

GRUPO 10 LAURA ALVES
LEO TANAKA
MARIA VITÓRIA ABREU
THAINNA BIANCHI

EACH - USP
PESQUISA DE MARKETING I

APRESENTAÇÃO

LANCHONETE RAINHA DA PIRATININGA

Resumo da Agenda

- 1. RESUMO DO BRIEFING;**
- 2. CONSTRUCTOS;**
- 3. AMOSTRA E QUESTIONÁRIO;**
- 4. RESULTADOS OBTIDOS;**
- 5. CONCLUSÕES FINAIS;**
- 6. SUGESTÕES.**



RESUMO DO BRIEFING

OBJETIVO DA PESQUISA

O objetivo da pesquisa é avaliar um plano pensado para aumentar as vendas da Lanchonete Rainha do Piratininga, sendo considerada uma adoção de sistema de entregas via plataforma online (por meio dos aplicativos Ifood, Rappi, Delivery Much, Aiqfome e sistema de entregas próprio por meio do Whatsapp Comercial) para a sua venda de marmitas no horário de almoço.

PROBLEMA DE MARKETING

“A lanchonete Rainha da Piratininga deve ou não implementar sistemas para a entrega de marmitas?”

PROBLEMA DE PESQUISA

“A implementação de um sistema de entrega resultaria em um maior número de vendas das marmitas pela lanchonete?”,

PADRÃO DE AÇÃO

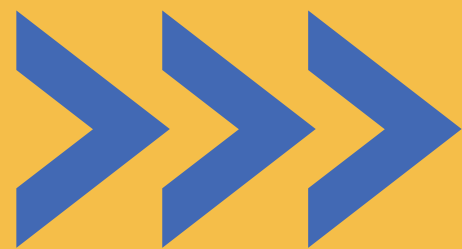
Caso 70% dos respondentes utilizarem ou estiverem dispostos a utilizar algum dos aplicativos deferidos pela tomadora de decisões da Lanchonete Rainha da Piratininga, conclui-se que o estabelecimento deve adotar esse serviço de entrega para seus clientes pois conseqüentemente, haverá um impacto positivo nas vendas de marmita do local.

PÚBLICO ALVO

Clientes da Lanchonete Rainha da Piratininga, que correspondem a homens e mulheres com idade igual ou superior a 18 anos, que frequentam a lanchonete e que consomem marmita pelo menos uma vez a cada duas semanas

CONSTRUCTOS

Questões específicas pensadas para se aprofundar na pergunta de marketing e atingir o objetivo de pesquisa.



PERFIL DOS CONSULMIDORES QUE UTILIZAM APLICATIVOS DE DELIVERY

Entender o comportamento dos clientes em relação a utilização de aplicativos de delivery para pedir comida; as opções mais utilizadas; Fatores relevantes ao comprar por aplicativo e o preço disposto a pagar por uma taxa de entrega.

HÁBITOS DO CONSUMIDOR

Entender os comportamentos dos clientes relacionados a compra de marmitas, sendo frequência, tamanho, preços e fatores que consideram mais relevantes nela para fazer com quem comprem

PERFIL DOS CONSUMIDORES QUE NÃO UTILIZAM APLICATIVOS DE DELIVERY

Entender se esses clientes utilizam alguma outra forma de delivery para pedir comida e se sim qual, quais fatores o fariam baixar um aplicativo de delivery para comida e se caso a lanchonete viesse a aerir uma plataforma, se eles estariam dispostos a baixá-la.

AMOSTRA E QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO

O questionário foi composto por 29 perguntas e visava avaliar o hábitos dos clientes em relação a compra de marmitas e utilização de aplicativos de delivery de comida.

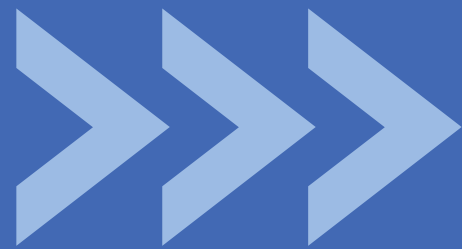
APLICAÇÃO

A aplicação foi realizada nos dias 9, 10 e 11 de junho de 2024 no horário de almoço na Lanchonete Rainha da Piratininga.

AMOSTRA

Foi delimitada a pessoas que frequentam a lanchonete Rainha da Piratininga pelo menos 1 vez a cada 2 semanas, maiores de 18 anos e que consomem marmitas pelo menos 1 vez a cada 2 semanas.

RESULTADOS OBTIDOS

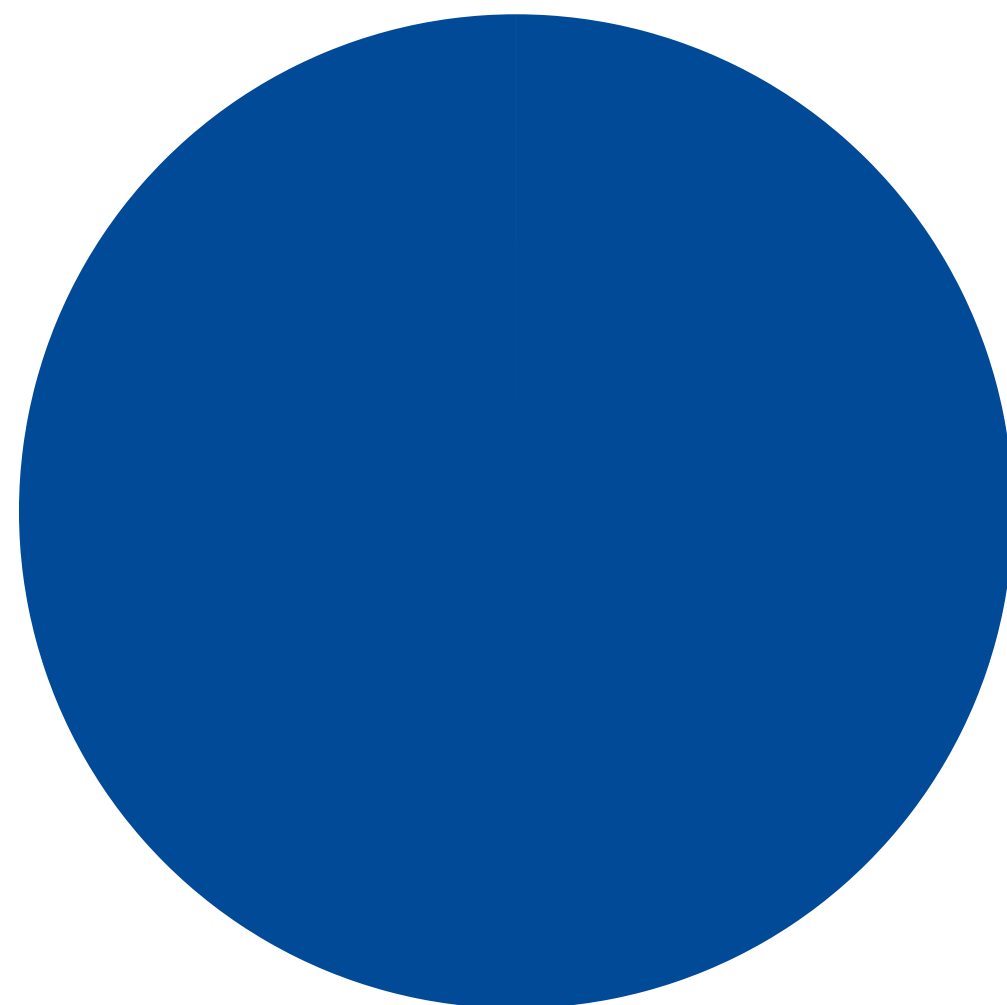


Bloco 1:

Questões Filtro



100% dos respondentes possuem 18 anos ou mais



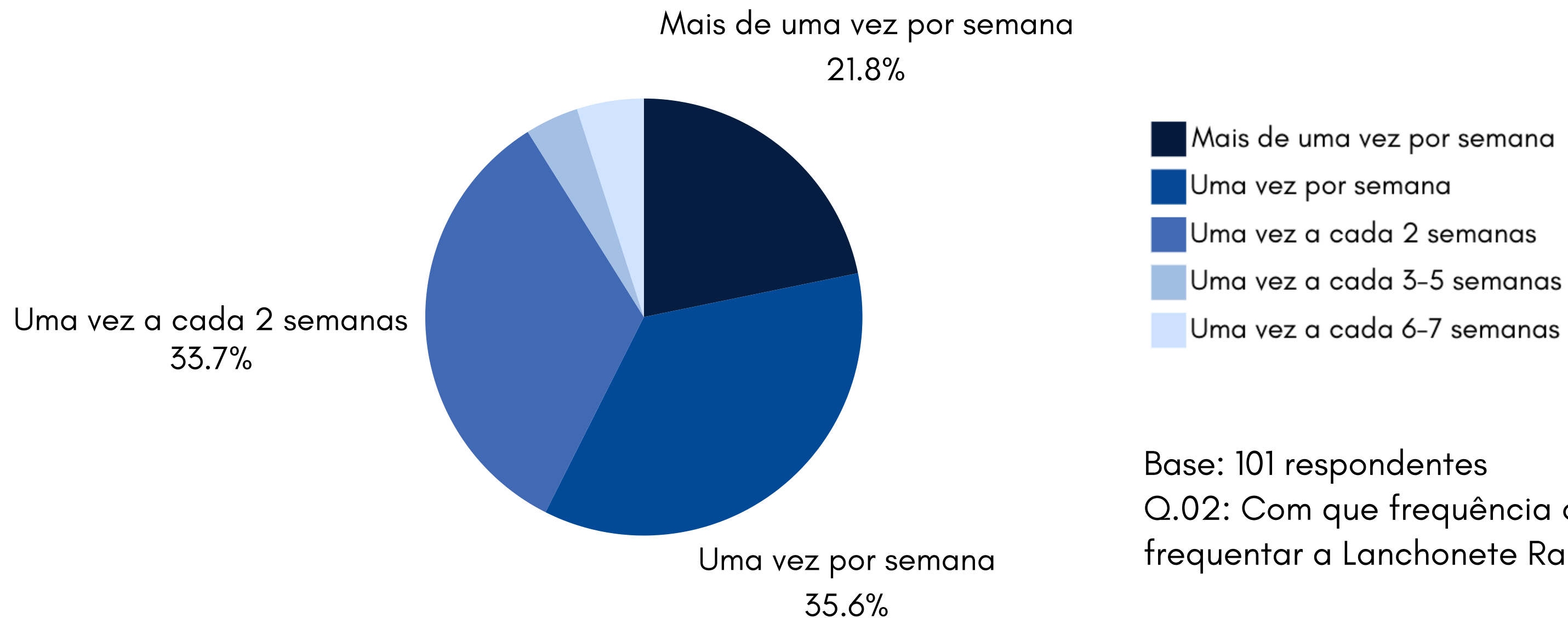
18 anos ou mais
100%

Base: 101 respondentes

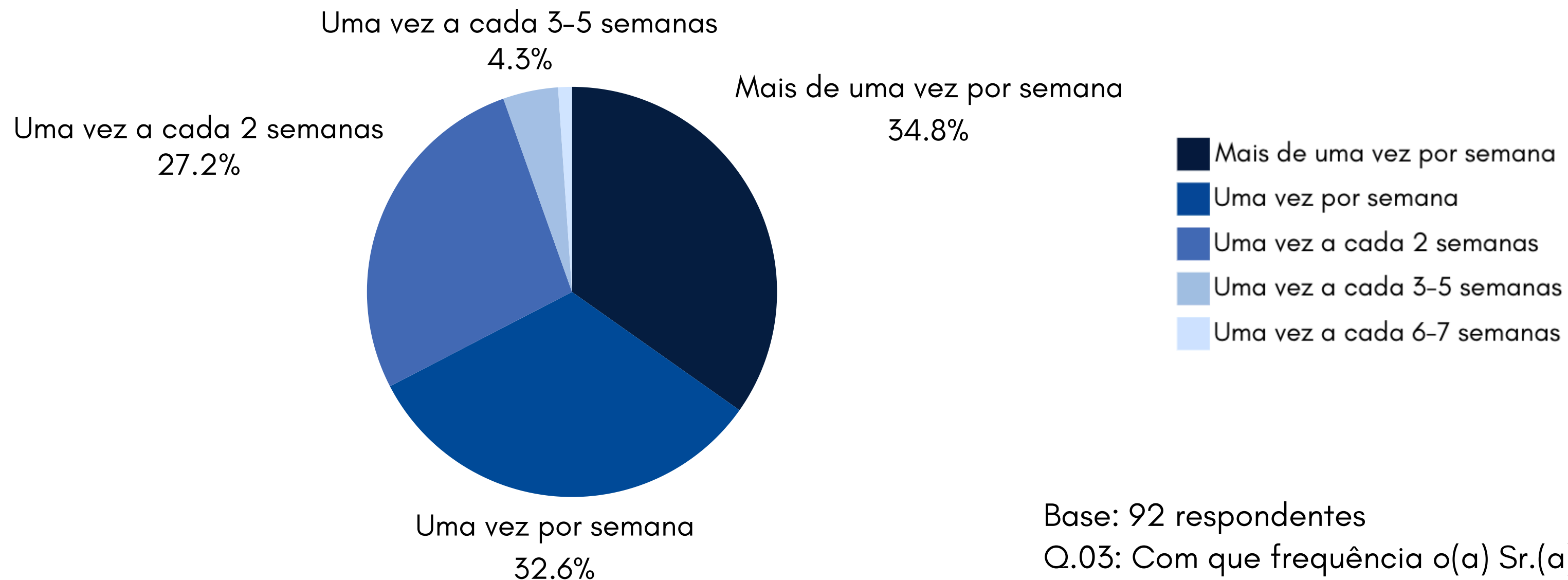
Q.01: Quantos anos o(a) Sr. (a) tem?

91,1% dos respondentes frequentam a Lanchonete Rainha da Piratininga ao menos uma vez a cada duas semanas

Define-se cliente da Lanchonete aqueles respondentes que a frequentam pelo menos uma vez a cada duas semanas.



94,6% dos clientes consomem marmitas ao menos uma vez a cada duas semanas

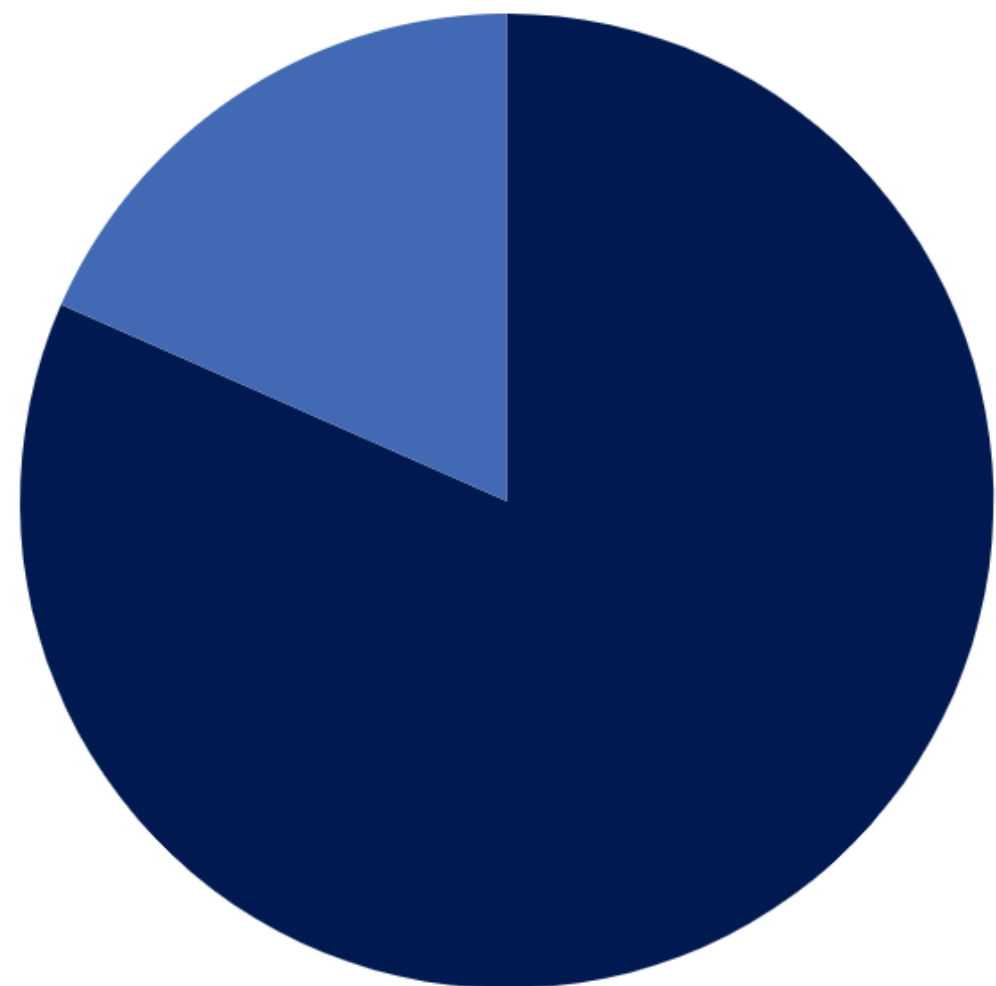


Base: 92 respondentes

Q.03: Com que frequência o(a) Sr.(a) costuma consumir marmitas?

