

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
MARKETING

Grupo 07

CAROLINA NÓBREGA MAIA FRANCO - 14760860
CAROLINE MARTINS ALVES - 14708610
GIOVANA DE ALENCAR FERREIRA - 14746620
LORENA RIBEIRO CESAR DE ANDRADE - 14778219

QUESTIONÁRIO:
Pesquisa de Marketing I

SÃO PAULO
2024

1. INTRODUÇÃO

1.1 Histórico do Problema

A Drogaria e Perfumaria Nova Carmela I é uma microempresa localizada no bairro residencial Vila Carmela II, atuando há vinte e quatro anos no mercado. Fundada como uma farmácia familiar, expandiu seu portfólio para incluir produtos de perfumaria e cosméticos, a fim de atender às demandas dos clientes locais.

Atualmente, a empresa possui uma posição privilegiada bem próxima da Unidade Básica de Saúde Vila Carmela II. No entanto, a identidade visual precisa ser modernizada, mas de forma que transmita credibilidade por ser um estabelecimento de saúde. A decisão a ser tomada envolve a possibilidade de reformular a logomarca para atender ao propósito de conhecimento de marca em relação aos concorrentes.

Perante o exposto, o problema de marketing é definido como: “Qual identidade visual deve ser adotada para manter a Drogaria na mente do público?”. Com tal delimitação, o problema de pesquisa pode ser definido como: “Qual a preferência dos clientes da farmácia sobre a nova identidade visual?”

1.2 Objetivos da Pesquisa

Identificar a preferência dos clientes por diferentes alternativas de logomarca pré estabelecidas pela empresa.

1.3 Questões Específicas

Será necessário aprofundar o tema identificando as questões sobre a identidade visual que contará com a maior visibilidade e associação da loja na região em que se encontra. As necessidades de informações incluem:

- Comparação entre possíveis logomarcas;
- Lembrança espontânea dos consumidores;
- Análise da percepção dos indivíduos diante dos atributos da nova logomarca;
- Características que as pessoas atribuem à loja;
- Identificar associações com a logomarca atual.

1.4 Público Alvo

Residentes do bairro Vila Carmela I que frequentam a loja, tenham mais de 18 anos de idade e de ambos os gêneros. O frequentador é todo indivíduo que visitou a loja pelo menos uma vez nos últimos 3 meses, ainda que não tenha efetuado uma compra.

1.5 Padrão de Ação

Adotar a Identidade Visual com maior preferência entre as opções avaliadas e que tenha o índice de aprovação superior a 55%.

1.6 Limitações de tempo e custo

A loja está passando por um processo de saída da franquia União Farma e tem o período máximo de 3 meses para se desvincular da identidade visual adotada pelo grupo.

1.7 Dados do Responsável

Fernando Cassiano Ferreira
drogafer@hotmail.com
(11) 98053-2156

2. QUESTIONÁRIO

BLOCO 1 - FILTROS DE PESQUISA

Entrevistador: “Olá, somos alunas do curso de Marketing da Universidade de São Paulo (USP) e estamos realizando uma Pesquisa de Imagem. Queremos capturar sua preferência entre diferentes logomarcas para a Drogeria Nova Carmela, anteriormente chamada de União Farma. A pesquisa dura cerca de x minutos e todas as informações fornecidas serão tratadas de forma confidencial e utilizadas apenas para fins acadêmicos.”

1. O(A) Sr.(a) é residente do bairro Vila Carmela I ou região? [RU]
 Sim
 Não (**ENCERRAR**)

2. Qual foi a última vez que frequentou a farmácia? [RU]

- Esta semana
- No mês passado
- Há dois meses
- Há três meses
- Há mais de três meses (**ENCERRAR**)

3. Quantos anos o(a) Sr.(a) tem? [RU]

- Menos de 18 anos (**ENCERRAR**)
- Entre 18 e 25 anos
- Entre 25 e 45 anos
- Entre 45 e 65 anos
- 65 anos ou mais

BLOCO 2 - PERCEPÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL

Nesta etapa o(a) sr.(a) será questionado a respeito de aspectos e atributos de preferência sobre a Identidade Visual (logomarca, cores, lembrança) da Drogaria Nova Carmela.

1. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca antiga. [RM]



	1	2	3	4	5	
Moderna	<input type="checkbox"/>	Antiquada				
Bonita	<input type="checkbox"/>	Feia				
Simple	<input type="checkbox"/>	Sofisticada				
Confiável	<input type="checkbox"/>	Não confiável				
Combina com a farmácia	<input type="checkbox"/>	Não combina com a farmácia				

2. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]

Pouco

- 1
- 2
- 3
- 4

5
Muito

3. O que vem à sua cabeça quando o(a) Sr.(a) vê essa logomarca?

4. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca abaixo. [RM]



	1	2	3	4	5	
Moderna	<input type="checkbox"/>	Antiquada				
Bonita	<input type="checkbox"/>	Feia				
Simple	<input type="checkbox"/>	Sofisticada				
Confiável	<input type="checkbox"/>	Não confiável				
Combina com a farmácia	<input type="checkbox"/>	Não combina com a farmácia				

5. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]

Pouco

- 1
 2
 3
 4
 5

Muito

6. O que vem à sua cabeça quando o(a) Sr.(a) vê essa logomarca?

7. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca abaixo. [RM]



	1	2	3	4	5	
Moderna	<input type="checkbox"/>	Antiquada				
Bonita	<input type="checkbox"/>	Feia				
Simples	<input type="checkbox"/>	Sofisticada				
Confiável	<input type="checkbox"/>	Não confiável				
Combina com a farmácia	<input type="checkbox"/>	Não combina com a farmácia				

8. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]

Pouco

- 1
 2
 3
 4
 5

Muito

9. O que vem à sua cabeça quando o(a) Sr.(a) vê essa logomarca?

10. O(A) Sr.(a) encontrará abaixo 5 pares de adjetivos. Marque com um x próximo ao adjetivo que melhor descreve a Logomarca abaixo. [RM]



	1	2	3	4	5	
Moderna	<input type="checkbox"/>	Antiquada				
Bonita	<input type="checkbox"/>	Feia				
Simples	<input type="checkbox"/>	Sofisticada				
Confiável	<input type="checkbox"/>	Não confiável				
Combina com a farmácia	<input type="checkbox"/>	Não combina com a farmácia				

11. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta dessa logomarca, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]

Pouco

- 1
 2
 3
 4
 5

Muito

12. O que vem à sua cabeça quando o(a) Sr.(a) vê essa logomarca?

13. Entre as logomarcas a seguir, qual a sua preferida para ser a nova identidade visual da farmácia? [RU]



BLOCO 3 - PERCEPÇÃO DO NOME DA LOJA
--

Nesta etapa será analisada a percepção do(a) Sr.(a) sobre o nome União Farma e Drogeria Nova Carmela.

1. O(A) Sr.(a) acha que o novo nome Drogeria Nova Carmela é mais adequado que Drogeria União Farma? [RU]

- Certamente não
- Provavelmente não
- Talvez
- Provavelmente sim
- Certamente sim

2. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você gosta do novo nome Drogeria Nova Carmela, sendo 1 “gosto pouco” e 5 “gosto muito”? [RU]

Pouco

- 1
- 2
- 3

4

5

Muito

3. Considerando os dois nomes, qual o(a) Sr.(a) prefere? [RU]

Drogeria União Farma

Drogeria Nova Carmela

Nenhuma das alternativas

4. Qual a opinião geral do(a) Sr.(a) sobre o nome Drogeria Nova Carmela?

BLOCO 4 - DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS
--

Os dados sociodemográficos não serão armazenados, apenas analisados para fins acadêmicos a fim de checar os respondentes.

1. NOME: _____

2. Telefone Residencial/Celular: _____
(Necessário para checagem dos respondentes)

3. Qual é seu gênero? [RU]

Masculino

Feminino

Outro

4. Qual é seu estado civil? [RU]

Solteiro(a)

Casado(a)

Viúvo(a)

Divorciado(a)

5. Qual o seu grau de escolaridade? [RU]

Fundamental incompleto

Fundamental completo

Ensino Médio incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior completo ou mais

6. Qual a classe socioeconômica do(a) Sr.(a)? [RU]

A

- B1
- B2
- C
- D
- E
- Prefiro não responder

7. Com que frequência o(a) Sr.(a) costuma visitar a Drogeria?

- Mais de uma vez por semana
- Uma vez por semana
- Uma vez a cada 2-3 semanas
- Uma vez por mês
- Menos de uma vez por mês

8. Quanto o(a) Sr.(a) costuma consumir em média na Drogeria, considerando tanto medicamentos quanto produtos de perfumaria?

- Menos R\$50,00
- Entre R\$50,00 e R\$100,00
- Entre R\$100,00 e R\$150,00
- Entre R\$150,00 e R\$200,00
- Mais de R\$200,00

9. Como o(a) Sr.(a) geralmente faz suas compras na nossa farmácia? [RM]

- Na loja física
- Online por Whatsapp

“O questionário chegou ao fim, agora é só enviar suas respostas. Agradecemos pelo seu tempo!”