

### **CRITÉRIOS GANHADORES E QUALIFICADORES DE PEDIDO: APLICAÇÃO EM UMA EMPRESA DE FAST FOOD**

Jéssica Daiara Gonçalves, EPA, UNESPAR/Campus de Campo Mourão,  
jessicadaiara@gmail.com

Maria Laura Barbosa, EPA, UNESPAR/Campus de Campo Mourão,  
mariavblaura@gmail.com

Pedro Thomé, EPA, UNESPAR/Campus de Campo Mourão,  
pedro\_thome@hotmail.com

Rony Peterson Rocha, EPA, UNESPAR/Campus de Campo Mourão  
ronypeterson\_eng@hotmail.com

## **INTRODUÇÃO**

Para adaptar-se as mudanças ocorridas no cenário competitivo mundial, as empresas necessitam formular sua estratégia de atuação, essa direciona a empresa alcançar um posicionamento no mercado. A formulação de uma estratégia depende dos fatores competitivos de interesse da empresa.

Segundo Chammas e Batocchio (2005), uma forma de identificar a importância dos fatores competitivos é distinguir entre os que são fatores “ganhadores de pedidos” e “qualificadores”. Ainda segundo esses autores, os critérios ganhadores de pedidos são o que contribuem diretamente no funcionamento de um negócio e é a razão-chave para comprar o produto ou serviço. Critérios qualificadores são aqueles aspectos da competitividade nos quais o desempenho da produção deve estar acima de um nível determinado, para ser considerado pelo cliente.

Em torno desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar os critérios ganhadores e qualificadores de pedidos de uma lanchonete no setor de comida Árabe. Foi aplicado nesse estudo um questionário composto por dez questões, com a finalidade de extrair os requisitos que mantém a empresa no mercado e que contribuem para sua competitividade.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

A pesquisa classifica-se quanto aos meios como bibliográfica e quanto aos fins como descritiva e explicativa. O assunto abordado foi explicado na teoria e visto na prática e aplicado em um Lanchonete do setor de comida Árabe.

Para a coleta de dados na empresa aplicou-se um questionário com questões objetivas, a fim de conhecer as preferências dos clientes e consumidores que frequentam a lanchonete, buscando determinar por meio do questionário quais os itens que são critérios ganhadores de pedidos e os qualificadores.

Foi aplicado e respondido um total de 32 questionários atendendo o único turno de funcionamento da lanchonete, sendo o noturno. O questionário continha dez questões, onde as cinco primeiras podia escolher apenas uma alternativa de cunho pessoal, as questões seis, sete, oito e novo questionavam quais critérios eram essenciais naquele

estabelecimento e quais eram pouco relevantes para o mesmo. A questão nove o consumidor atribuía valores, sendo, 0 não influencia, 3 pouco influencia e 9 é decisivo, para os indicadores que influenciam a frequentar o estabelecimento.

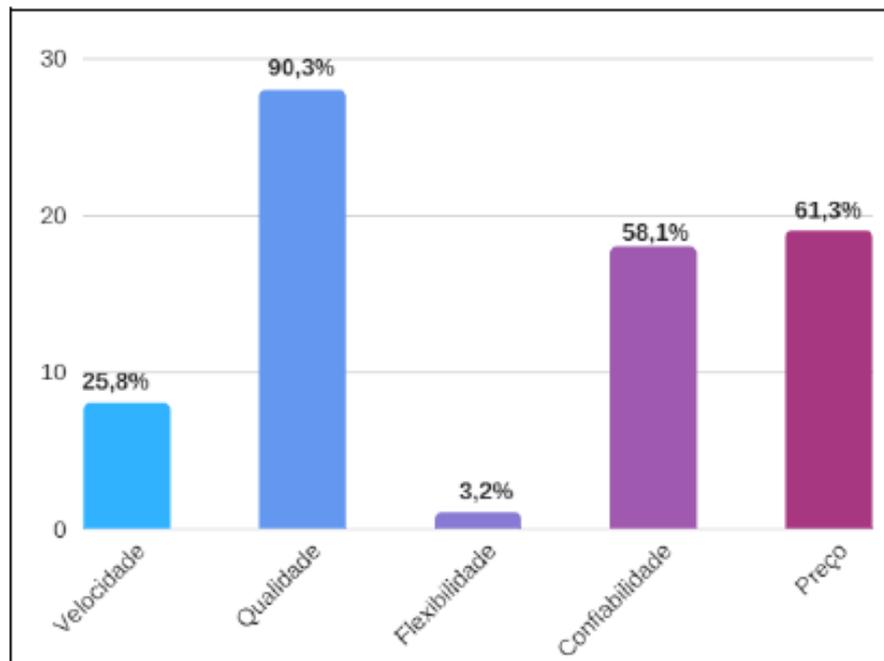
Para validar os resultados, realizou-se uma verificação dos mesmos através da ferramenta *Google Forms*, em seguida foram editados no *Microsoft Excel 2007* e então realizado a análise, deste modo, foi realizado a porcentagem dos mesmos.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente estudo foi desenvolvido em uma Lanchonete, do setor de comida Árabe. A empresa funciona no período noturno, todos os dias da semana, com exceção da segunda-feira. O principal produto ofertado é a esfiha, e o sistema de cardápio é à la carte, apresentando uma ampla variedade de sabores.

