convívio etc), Psicológicos (Motivação, memória etc), e Pessoais (idade, ciclo de vida etc). (KOTLER; KELLER, 2006).



Item Analisado	Resultados Alta Temporada	Resultado Baixa Temporada
Perfil do Consumidor	Origem: 11 cidades diferentes; Gênero Masculino; Idade – 25 e 34 anos; Ocupação: – Empregados/ Assalariados/ Empresa privada; Instrução: Superior Completo; Renda: acima de 10 s.m;	Origem: 10 cidades diferentes; Gênero Masculino; Idade – 25 e 34 anos; Ocupação: Empregados/ Assalariados/ Empresa privada; Instrução: Superior Completo; Renda: entre 5 e 7 s.m.
Comportamento do consumidor	Os Fatores Sociais são os que mais influenciam no momento da compra, seguidos pelos Fatores Culturais e Pessoais na mesma proporção e por fim Fatores Psicológicos são considerados no momento da compra	
Identificar o atendimento da demanda sazonal	Quando efetuadas as compras, não é levado em consideração o comportamento de compra, ou seja, as preferências dos clientes. As compras são efetuadas a partir dos itens constantes nos cardápios já elaborados. Há diferença no gerenciamento dos estoques na alta temporada (compras diárias) e na baixa temporada (compras quinzenais).	
Compatibilidade entre produtos fornecidos e demanda sazonal	Há divergência entre o que é ofertado e o que os clientes desejam. Apesar de estarem satisfeito com o restaurante, ainda assim desejam algo diferente. O restaurante faz alterações todos os anos, porém, de acordo com a pesquisa os consumidores querem algo a mais.	

Quadro 1: Resultados da Pesquisa, (2017)

Conclusão

Na análise do perfil e comportamento de compra do consumidor, foi possível identificar o tipo de consumidor que o restaurante detém, tanto em alta como na baixa temporada, e também foi observado que o restaurante tem consumidores com perfil semelhantes que frequentam o ambiente tanto em alta quanto em baixa temporada.

Foi identificado o atendimento da demanda sazonal, englobando a comunicação com o consumidor, fornecedores e estoque, assim como o diferencial do restaurante. Foi compreendida, também, a dinâmica de como é feita a previsão de estoque e o processo de compra. Na averiguação se os produtos fornecidos são compatíveis com a demanda sazonal do restaurante, foi possível verificar que os produtos são oferecidos sem considerar as preferências dos consumidores. Apesar de haver satisfação por parte dos consumidores, eles desejam que seus gostos sejam “ouvidos” e atendidos.

Para pesquisas futuras e aprofundamento dos estudos e resultados, fica a sugestão de um multicaso, de forma a estabelecer relação entre o abastecimento de restaurantes em outras regiões litorâneas.

Referências

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LÔBO, A. Manual de estrutura e organização do restaurante comercial. São Paulo: Atheneu, 1999