81,6% dos respondentes fazem pedidos de refeições por meio de aplicativos

Não faço pedidos através dessas plataformas
18.4%



Sim, faço pedidos
81.6%

- Sim, faço pedidos
- Não faço pedidos através dessas plataformas

Base: 87 respondentes

Q.04: O(a) Sr(a) faz pedidos de refeições via algum aplicativo (Ifood, Rappi, Delivery Much, Aiquefome, Whatsapp Comercial, outros)?

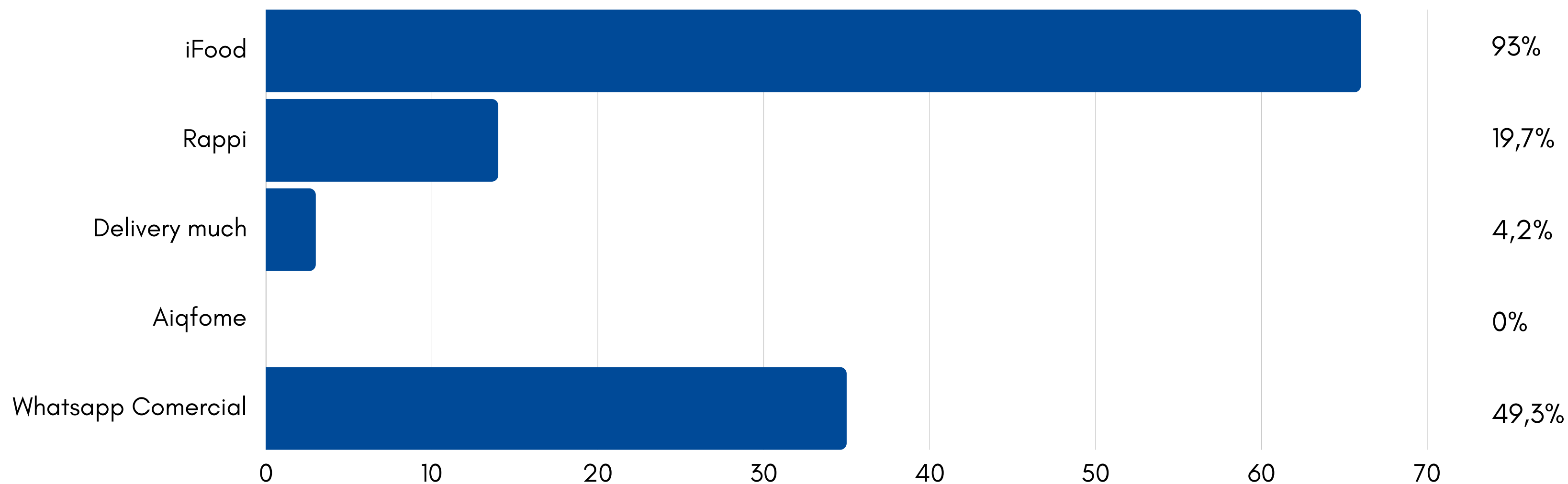
Bloco 2:

Hábitos de compras dos
clientes que utilizam
aplicativos



Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

O iFood é o aplicativo de entrega mais utilizado entre os respondentes (93%)

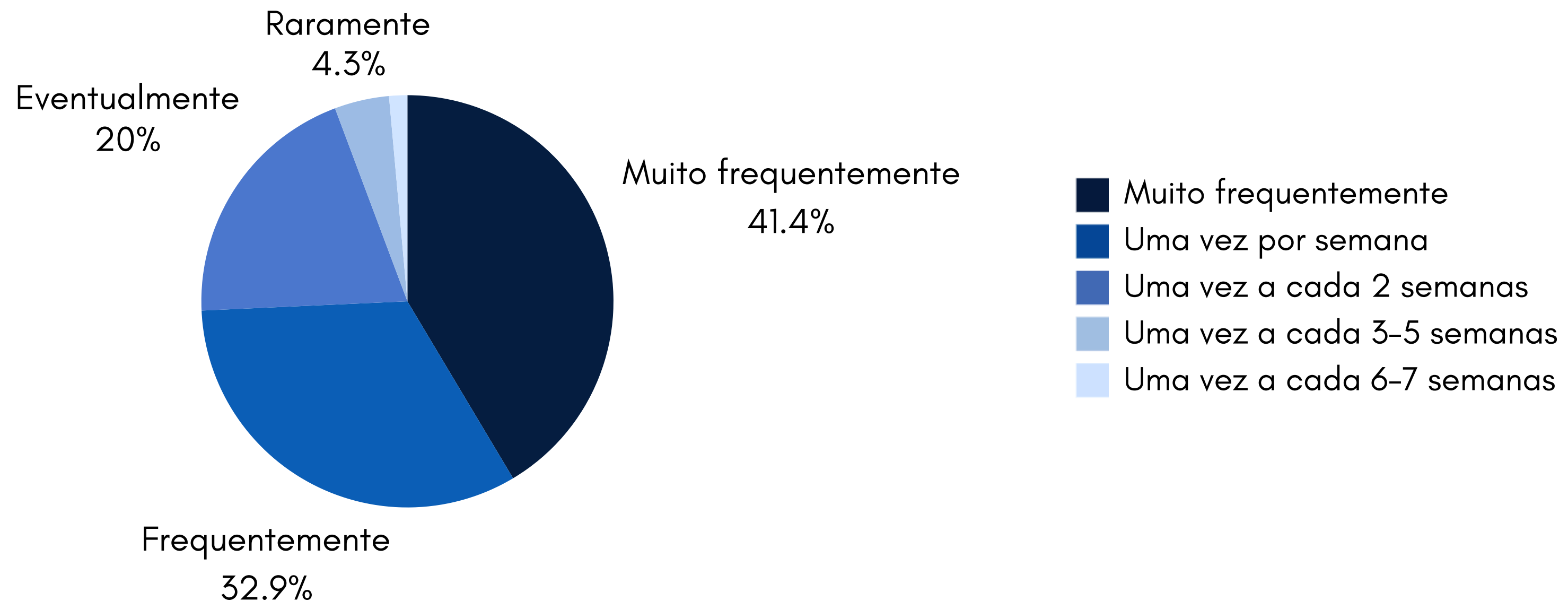


Base: 71 respondentes

Q.05: Dentre os aplicativos abaixo, quais o(a) senhor(a) utiliza para pedir a entrega de suas refeições:



Mais de 70% dos respondentes utilizam o iFood muito frequentemente ou frequentemente

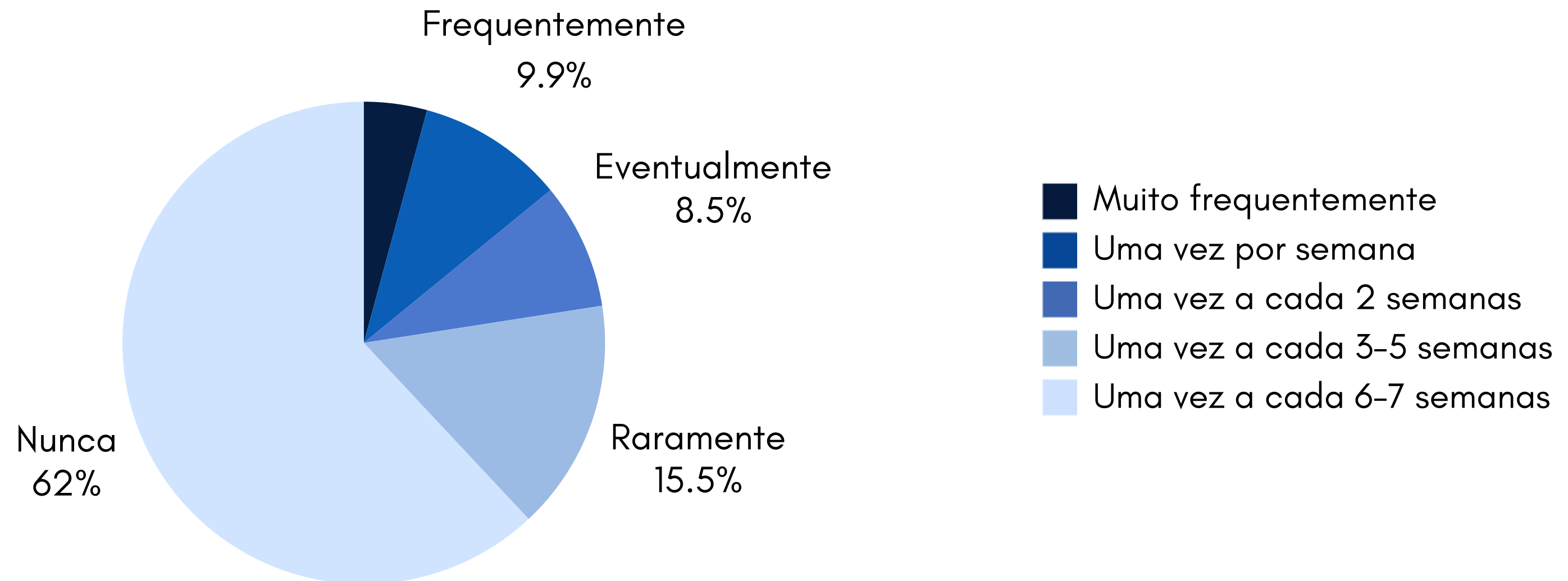


Base: 71 respondentes

Q.06: Com qual frequência o (a) Sr(a) utiliza esses aplicativos na entrega de refeições?



62% dos respondentes nunca utilizam o RAPPi como aplicativo de entrega

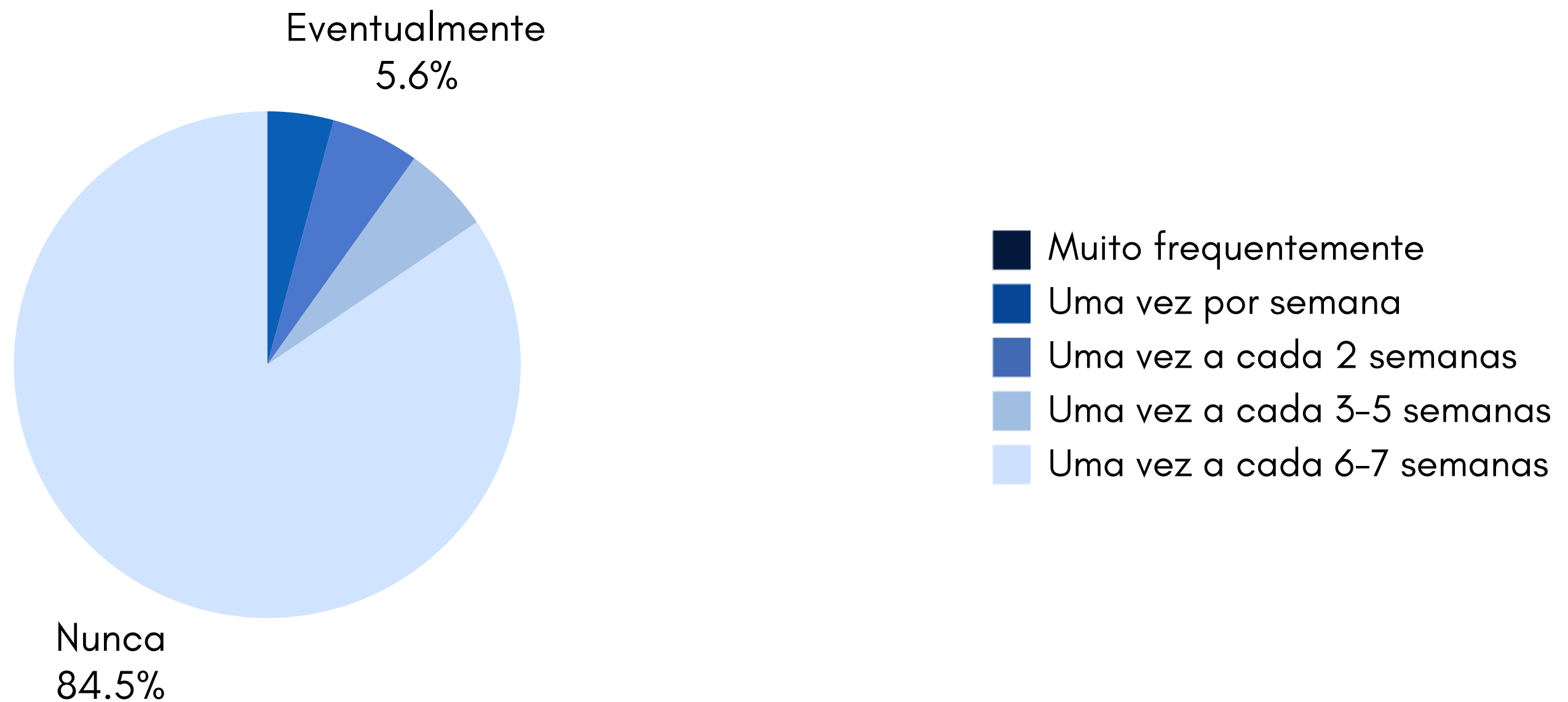


Base: 71 respondentes

Q.06: Com qual frequência o (a) Sr(a) utiliza esses aplicativos na entrega de refeições?



84,5% dos respondentes nunca utilizam o AIQFOME como aplicativo de entrega



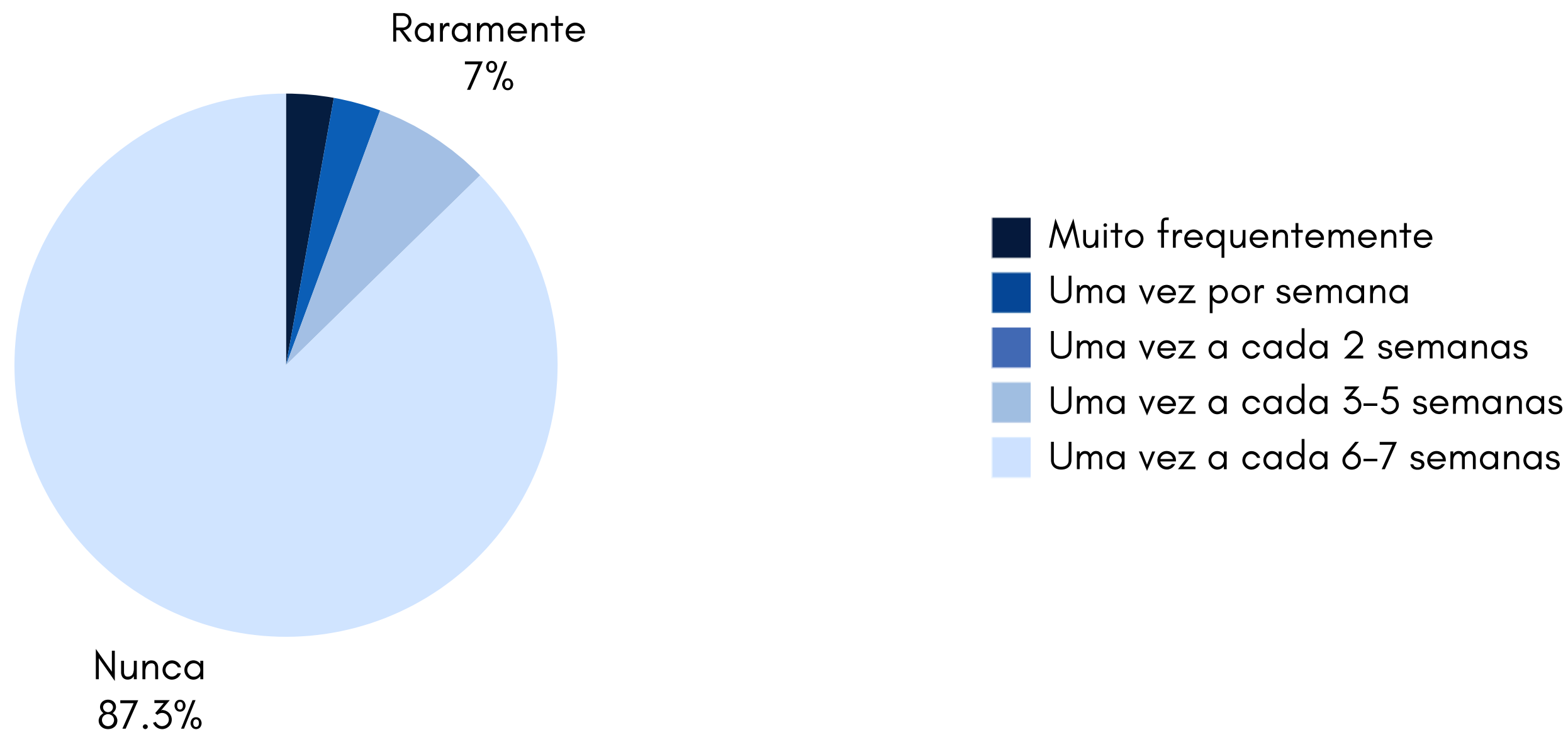
Base: 71 respondentes

Q.06: Com qual frequência o (a) Sr(a) utiliza esses aplicativos na entrega de refeições?