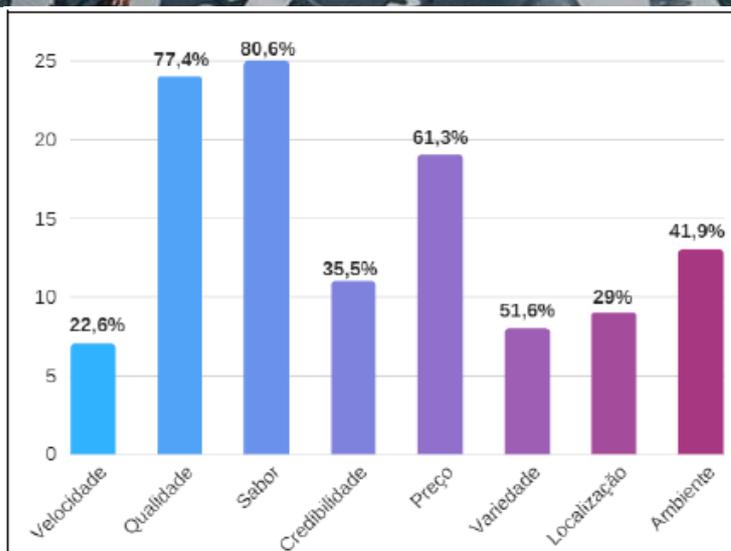
A partir da pesquisa realizada com os clientes, por meio da aplicação do questionário, pode-se identificar os objetivos de desempenho dos produtos que eles acham relevantes, assim, propor para o dono da lanchonete os resultados finais encontrados, para que possam ser usados como referência, a fim de melhor gerir os critérios ganhadores e qualificados de pedidos.

Pode-se perceber que a qualidade é o critério que os consumidores consideram mais relevantes ao frequentar a lanchonete, o preço é critério relevante para frequentar o local, seguido da confiabilidade do produto e dos serviços, da velocidade e da flexibilidade. A Figura 1 representa os dados acima.



**Figura 1:** Critérios de desempenho que os consumidores consideram relevantes ao frequentar a Lanchonete

Foram analisados na pesquisa os fatores que influenciam os consumidores a frequentarem a Lanchonete. Esses fatores são apresentados na Figura 2.

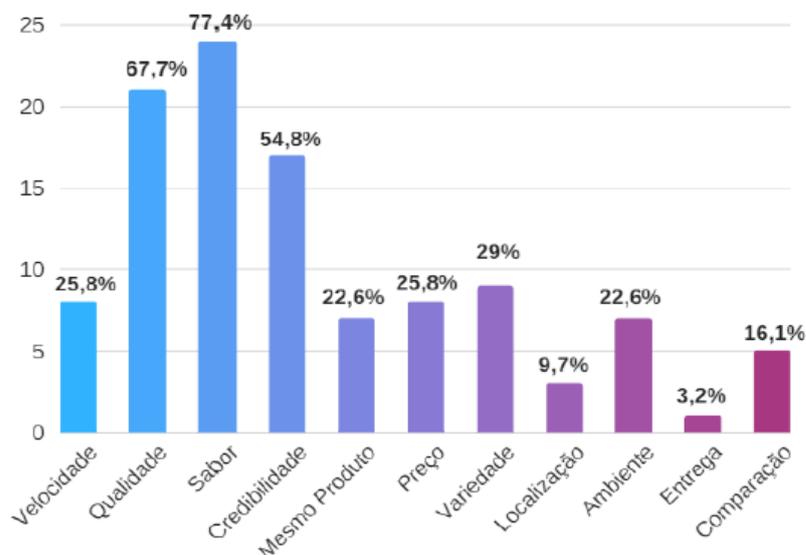


**Figura 2:** Fatores que influenciam os consumidores a frequentarem a Lanchonete.

Conforme visualizado na Figura 2, o sabor é o critério que mais influencia os consumidores a frequentar a lanchonete, seguido da qualidade do interesse entre os entrevistados. A credibilidade fez-se importante entre os clientes. Notou-se que a variedade dos produtos influencia os consumidores, assim como, a velocidade no atendimento é um fator decisivo na hora da compra. Observou-se que o preço é relevante para adquirir o produto.

O ambiente também é destaque entre os critérios de escolha dos consumidores, A localização foi outro fator que contribui aos clientes.

Também foram analisados os fatores que se não conter no estabelecimento os consumidores deixariam de frequentar a Lanchonete, tais como mostrados na Figura 3.



**Figura 3:** Fatores que se não conter no estabelecimento os consumidores deixariam de frequentar a Lanchonete

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa mostrou que os principais elementos que o proprietário deve ponderar são: sabor, qualidade do produto, preço e credibilidade (confiança, higiene etc.); estes são

os critérios decisivos para se ganhar o pedido dos clientes e se manter no mercado. Observou-se ainda, que o sistema de entrega à domicílio, na percepção do cliente, não é fator relevante, e a localização pouco influencia na hora de frequentar o estabelecimento

### REFERÊNCIAS

GONÇALVES, *et al.*, (2017). Critérios Qualificadores e Ganhadores de Pedido: Um Estudo de Caso em uma Empresa do Ramo de Comida Árabe. In: XI ENCONTRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL, 11., 2017, Campo Mourão. Universidade Estadual do Paraná – Campus de Campo Mourão.