



**SEFIC2017  
UNILASALLE**

**A PESQUISA E O  
RESPEITO À DIVERSIDADE**

**16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017**

ISSN 1983-6783

## **SUBWAY UNILASALLE: PERFIL E HÁBITOS DOS CLIENTES DA LOJA DE FAST-FOOD INSERIDA NA UNIVERSIDADE**

Alana Brito, Adélia Andreola Benini, Pedro Faccio De Conto (orientador)  
Universidade La Salle (Canoas / RS)

**Área Temática:** Ciências Socialmente Aplicáveis

**Resumo:** O Subway, líder do mercado mundial de fast-food, conta com uma unidade dentro da Universidade La Salle em Canoas há pouco mais de um ano. No Brasil o número de franquias gira em torno de 2.100 lojas (SUBWAY, 2017). Diante da crise econômica e do consequente acirramento da competição entre as empresas varejistas e de fast-food é fundamental conhecer os hábitos e preferências dos consumidores e como eles evoluem ao longo do tempo, no intuito de formular estratégias de marketing mais assertivas. Em razão de não haver estudos anteriores, fez-se esta pesquisa de intenção exploratória-descritiva em um processo de amostragem não probabilística por conveniência e julgamento, onde, após a realização de um pré-teste para validação do instrumento de coleta dos dados, foram entrevistados 184 clientes da loja através de questionário quantitativo e qualitativo. O questionário contém um total de 13 perguntas que se dividem em identificação do perfil, com 5 perguntas estruturadas e identificação dos hábitos, com 8 perguntas, sendo 6 estruturadas e 2 não estruturadas. Os dados foram coletados no período de 01 a 14 de junho de 2017 e os respondentes foram abordados aleatoriamente após o término de sua refeição para que não respondessem apressadamente ou com descaso se estivessem na fila para a compra, no início ou durante a refeição, o que poderia comprometer os resultados da pesquisa. Após a coleta e conferência dos dados, restaram 170 questionários válidos com os quais o estudo pode ser feito. As informações obtidas foram analisadas de forma a verificar também as correlações entre as variáveis, desta forma, após a análise dos dados, identificou-se um público de maioria feminino (70%), jovem de faixa etária até 23 anos (57%), sendo predominante a faixa etária até 17 anos (35%), solteiro (71%), residente de Canoas (80%) e sem vínculo com a instituição de ensino La Salle (68%), ou seja, não são docentes, discentes ou funcionários nem realizam qualquer outra atividade ligada a instituição. Dentre os hábitos dos clientes do Subway, destacamos a preferência pelos sanduíches de frango por 55% dos respondentes e o costume por pedir apenas o sanduíche, sem acompanhamentos como bebida, cookies e outros por 59% da amostra. A localização do estabelecimento (39%), seguida do sabor do sanduíche (26%) são de grande importância na escolha do local. Entre as finalidades de refeição (almoço, lanche e janta), o almoço (68%) foi a mais citada pelos respondentes. Mais da metade (52%) dos clientes do Subway costumam variar seu pedido, experimentando outros sanduíches além dos seus preferidos, ainda que um número muito expressivo de clientes (37%) não modificam seu pedido habitual. Cerca de 69% dos respondentes costumam ir mais acompanhados ao frequentarem o estabelecimento, enquanto cerca de 31% vão mais sozinhos. Para pesquisas futuras, sugere-se a comparação entre os resultados deste estudo com o de outras lojas Subway na cidade de Canoas e região metropolitana.

**Palavras-Chave:** Alimentação, Universidade, Subway