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery



87,3% dos respondentes nunca utilizam o DELIVERY MUCH como aplicativo de entrega



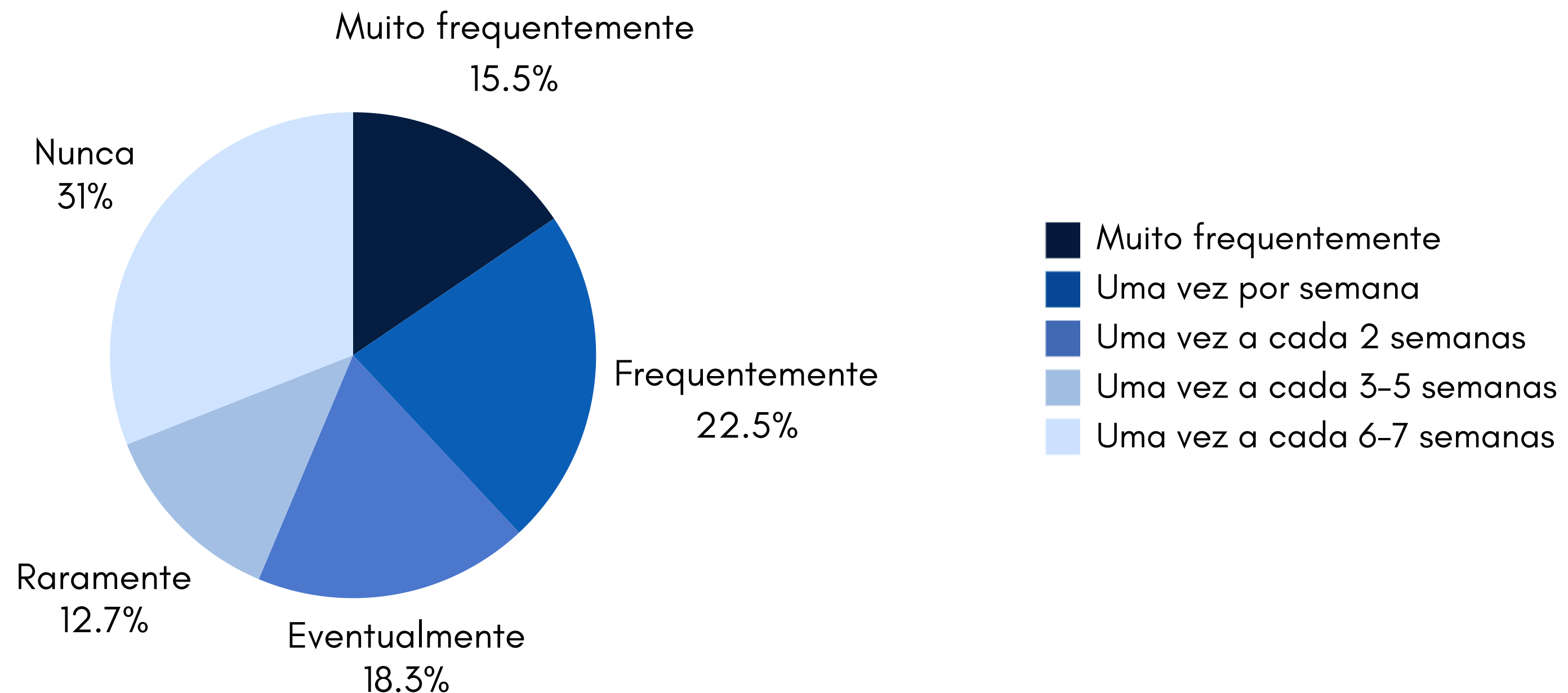
Base: 71 respondentes

Q.06: Com qual frequência o (a) Sr(a) utiliza esses aplicativos na entrega de refeições?

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery



15,5% dos respondentes utilizam o Whatsapp Comercial muito frequentemente e 22,5%, frequentemente.

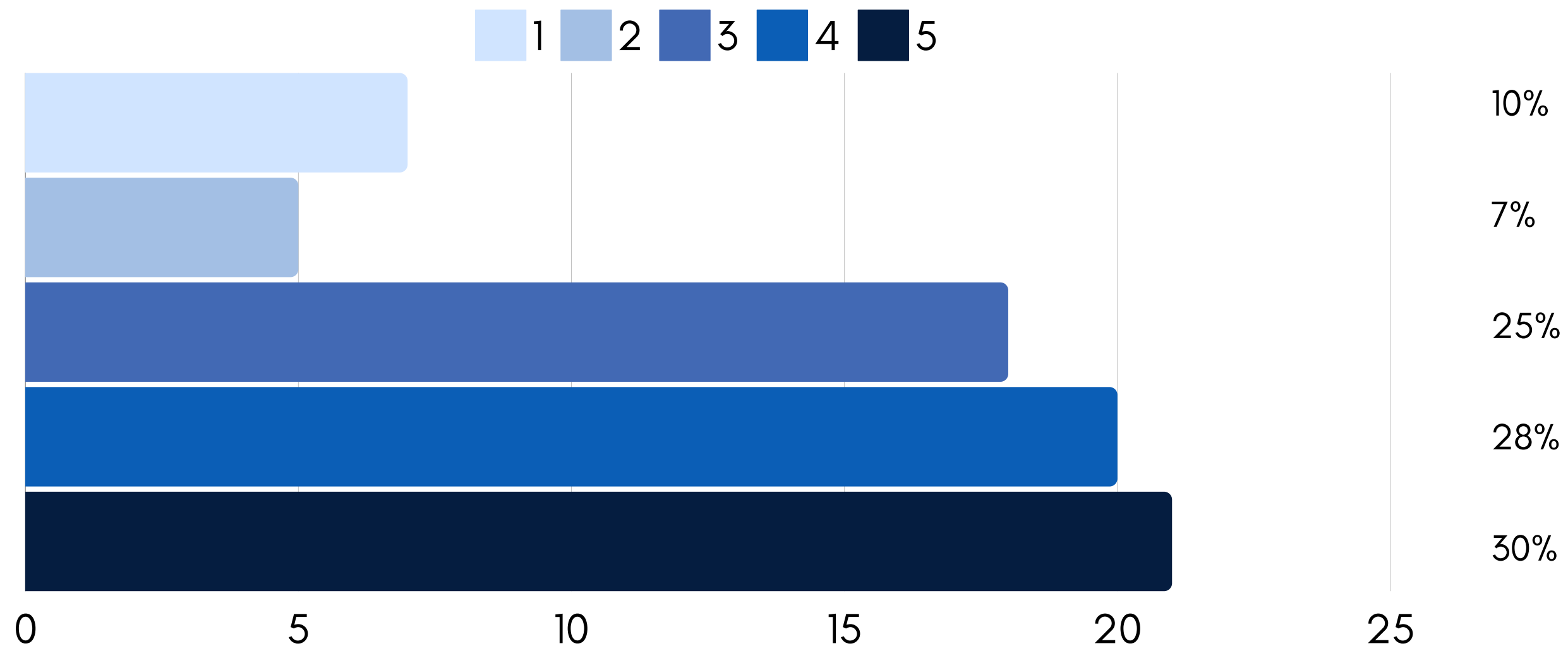


Base: 71 respondentes

Q.06: Com qual frequência o (a) Sr(a) utiliza esses aplicativos na entrega de refeições?

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

Mais da metade dos respondentes são influenciados pelo tamanho da marmitta na hora de adquirir um produto via app.

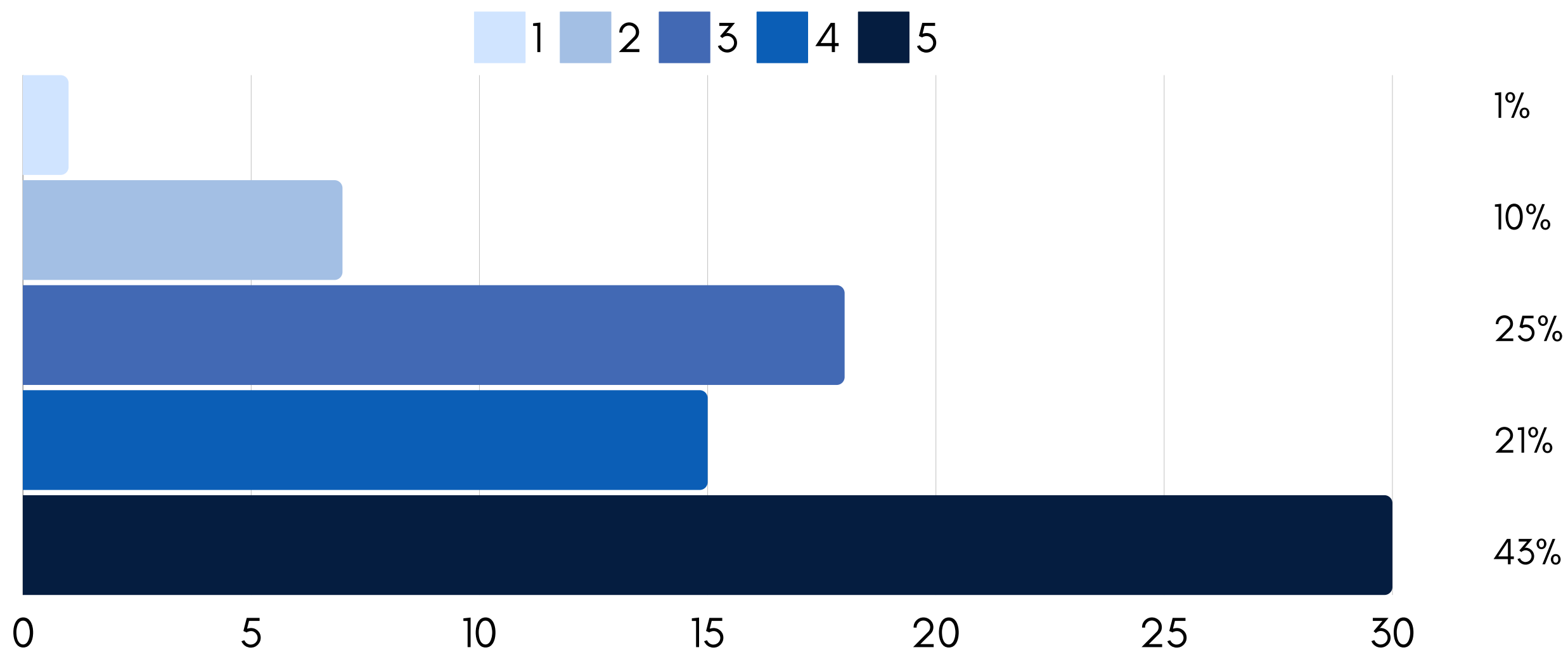


Base: 71 respondentes

Q.07 : Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto via aplicativos. Considere o produto sendo marmittas e aponte em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "Muito improvável", e 5, "Muito provável", qual a probabilidade de você ser influenciado por esses fatores na sua compra

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

64% dos respondentes são bem influenciados pela Variedade de guarnições na hora de adquirir um produto via app.

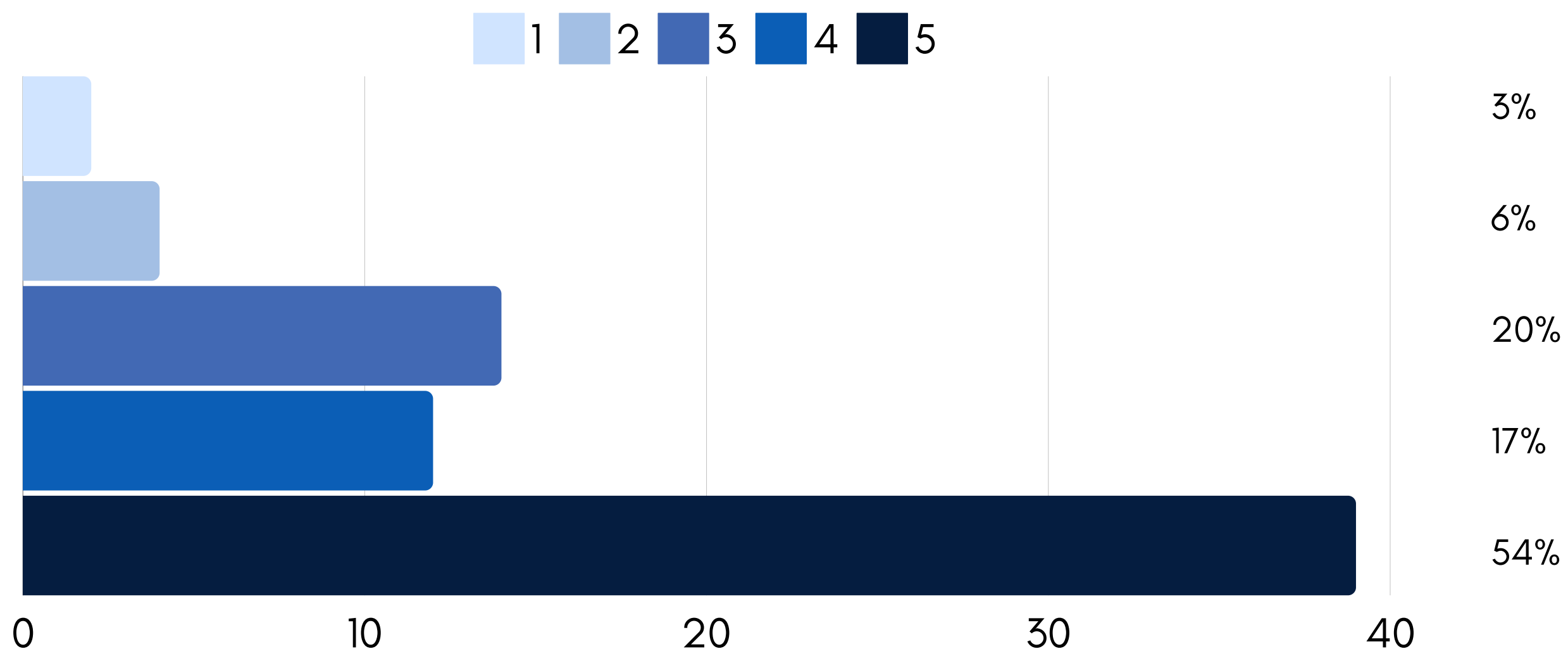


Base: 71 respondentes

Q.07 : Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto via aplicativos. Considere o produto sendo marmitas e aponte em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "Muito improvável", e 5, "Muito provável", qual a probabilidade de você ser influenciado por esses fatores na sua compra

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

54% dos respondentes são muito influenciados pelo preço na hora de adquirir um produto via app.

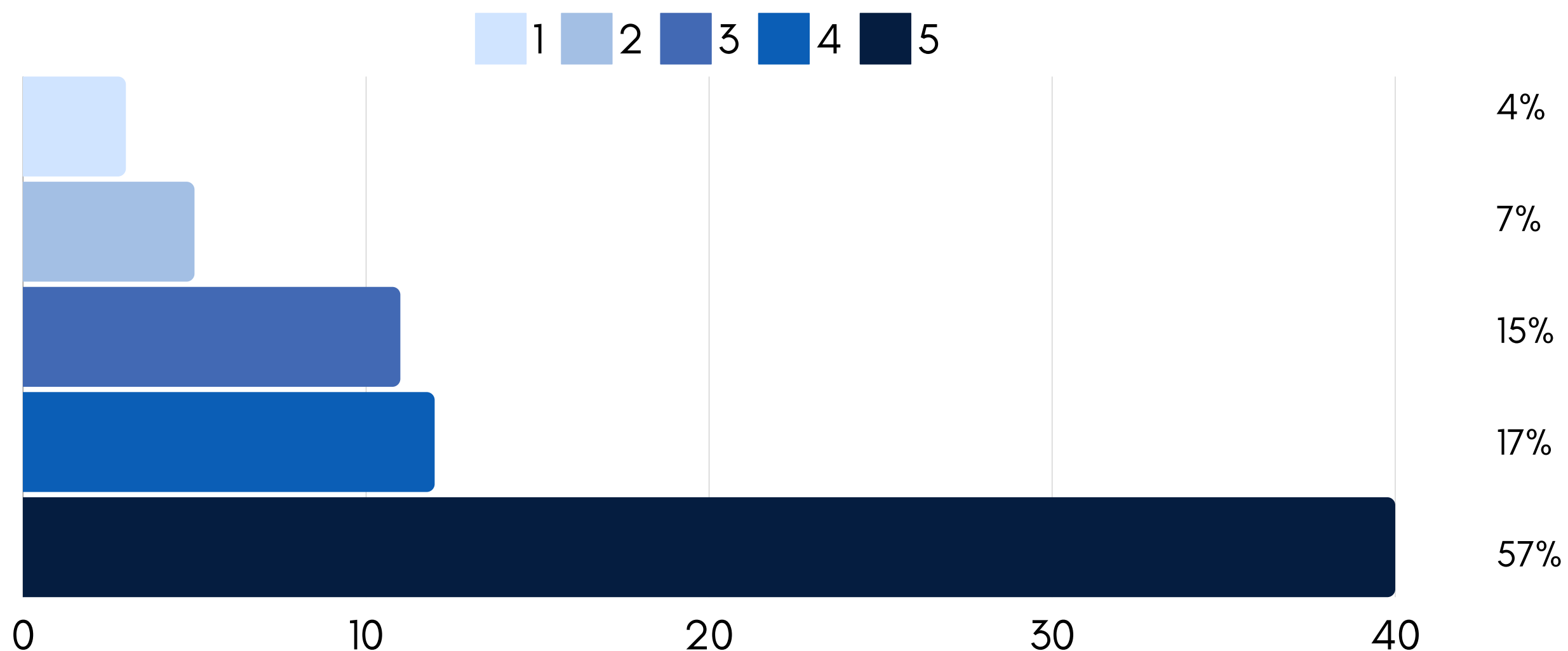


Base: 71 respondentes

Q.07 : Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto via aplicativos. Considere o produto sendo marmitas e aponte em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "Muito improvável", e 5, "Muito provável", qual a probabilidade de você ser influenciado por esses fatores na sua compra

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

54% dos respondentes são muito influenciados pelo Frete grátis na hora de adquirir um produto via app.

