

**Disciplina: Administração Mercadológica -107**  
**Unidade: II Módulo - 02**  
**Atividade nº 2 - Fórum**

**ORIENTAÇÃO PARA ESTUDAR:**

Atividade Individual:

- Ler e responder as questões ao final do texto;

Atividade de Grupo:

- 1º momento: discutir as questões no pequeno grupo;
- 2º momento: líder do grupo, colocar o resultado no fórum;
- 3º momento: todo grupo, discutir os trabalhos dos diversos grupos;
- 4º momento: estudar as conclusões apresentadas pelo professor-coordenador da disciplina.

**Restaurante: McDonald's para a terceira idade**

Patty Maloney é gerente de um restaurante fast food McDonald's em uma cidade com muitos cidadãos da terceira idade. Ela percebeu que alguns deles se tinham tornado consumidores diferentes - chegavam para o café da manhã e ficavam até as três horas da tarde. Inicialmente, muitos desses consumidores mais velhos foram atraídos por um café da manhã mensal destinado a pessoas de 55 anos de idade ou mais. A refeição custa \$ 0,99 e o café é grátis. Toda quarta e segunda-feira do mês, entre 100 a 150 pessoas dessa faixa etária dirigem-se ao McDonald's de Patty para aproveitar a oferta especial. Mas, agora, muitos deles vêm diariamente ao restaurante - transformando-o em um local de reunião. Ficam horas com uma xícara de café, batendo papo com amigos. Na maioria dos dias, em torno de 100 deles permanecem no restaurante de uma a quatro horas.

As funcionárias de Patty têm sido muito simpáticas com essas pessoas, chamando-as pelos primeiros nomes e convivendo diariamente com as mesmas. De fato, o McDonald's de Patty é um local agradável - onde as funcionárias se tornam amigas desses clientes. Algumas delas chegam a visitar aqueles que tenham sido hospitalizados. "Você sabe", diz Patty, "realmente, criei afeição aos consumidores. São como minha família. Preocupo-me com eles". São todos "amigos" e ser cordial com os consumidores faz parte da filosofia empresarial do McDonald's.

Esses consumidores mais velhos formam um grupo ordeiro - e muito gentil com qualquer pessoa que chega. Além disso, são mais asseados do que a maioria dos consumidores e limpam cuidadosamente suas mesas antes de saírem. Todavia, Patty está começando a imaginar se algo deve ser feito sobre o crescimento da clientela não interessada em fast food. Não há problema de lotação durante o período em que os consumidores mais velhos gostam de chegar. Mas se o tamanho desse grupo continuar crescendo, a lotação passará a ser problema. Ademais, Patty está preocupada com a possibilidade de seu restaurante ficar

conhecido como um restaurante de "velhos" - que pode desencorajar alguns consumidores mais jovens. E se os consumidores achassem que o restaurante estivesse lotado, alguns poderiam julgar que o serviço não fosse rápido. Por outro lado, um local que parece cheio pode ser visto como "um bom lugar para se ir" e um "local amistoso".

Patty está também preocupada com a imagem que está projetando. O McDonald's é um restaurante fast food onde se espera que os consumidores comam e saiam rápido. Permitir que as pessoas fiquem mudará o conceito total do restaurante? No extremo, o McDonald's de Patty pode tornar-se mais um restaurante estilo europeu, onde os consumidores nunca têm pressa - e se sentem muito à vontade ao permanecerem tomando café por uma ou duas horas! Patty sabe que a quantia individualmente gasta pelos consumidores da terceira idade é igual à compra do consumidor médio - embora os primeiros usem as instalações por muito mais tempo. Entretanto, a maioria dos consumidores mais velhos deixa o McDonald's às 11h30 min - antes da chegada dos consumidores da hora do almoço.

Patty está pensando sobre outra possibilidade. Desde que confirmado o interesse por esses consumidores da terceira idade, haveria algo mais para oferecer a esse grupo etário? Em particular, ela está pensando em organizar jogos de bingo durante o período fraco da manhã - das 9 às 11 h. O bingo é muito popular junto a essas pessoas e poderia tornar-se mais uma fonte de receita para o restaurante - além da venda extra de alimentos e bebidas. Considera que poderia cobrar \$ 3 por pessoa pelo período de duas horas, utilizando duas funcionárias que estariam com pouco serviços. Os prêmios seriam cupons para compras no próprio restaurante (tornando o bingo legal), representando dois terços da receita. O salão de festas do restaurante seria perfeito para esse uso, podendo receber 150 pessoas.

---

Fonte Bibliográfica: **McCARTHY, E.J & PERREAULT JR. W.D.** Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global. São Paulo; Atlas, 1997. pp.338:339

---

### **Atividade**

1. Avalie a estratégia atual de Patty Maloney em relação aos consumidores da terceira idade.
2. Essa estratégia melhora a imagem desse restaurante McDonald's?
3. O que ela deveria fazer a respeito desse mercado da terceira idade - estimular ignorar ou desestimular esses cidadãos?
4. O que deveria fazer para implementar a idéia do bingo? Explique.