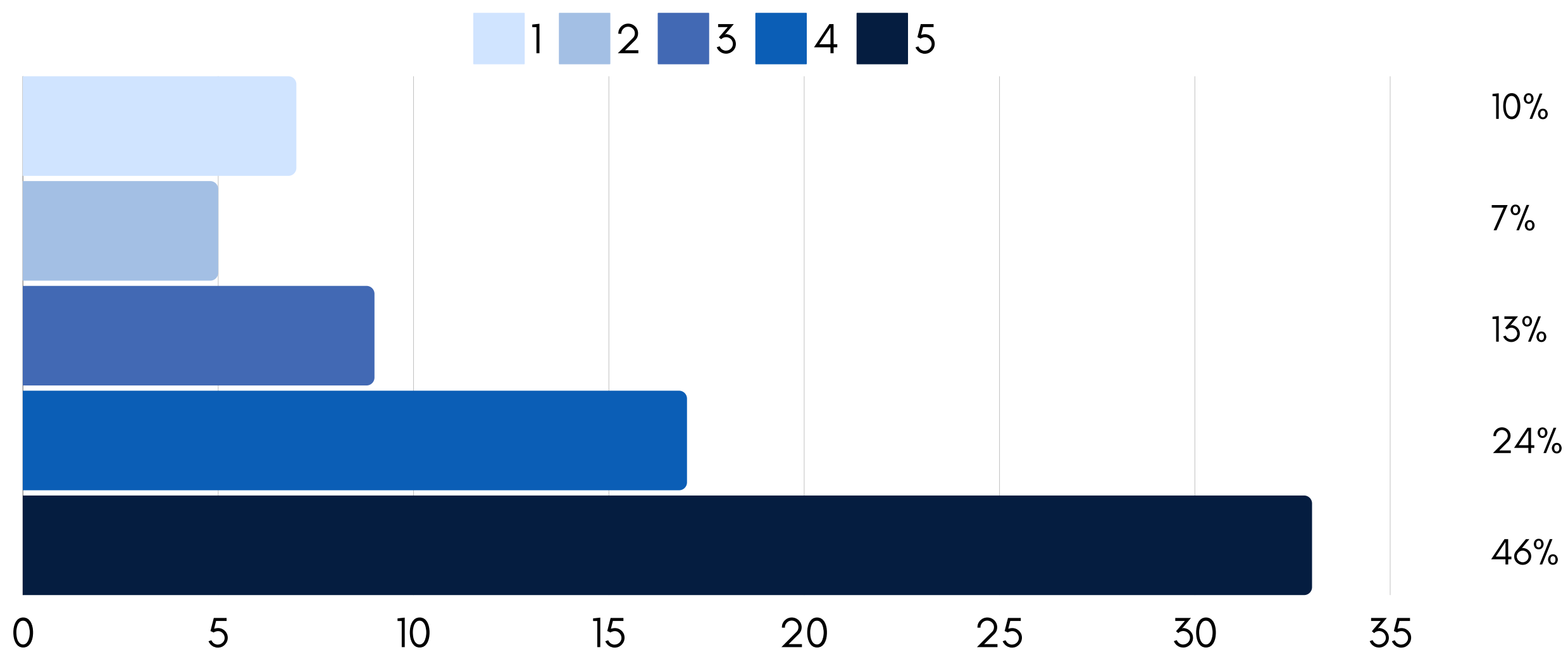


Base: 71 respondentes

Q.07 : Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto via aplicativos. Considere o produto sendo marmittas e aponte em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "Muito improvável", e 5, "Muito provável", qual a probabilidade de você ser influenciado por esses fatores na sua compra

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

46% dos respondentes são muito influenciados por ser um aplicativo conhecido na hora de adquirir um produto via app.

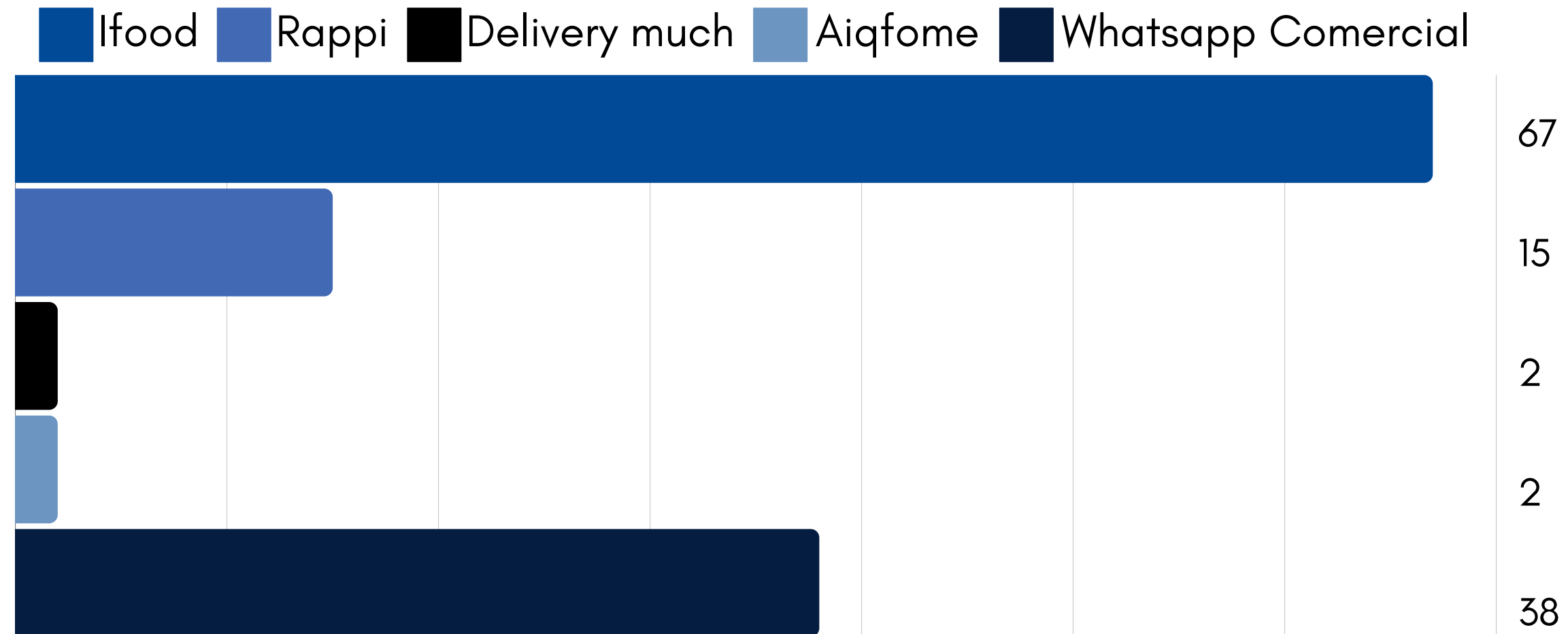


Base: 71 respondentes

Q.07 : Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto via aplicativos. Considere o produto sendo marmitas e aponte em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "Muito improvável", e 5, "Muito provável", qual a probabilidade de você ser influenciado por esses fatores na sua compra

Bloco 2: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que utilizam aplicativos de delivery

A maioria dos respondentes apontam o iFood como melhor aplicativo para implementar o ser serviço de delivery de marmitas



Base: 71 respondentes

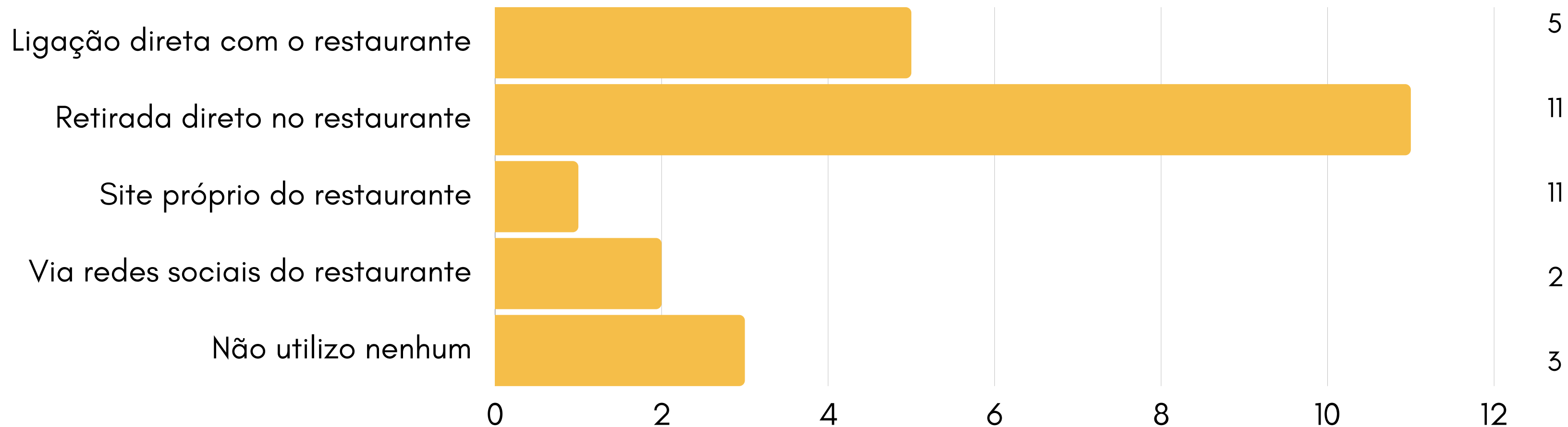
Q.08 : Em qual dos aplicativos abaixo você preferiria que as marmitas da Lanchonete Rainha da Piratininga fossem vendidas?

Bloco 3: Hábitos de compra dos clientes que não utilizam aplicativos



Bloco 3: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que NÃO utilizam aplicativos de delivery

A maioria dos respondente que não utilizam app de delivery fazem seus pedidos diretamente do restaurante



Base: 16 respondentes

Q.09: O Sr(a) utiliza alguma das ferramentas listadas abaixo para pedir comida?

Bloco 3: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que NÃO utilizam aplicativos de delivery

Praticidade, ida ao estabelecimento e falta de tempo são os motivos para os respondentes não utilizarem nenhuma opção

praticidade de retirar no local

Prefere ir pessoalmente

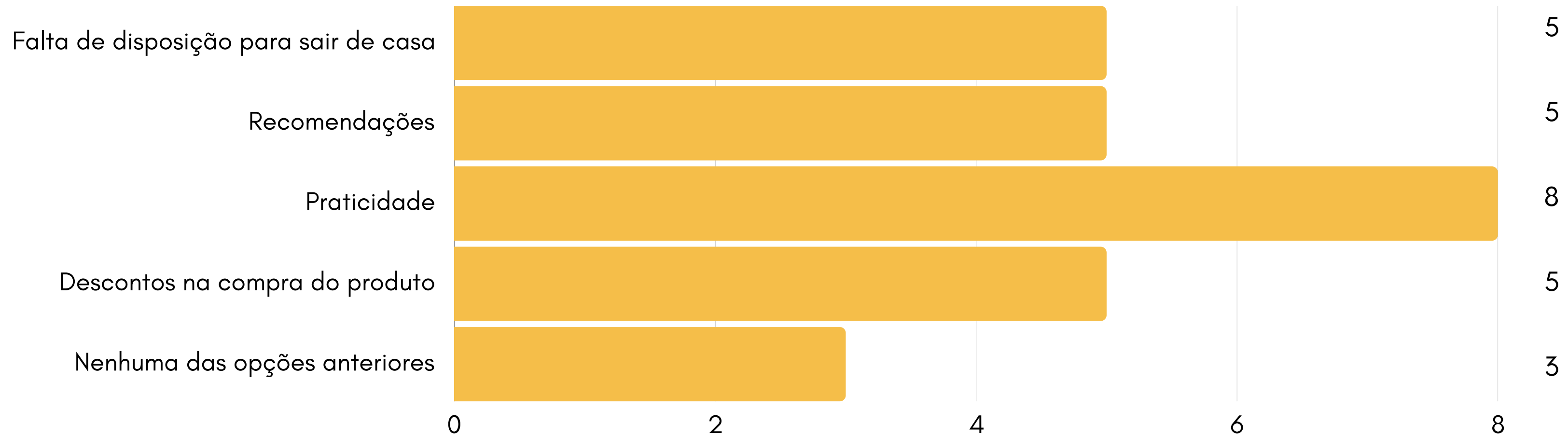
Falta de tempo para pedir e traz marmita

Base: 16 respondentes

Q.10: Caso tenha escolhido a opção "Não utilizo nenhum", qual o motivo?

Bloco 3: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que NÃO utilizam aplicativos de delivery

De acordo com os entrevistados, a maioria dos respondentes baixariam um app de delivery pela praticidade

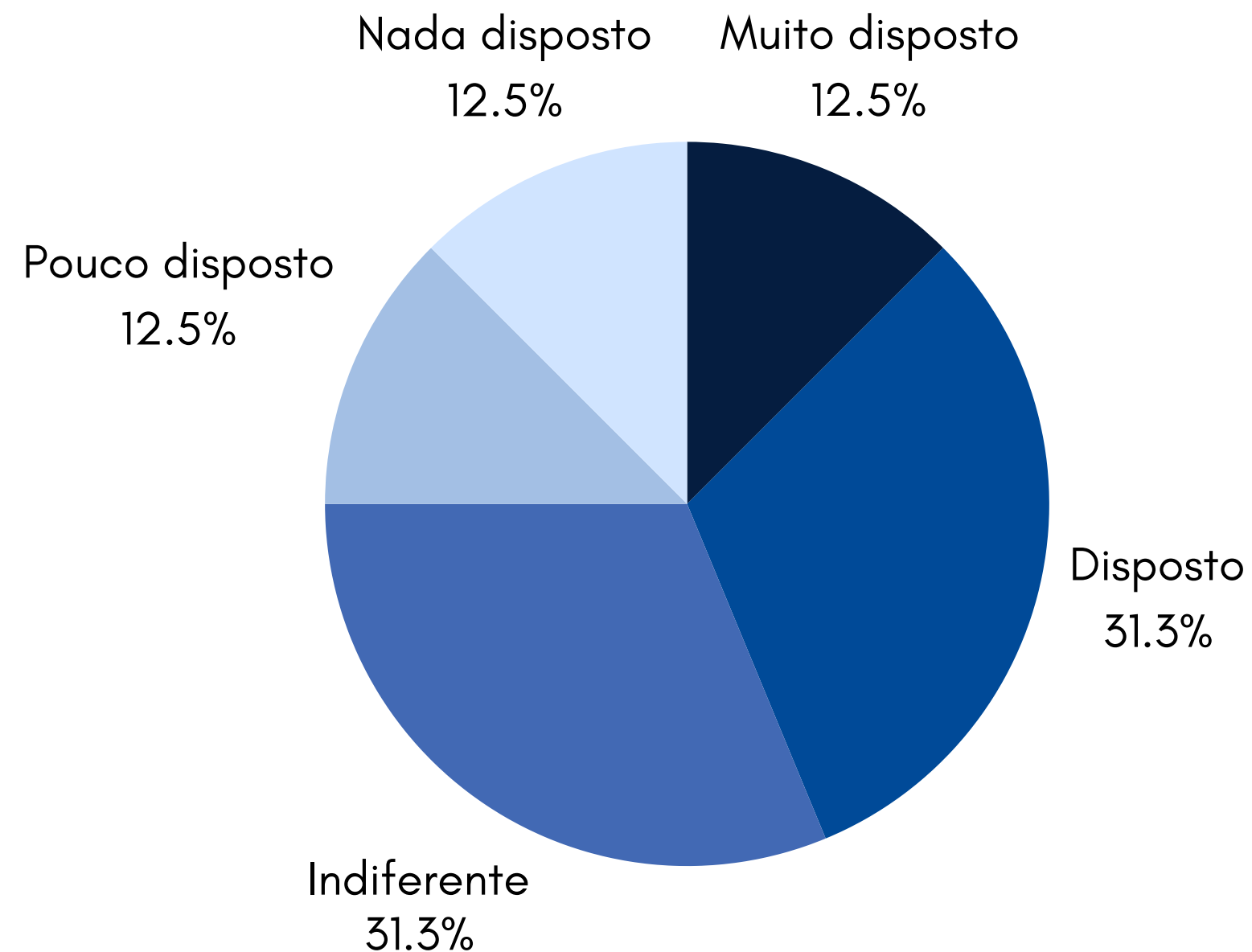


Base: 16 respondentes

Q.11: Qual(is) do(s) motivo(s) abaixo fariam você pedir comida por meio de um aplicativo de delivery?

Bloco 3: Hábitos de compras dos clientes - Lanchonete Rainha que NÃO utilizam aplicativos de delivery

43% dos respondentes estariam muito dispostos ou dispostos a baixarem o aplicativo caso a Lanchonete comece a vender marmitas



Base: 16 respondentes

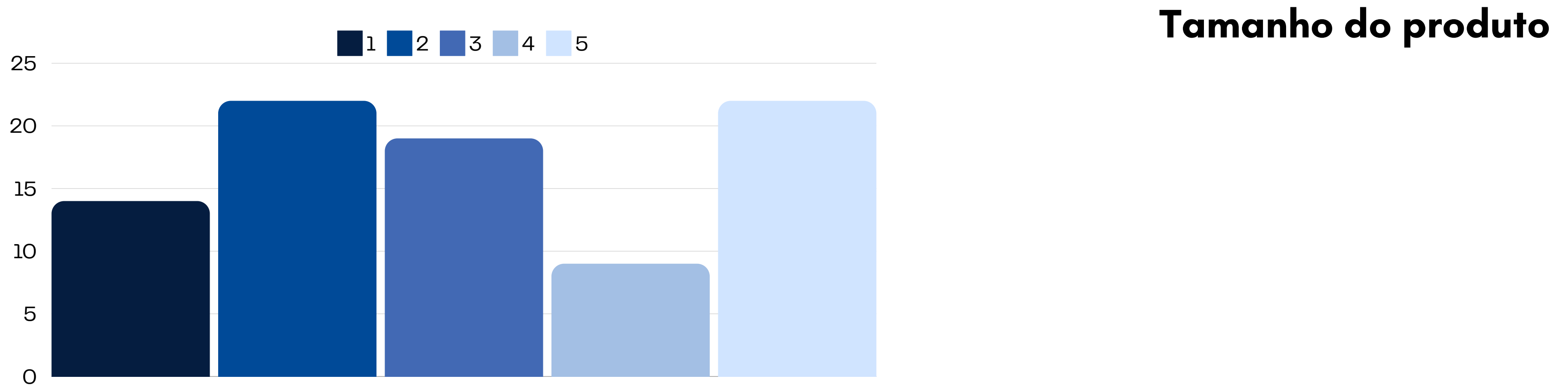
Q.12: Caso a Lanchonete Rainha da Piratininga comece a vender marmitas por meio de algum aplicativo de delivery hoje, o quanto você estaria disposto a baixar o aplicativo?

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes



Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

Houve um empate dos respondentes nos níveis de relevância 1 como pouco relevante e 5, como mais relevante.

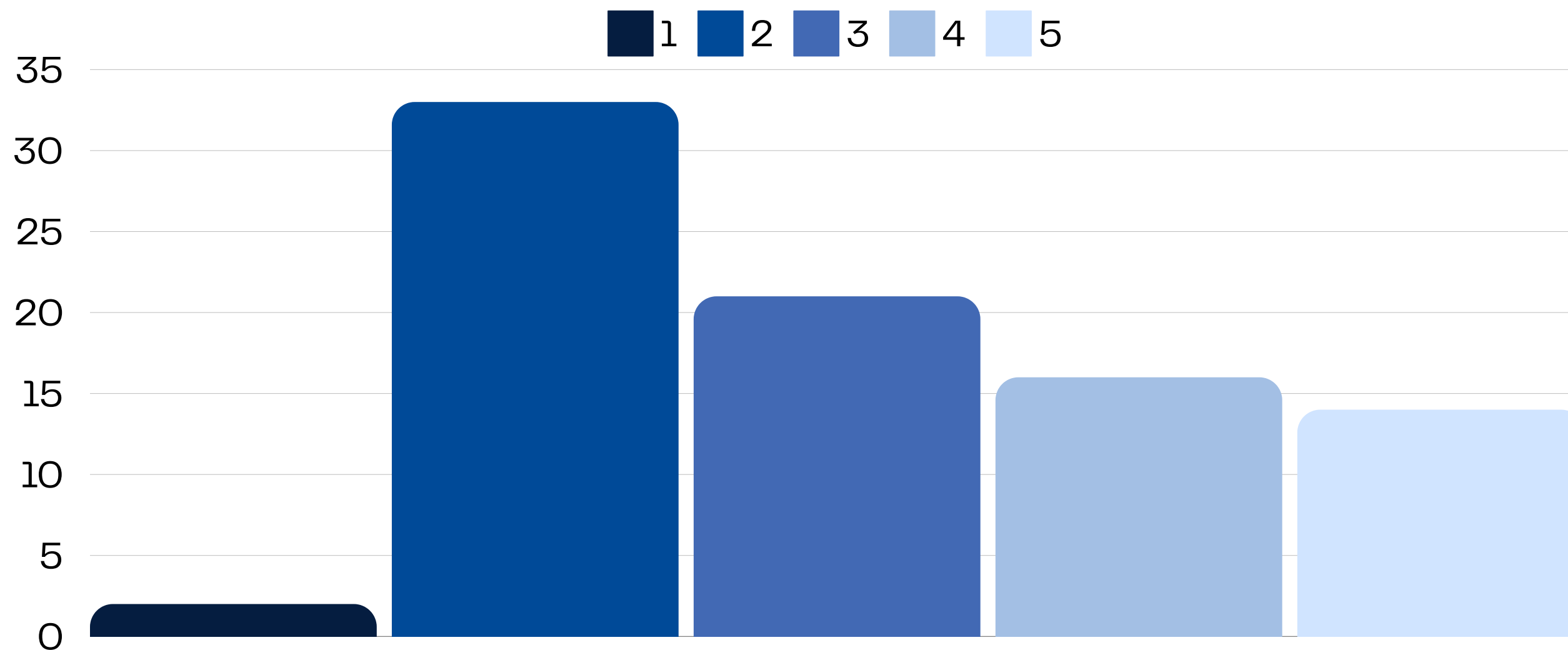


Base: 87 respondentes

Q.13: Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto. Considere o produto sendo marmitas, e assinale em ordem de importância os itens a seguir. Considere (1) como fator menos relevante e (5) como mais relevante. SELECIONE UM NÚMERO DIFERENTE PARA CADA CATEGORIA (não escolha o mesmo número mais de uma vez)

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

A grande maioria dos respondente consideram a variedade de guarnições um fator importante para adquirir o produto



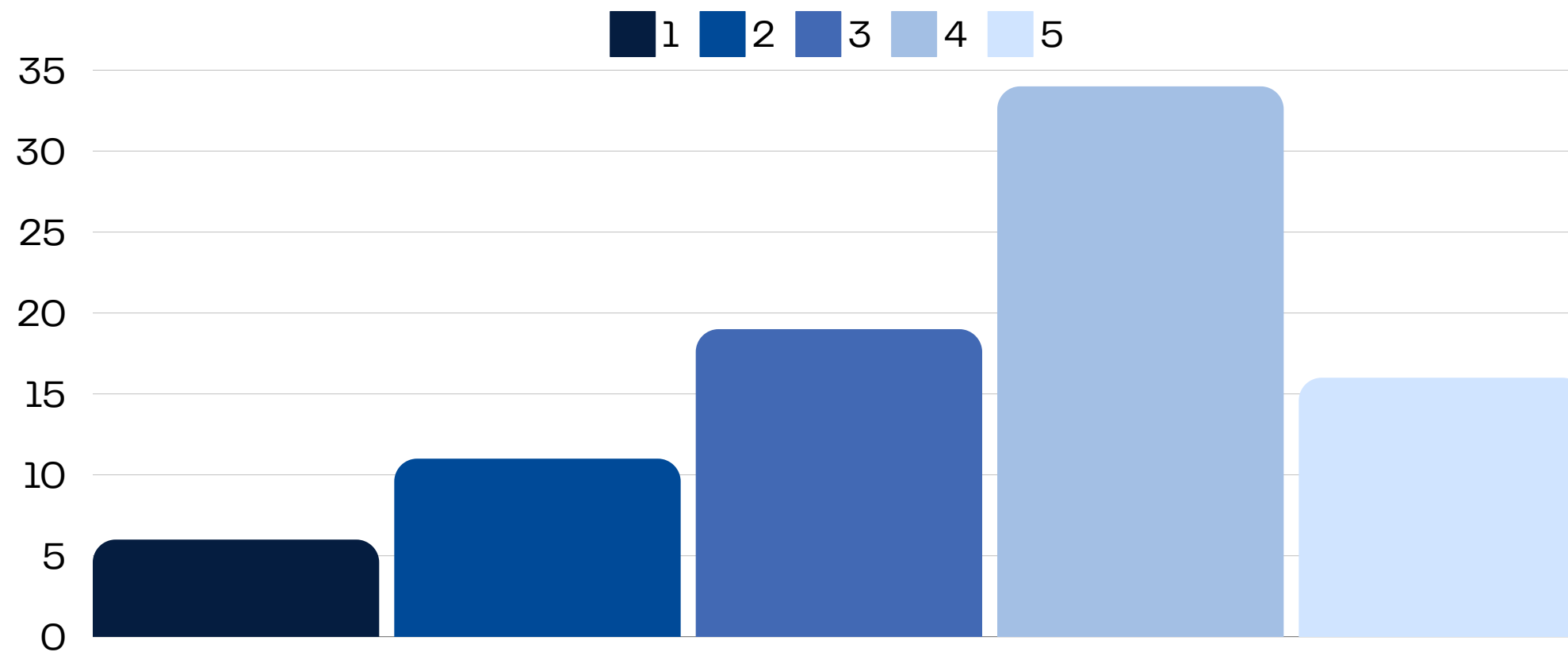
Variedade de guarnições (misturas)

Base: 87 respondentes

Q.13: Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto. Considere o produto sendo marmitas, e assinale em ordem de importância os itens a seguir. Considere (1) como fator menos relevante e (5) como mais relevante. SELECIONE UM NÚMERO DIFERENTE PARA CADA CATEGORIA (não escolha o mesmo número mais de uma vez)

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

A maioria dos respondente consideram a aparência do produto um fator importante para adquirir o produto



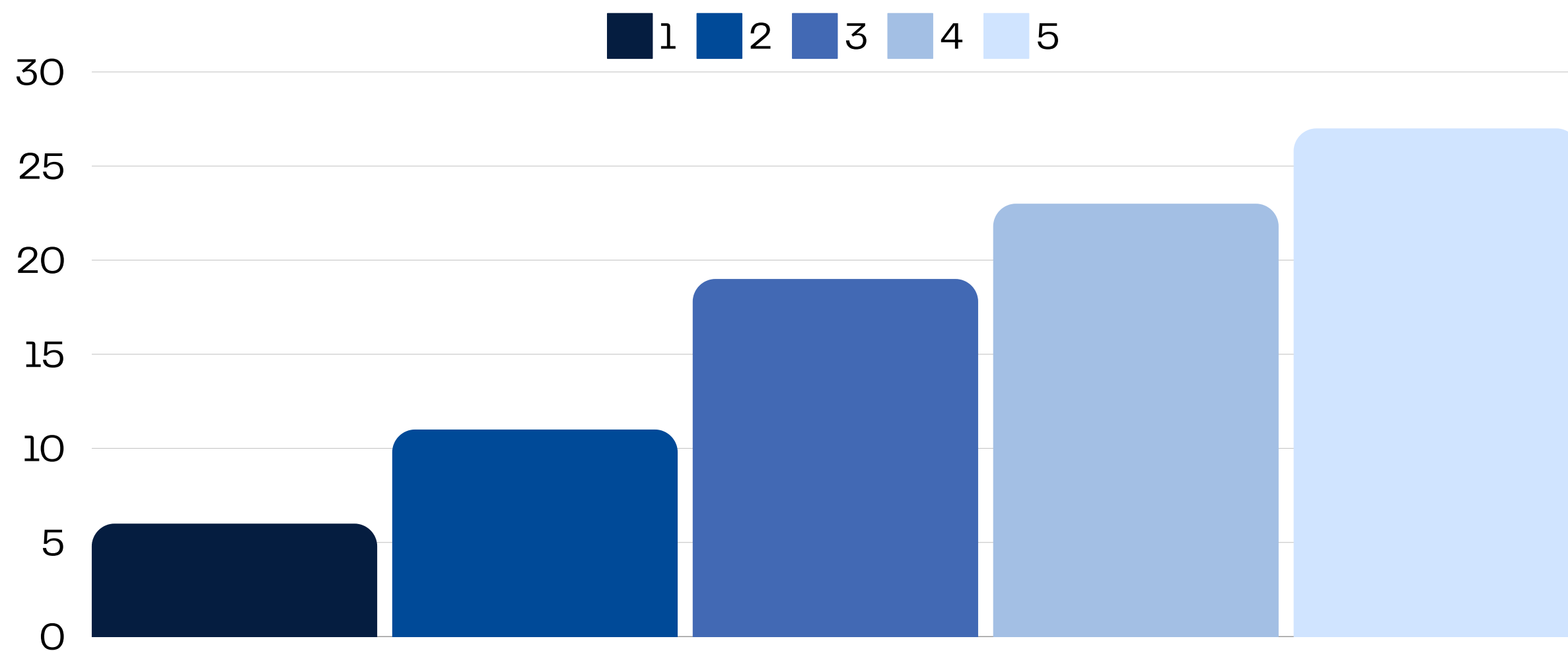
Aparência do produto

Base: 87 respondentes

Q.13: Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto. Considere o produto sendo marmitas, e assinale em ordem de importância os itens a seguir. Considere (1) como fator menos relevante e (5) como mais relevante. SELECIONE UM NÚMERO DIFERENTE PARA CADA CATEGORIA (não escolha o mesmo número mais de uma vez)

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

De acordo com a maioria dos respondentes, o preço é um fator super relevante para adquirir o produto



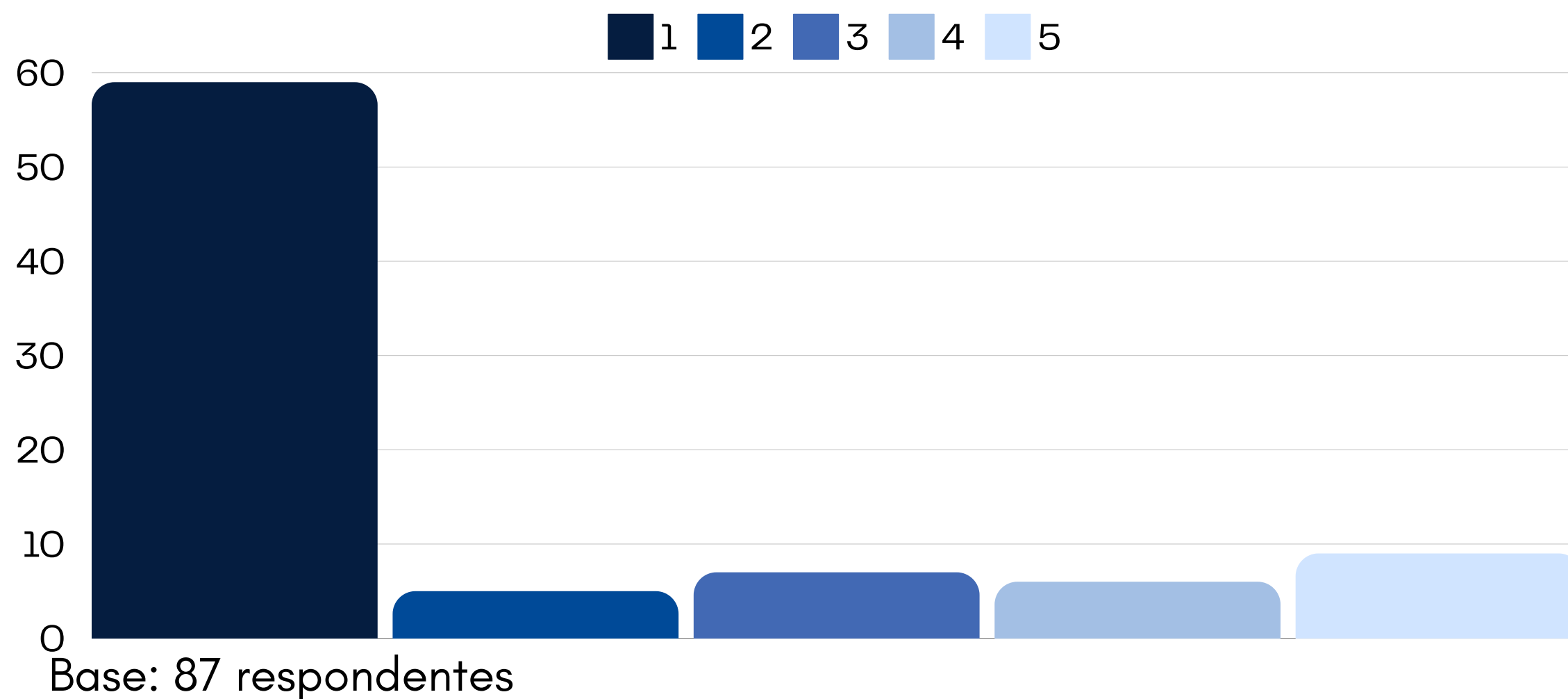
Preço do produto

Base: 87 respondentes

Q.13: Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto. Considere o produto sendo marmitas, e assinale em ordem de importância os itens a seguir. Considere (1) como fator menos relevante e (5) como mais relevante. SELECIONE UM NÚMERO DIFERENTE PARA CADA CATEGORIA (não escolha o mesmo número mais de uma vez)

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

Para a maioria dos entrevistados os valores nutricionais são um fator irrelevante para a compra do produto

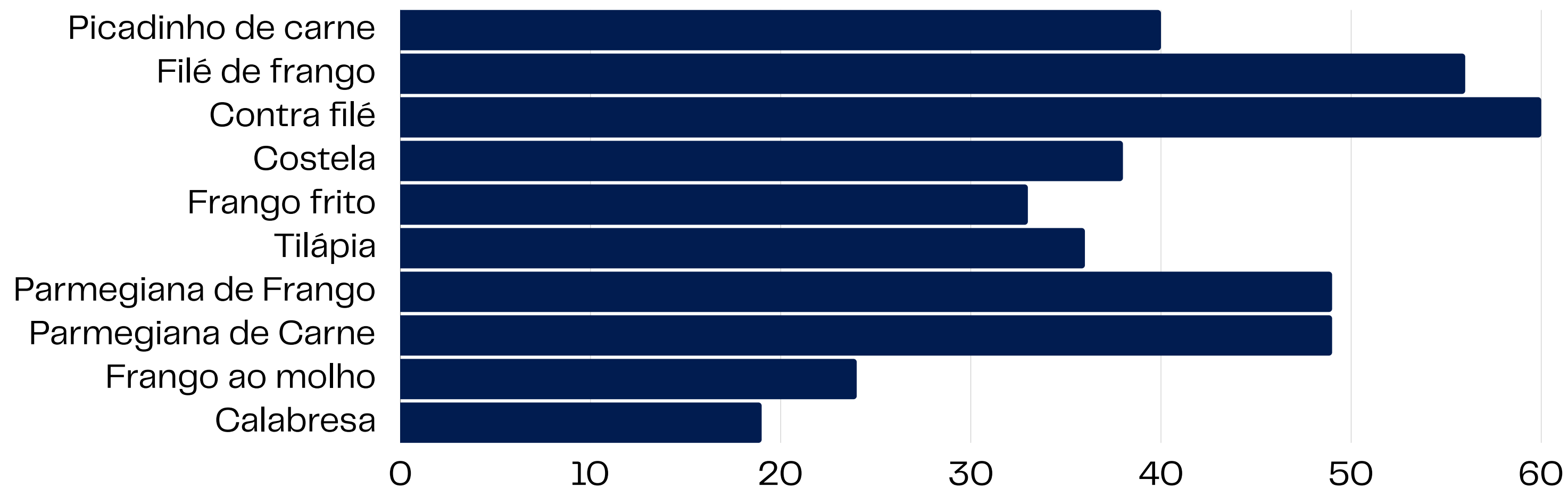


Valores nutricionais

Q.13: Abaixo estão fatores que podem influenciar na hora de adquirir um produto. Considere o produto sendo marmitas, e assinale em ordem de importância os itens a seguir. Considere (1) como fator menos relevante e (5) como mais relevante. SELECIONE UM NÚMERO DIFERENTE PARA CADA CATEGORIA (não escolha o mesmo número mais de uma vez)

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

Os produtos com maior aprovação do público foram o Filé de Frango, logo em seguida, o Contra Filé

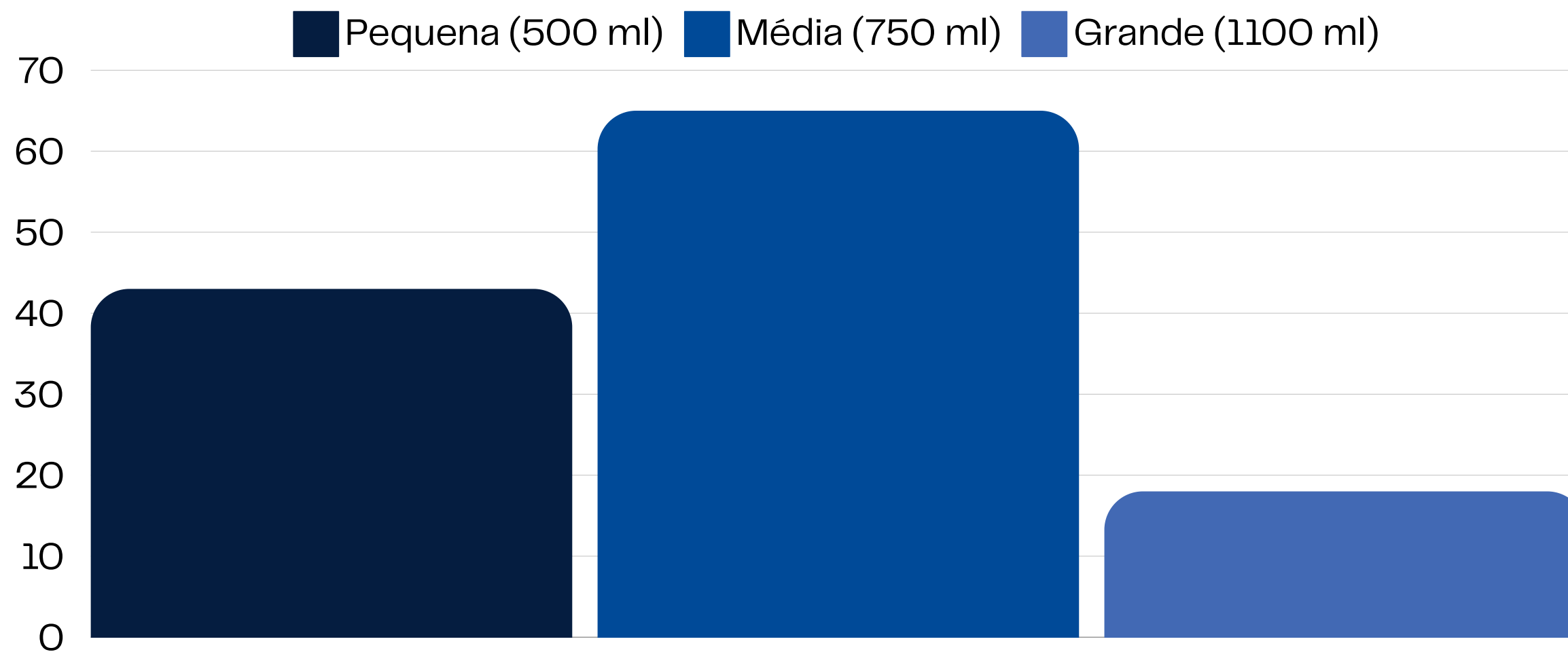


Base: 87 respondentes

Q.14: A lanchonete Rainha do Piratininga inicia seu horário de almoço às 11h, com almoço presencial mas também venda de marmitas para retirada. As guarnições da marmita são compostas por arroz, feijão, batata frita ou salada (o cliente deve escolher uma das opções ou pagar um preço adicional para ter as duas opções). As marmitas possuem um tamanho médio contendo 750 ml. Qual das opções de mistura de marmita acima o Sr(a) gostaria de ver como opção de entrega?

Bloco 4: Identificação de preferência de consumo dos clientes

Dentre as opções de tamanho oferecidas a que obteve mais aceitação foi Tamanho M (750ml)



Base: 87 respondentes

Q.15: Como mencionado no início, a Lanchonete tem a intenção de aderir a serviços de entrega das marmitas, sendo assim, qual(is) tamanho(s) de marmita(s) o(a) Sr.(a) gostaria de ver disponível para escolha na Lanchonete Rainha da Piratininga?

Bloco 5: Precificação

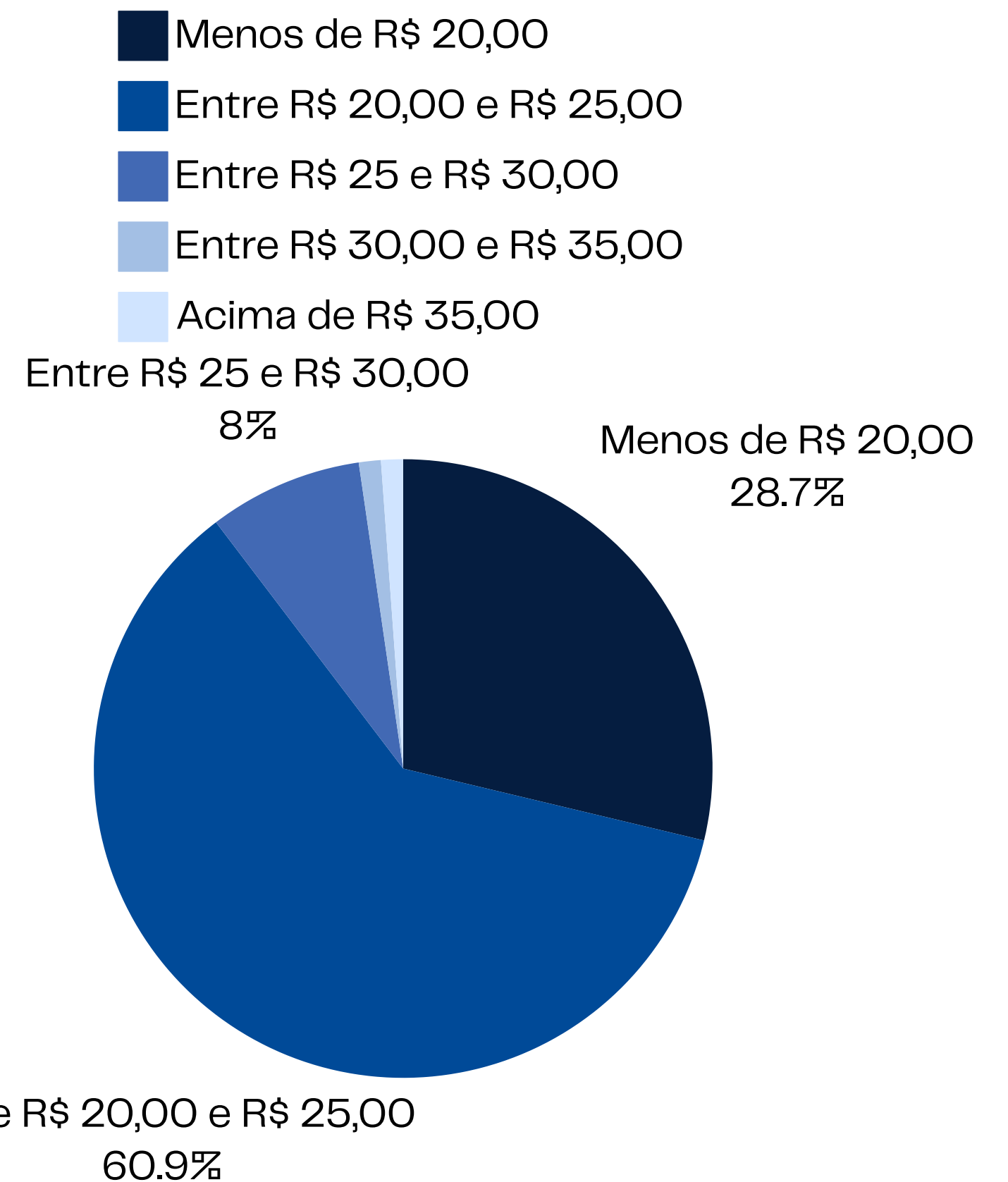


Bloco 5: Precificação

Entre R\$20,00 a R\$25,00 é a faixa de preço que a maioria dos respondentes aceitariam pagar em uma marmita tamanho P (500ml) com 66,9%

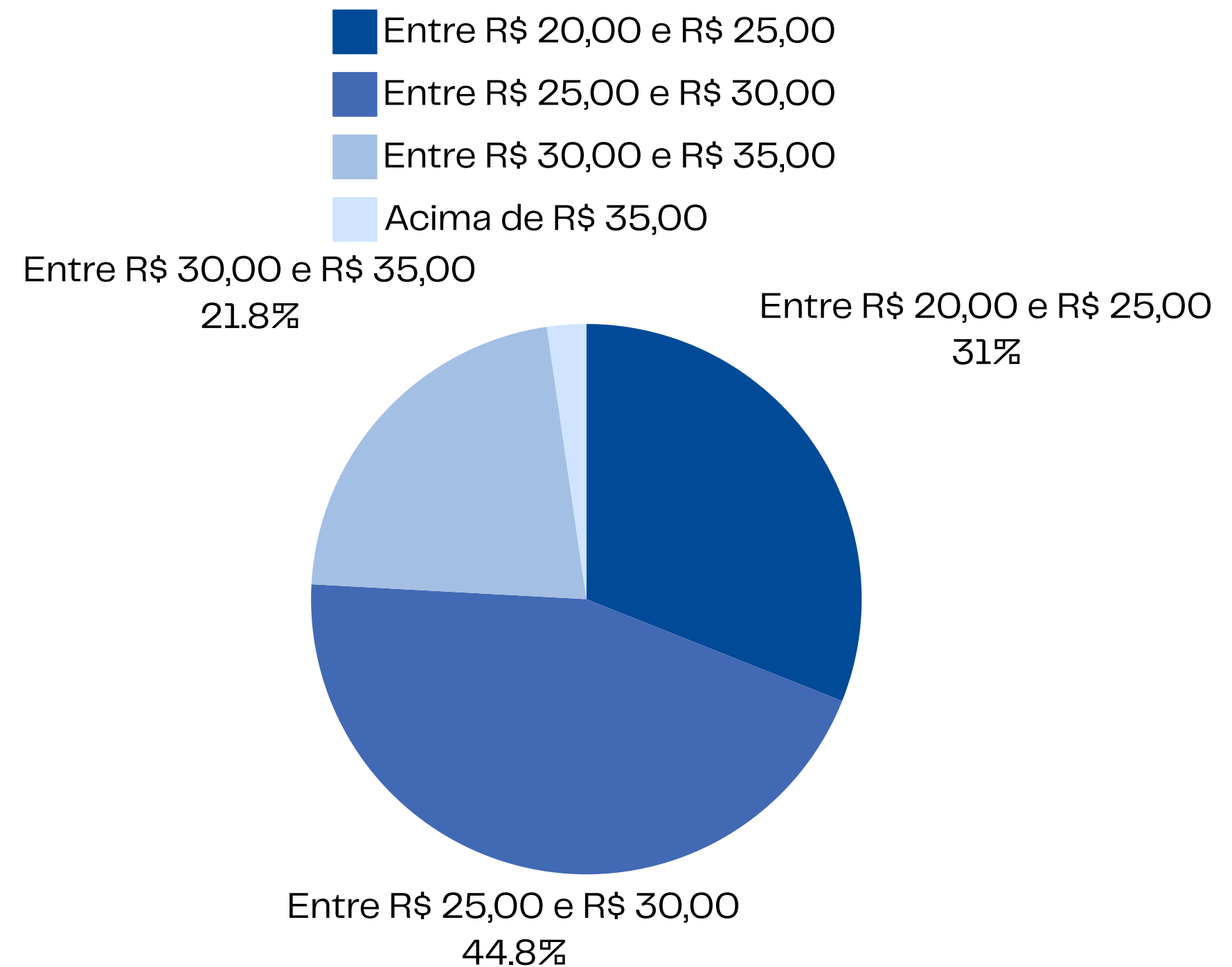
Base: 87 respondentes

Q.16: Até quanto o Sr(a) pagaria por uma marmita no tamanho P (500ml)?



Bloco 5: Precificação

Entre R\$25,00 a R\$30,00 é a faixa de preço que a maioria dos respondentes aceitariam pagar em uma marmita tamanho M (750ml) com 44,8%

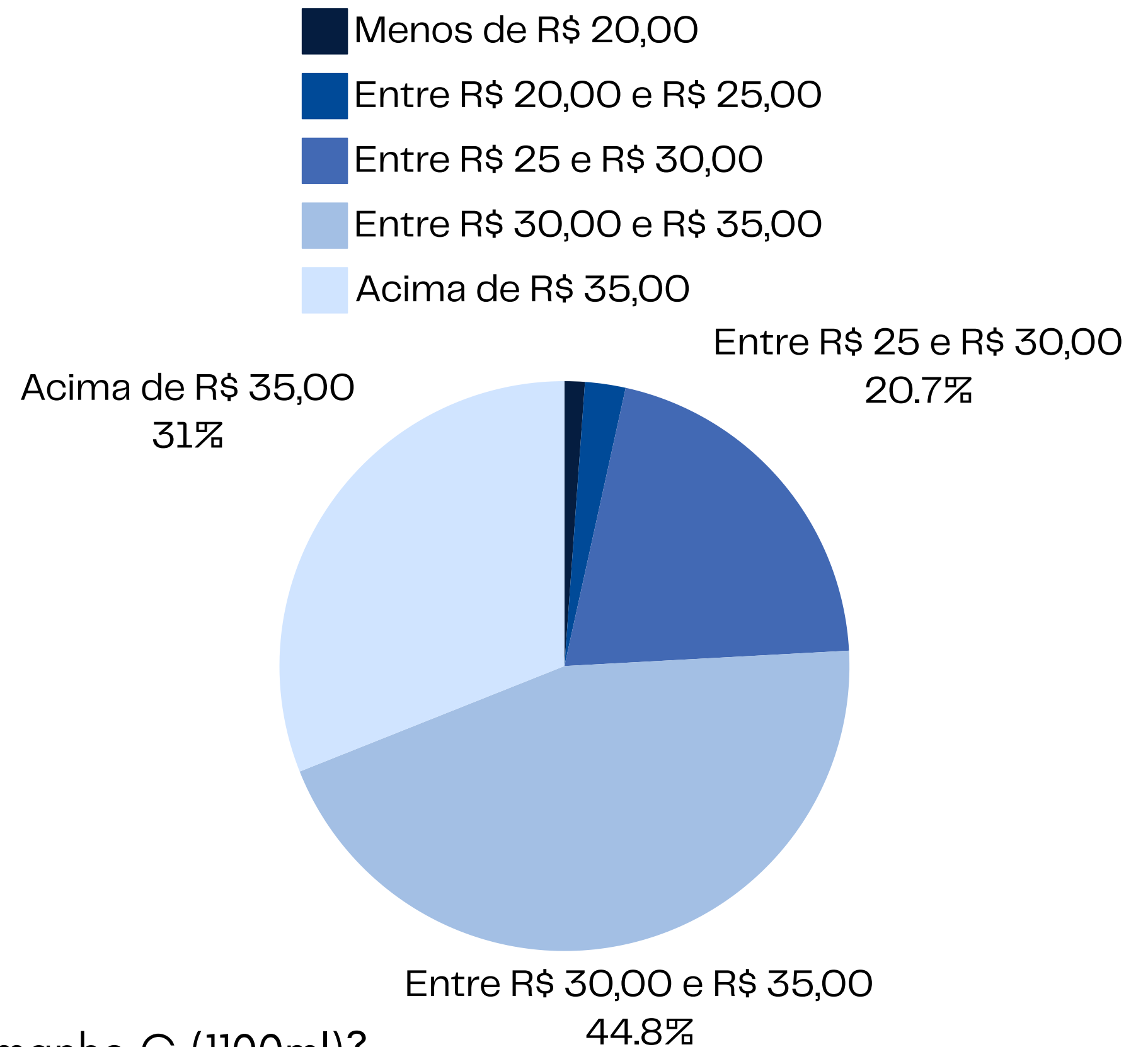


Base: 87 respondentes

Q.17: Até quanto o Sr(a) pagaria por uma marmita no tamanho M (750ml)?

Bloco 5: Precificação

Entre R\$30,00 a R\$35,00 é a faixa de preço que a maioria dos respondentes aceitariam pagar em uma marmita tamanho G (1100ml) com 44,8%

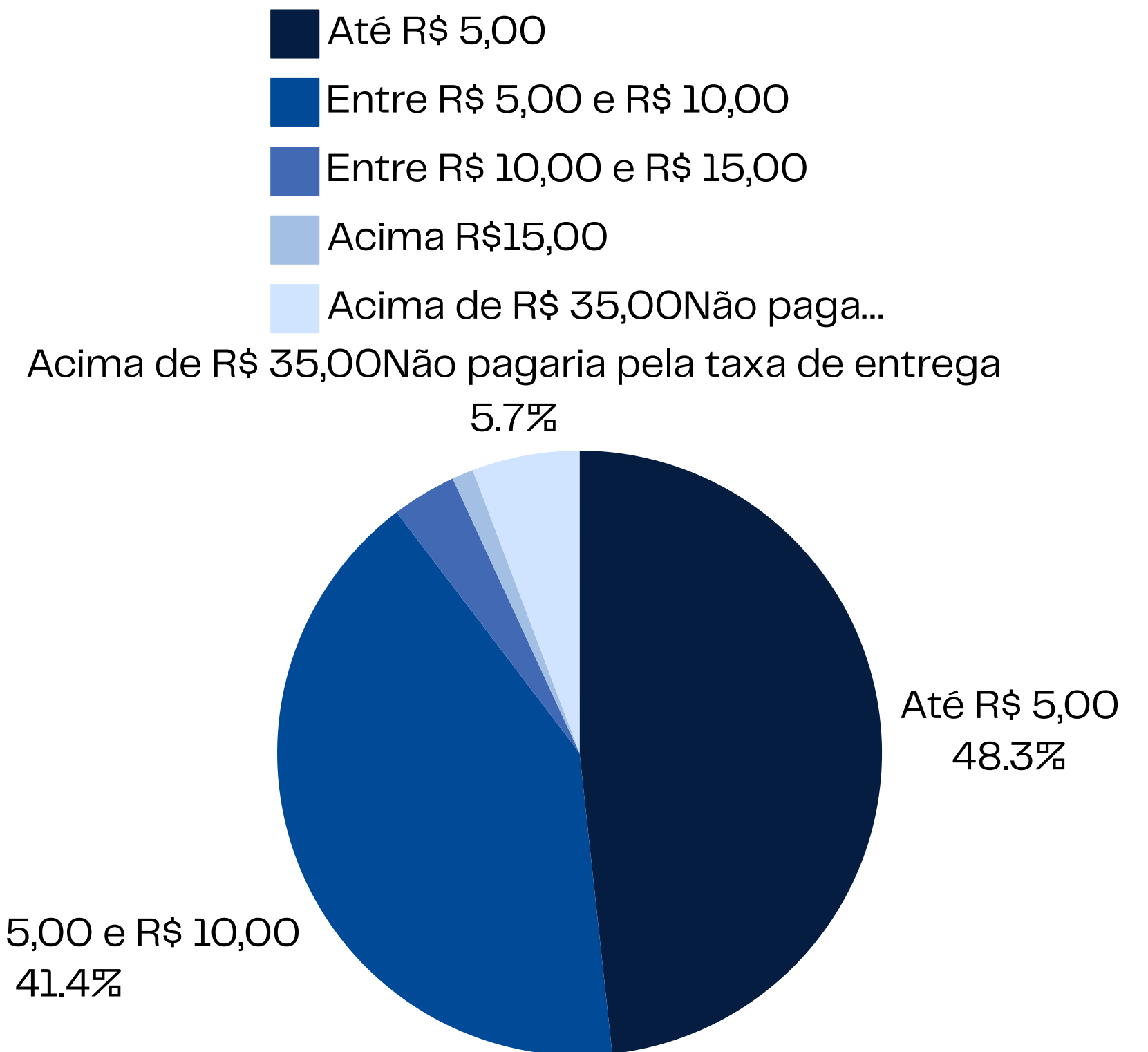


Base: 87 respondentes

Q.18: Até quanto o Sr(a) pagaria por uma marmita no tamanho G (1100ml)?

Bloco 5: Precificação

A maioria dos respondentes pagaria até R\$ 5,00 em uma taxa de entrega, enquanto outra parcela de 41,4% dos respondentes afirmam que pagariam entre R\$5,00 a R\$10,00



Base: 87 respondentes

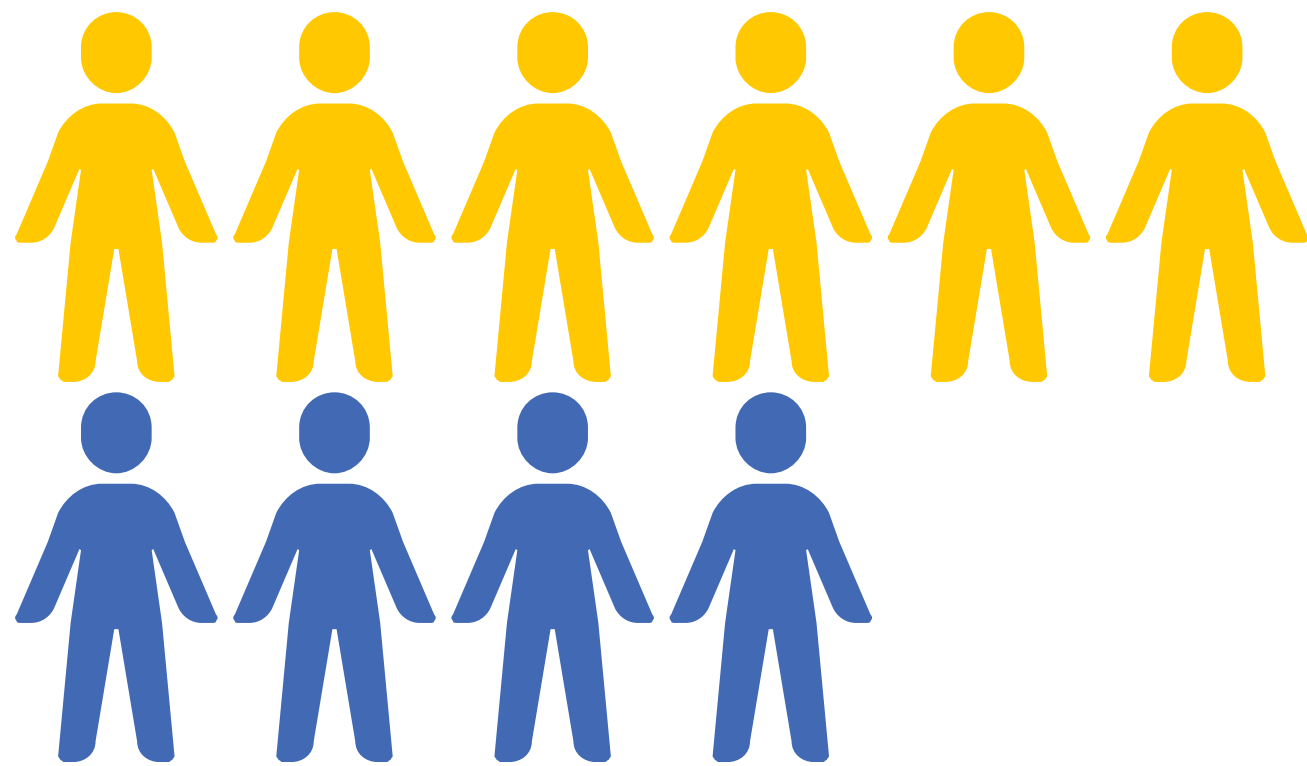
Q.19. Até qual preço o (a) Sr(a) estaria disposto a pagar pela taxa de entrega?

BLOCO 6:
Informações
sociodemográficas



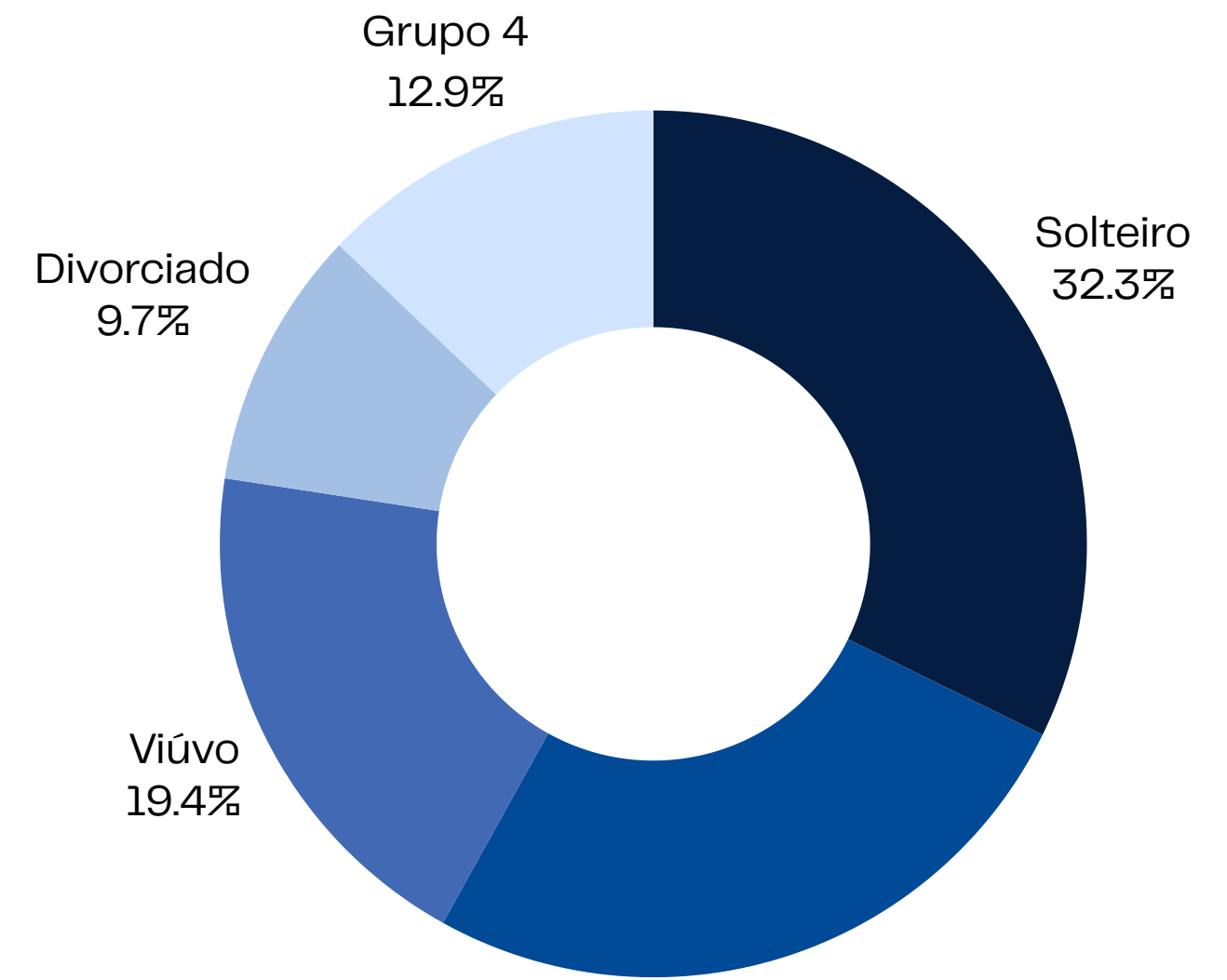
Bloco 6: Informações sociodemográficas

O público predominante da lanchonete é masculino (59,8%)



Base: 87 respondentes
Q.20. Qual é seu gênero?

32,3% dos respondentes são solteiros e 25,8% são casados



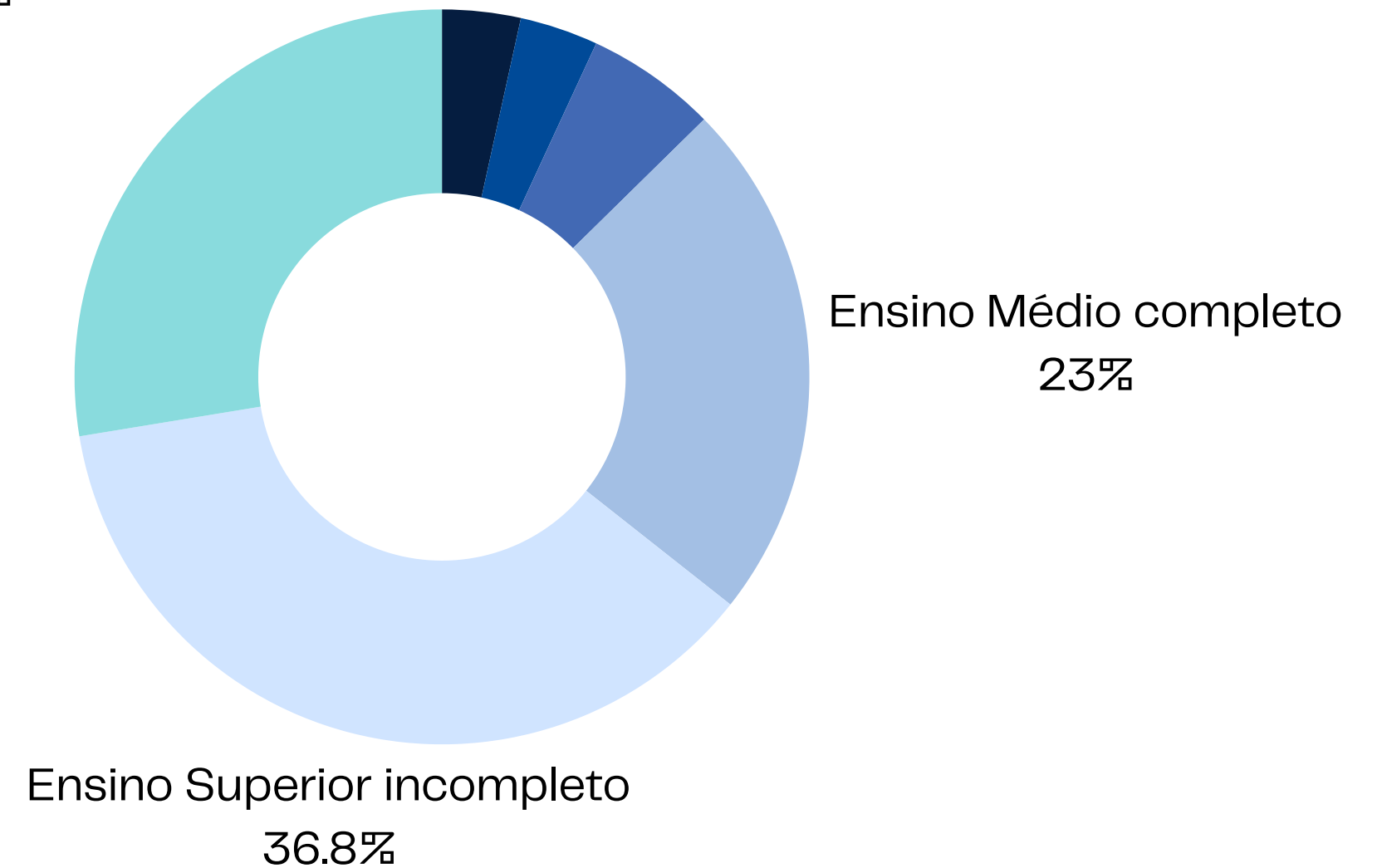
Base: 87 respondentes
Q.21: Qual é seu estado civil?

Bloco 6: Informações sociodemográficas

- **36,8 % dos respondentes possuem ensino superior incompleto;**
- **27,8 dos respondentes possuem ensino superior completo**
- **23% possuem o ensino médio completo**

Ensino Superior completo ou mais
27.6%

Ensino Médio incompleto
5.7%

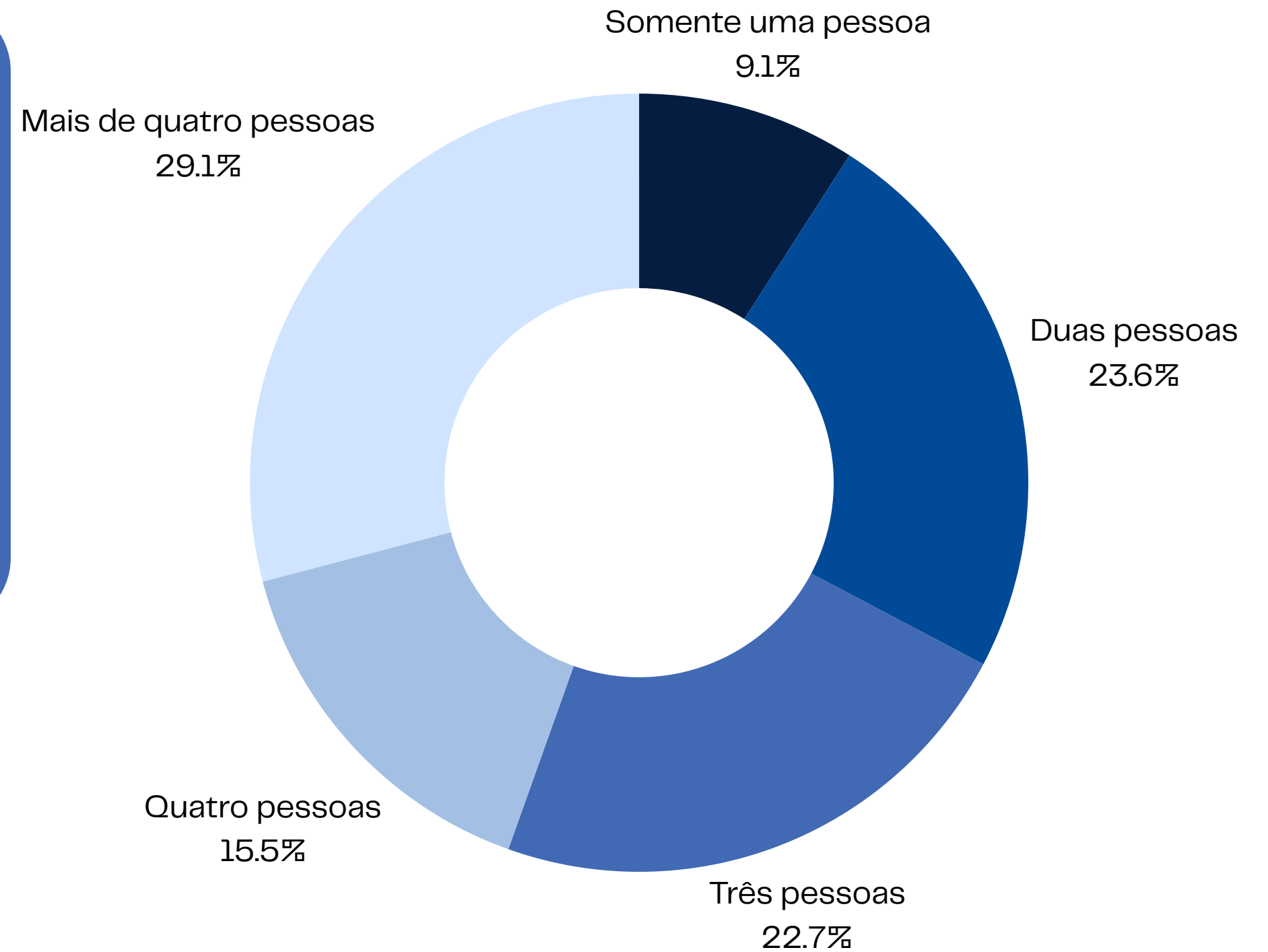


Base: 87 respondentes

Q.22: Qual o seu grau de escolaridade?

Bloco 6: Informações sociodemográficas

Cerca de 29,1% dos respondentes moram com mais de quatro pessoas, logo em seguida, 23,6% residem com duas

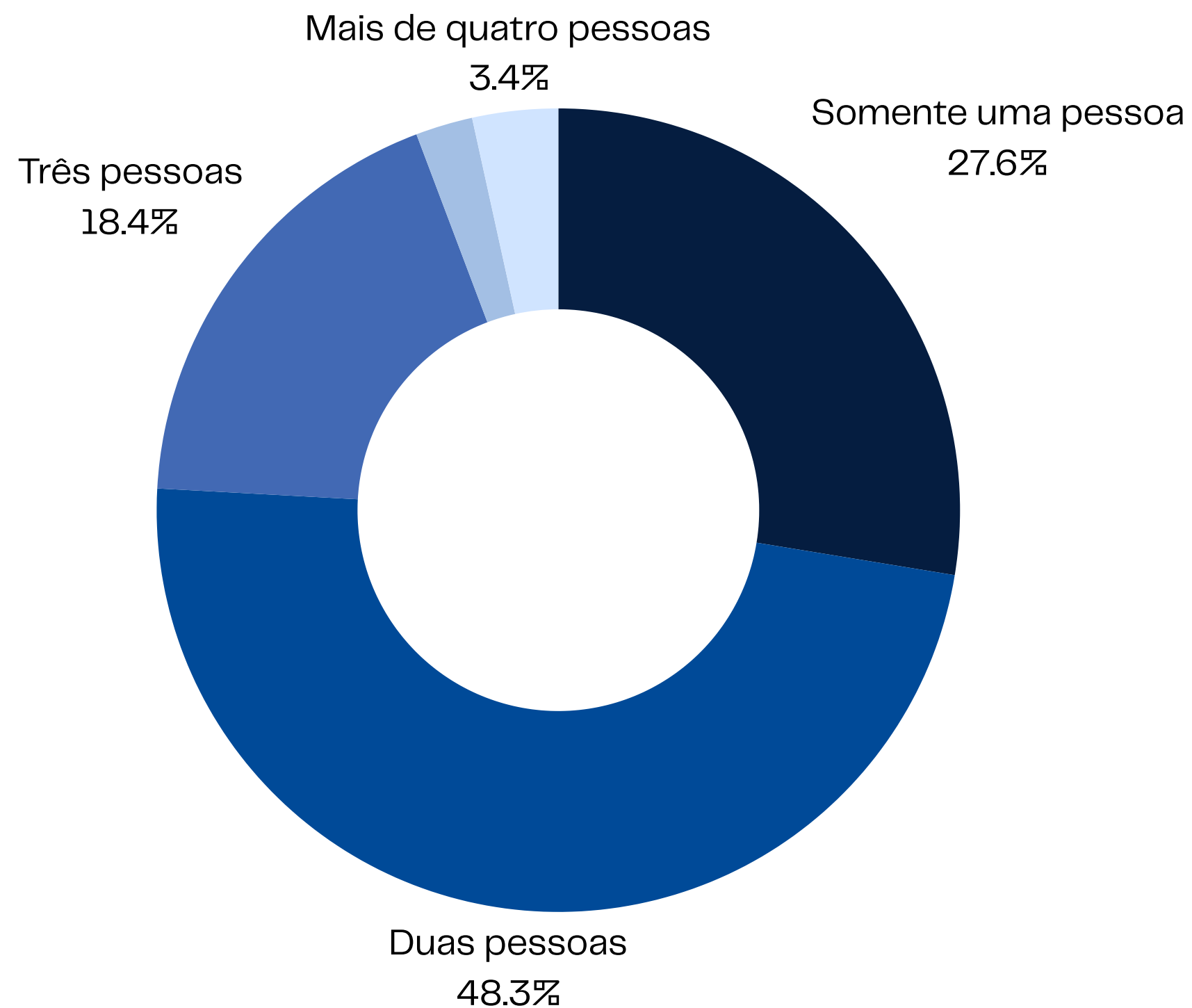


Base: 87 respondentes

Q.23: Quantas pessoas residem na sua residência (incluindo você)??

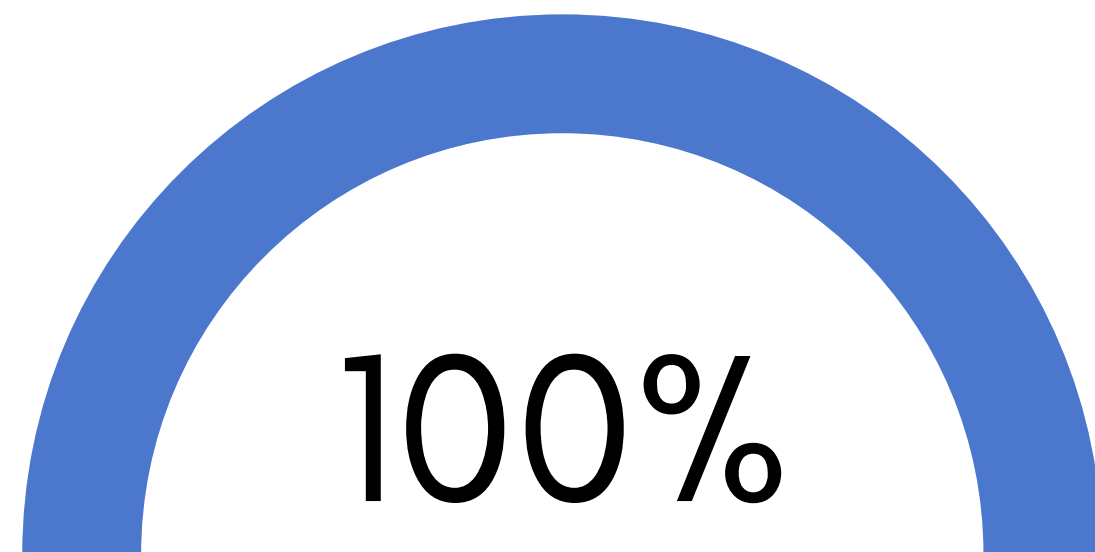
Bloco 6: Informações sociodemográficas

A maior parte dos respondentes afirmaram ter uma renda composta por 2 pessoas



Base: 87 respondentes

Q.24: Quantas pessoas contribuem para a renda familiar (incluindo você)?



**100% dos respondentes
possuem água encanada em
sua residência**

Base: 87 respondentes

Q.25: Sua casa tem acesso a água encanada?

Bloco 6: Informações sociodemográficas

BLOCO 6 - INFORMAÇÕES SOCIODEMOGRÁFICAS



Todos os respondentes afirmaram ter um sistema de esgoto em casa

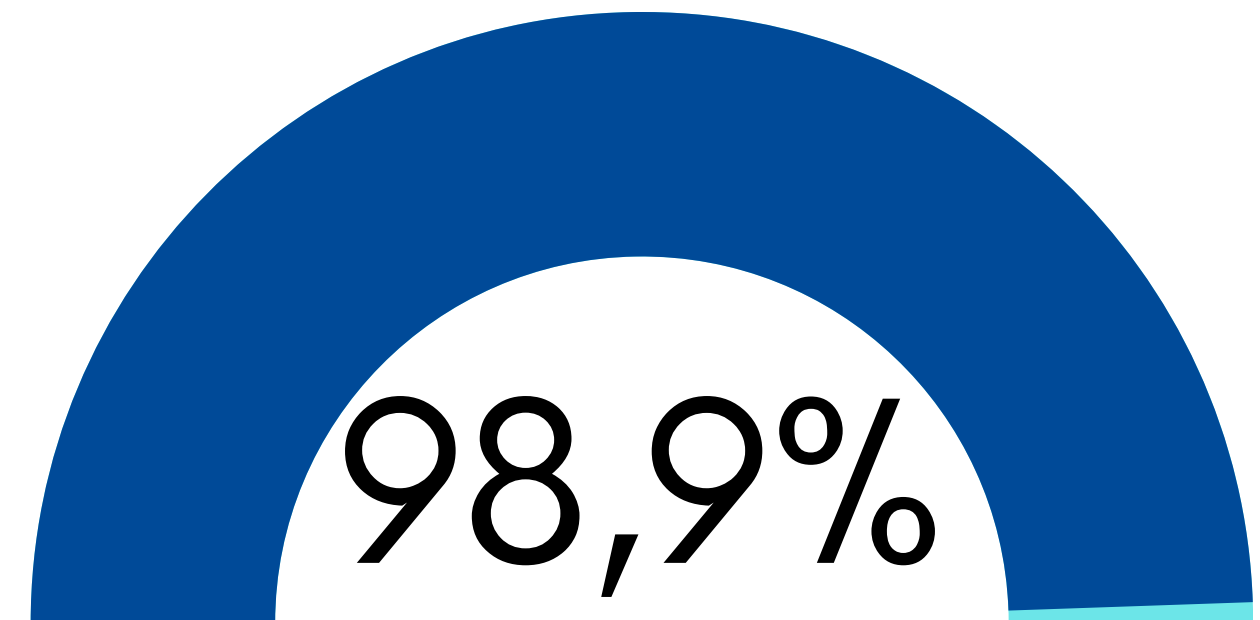
Base: 87 respondentes

Q.26: Sua casa tem acesso ao sistema esgoto?

Bloco 6: Informações sociodemográficas

BLOCO 6 - INFORMAÇÕES SOCIODEMOGRÁFICAS

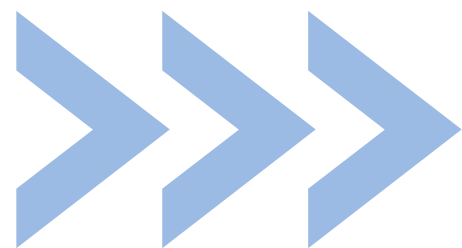
Com alta porcentagem, cerca de 98,9% dos respondentes afirmaram ter acesso a rua pavimentada em casa



Base: 87 respondentes

Q.27: Sua casa tem acesso a rua pavimentada?

CONCLUSÃO



Conclusões

O que pode-se concluir da pesquisa realizada.

A Lanchonete Rainha da Piratininga **deve** implementar a venda de suas marmitas por meio de aplicativos, especificamente pelo **Ifood** e por meio de um **WhatsApp comercial** da empresa.

Não deve-se esperar muito apoio dos clientes que não utilizam aplicativos para pedir delivey, pois foi analisada uma **falta de interesse** a baixarem caso a lanchonete inicie nesses sistemas (31,3% indiferentes; 25% pouco dispostos e nada dispostos para 43,8% disposto e muito dispostos)

O **frete grátis** foi o tópico mais relevante de influência para os respondentes na hora de comprar em um aplicativo, ao mesmo tempo a maior parte dos respondentes pagaria até 5 reais (48,3%) e também uma grande parte pagaria de 5 a 10 reais (41,4%);

Conclusões

O que pode-se concluir da pesquisa realizada.

O **preço** foi o primeiro mais escolhido para fator mais relevante de influência na hora da escolha de marmita em um aplicativo e a maior parte dos respondentes apontaram como preços justos para cada tamanho de marmita: P (500ml) entre 20 e 25 reais; M (750ml) entre 25 e 30 reais e; G (1100ml) entre 30 e 35 reais;

A **variação de guarnições** se destacou como um dos fatores que influencia os respondentes na hora da compra de marmitas e as misturas mais escolhidas do cardápio da lanchonete como prioridade foram: contra filé; filé de frango; parmegiana de carne e; parmegiana de frango;

A lanchonete deve adicionar **mais opções de tamanhos** no seu repertório de tamanho único, pois foi o segundo fator selecionado como mais relevante de influência na hora de um indivíduo adquirir uma marmita, os indivíduos tem preferência pelo tamanho M (750ml) - 74,7 dos respondentes mas também há uma grande porcentagem que gostaria de ver marmitas P (500ml) - 49,4%

MUITO OBRIGADO!

