

Apresentação:

# PASTELARIA DO CLAUDIO

Resultados da Pesquisa

VICTOR HENRIQUE DE OLIVEIRA - N° USP 14616761

TIAGO PIERANGELI SANTOS FILHO - N° USP 14609791

DIOGO BOFFA BONAFE - N° USP 1456646

CEZAR KAUÃ BARBOSA OHSAKA - N° USP 14687490



# AGENDA

Tópicos que iremos abordar:

**1** Resumo do Briefing

**2** Perfil dos Respondentes

**3** Avaliação do Consumidor

**4** Decisão de Preço

**5** Resumo da Pesquisa

**6** Conclusão da Pesquisa

# RESUMO DO BRIEFING

Sobre o negócio, Problema de Pesquisa, Problema de Marketing, Método e Padrão de Ação.



# SOBRE O NEGÓCIO

A Pastelaria do Cláudio foi fundada pela tia do atual proprietário e, posteriormente, passou para as mãos do pai de Cláudio. Há aproximadamente 3 anos, Cláudio assumiu a gestão do negócio, que já se encontrava bem estruturado devido à longa trajetória no ramo.



# PROBLEMA DE MARKETING

“Aumentamos ou não o preço do pastel?”

# PROBLEMA DE PESQUISA

“O público da pastelaria continuaria comprando pastel caso o preço seja aumentado?”

# AÇÃO

Caso 70% dos entrevistados disserem que aceitariam o aumento, ele irá aumentar o preço.

Caso 40% diga que não aceitaria o aumento do preço ele consideraria manter como está.

# MÉTODO

Pesquisa quantitativa, com amostragem por conveniência, a qual obtivemos 100 respondentes, aplicada no modelo Survey. Trata-se de uma pesquisa conclusiva descritiva transversal única.



# PÚBLICO-ALVO

Homens e Mulheres entre 25 a 50 anos de classe média [B e C] que vivem na região de Itaquera, e que consomem pastel.

# PERFIL DOS RESPONDENTES





# FREQUÊNCIA

Podemos observar que uma grande parte dos clientes frequenta a feira toda semana.

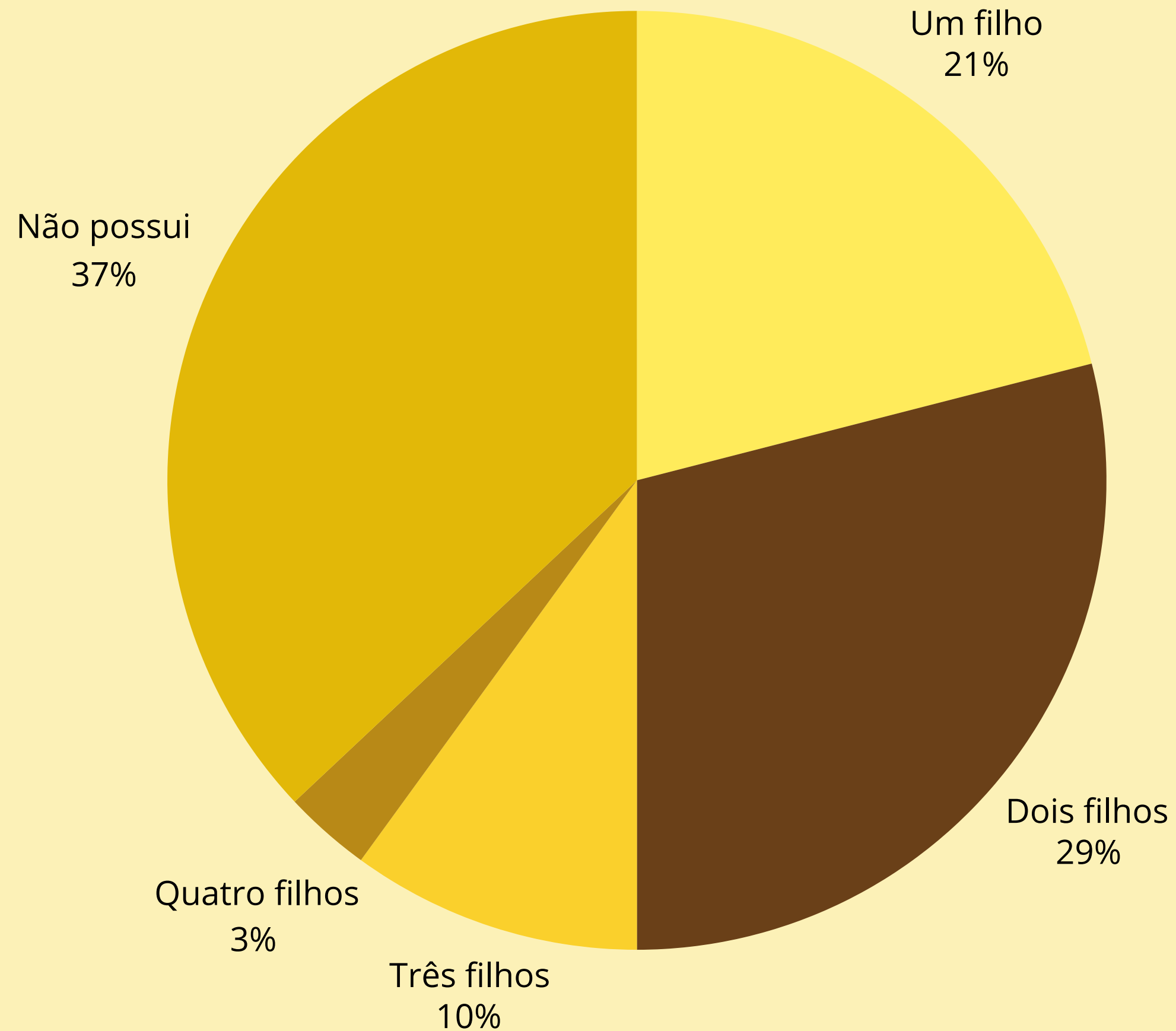


Base válida: 101 respondentes.

Q03. Quantas vezes você compra pasteis, baseado nas opções abaixo? [RU]

# FILHOS

Quantidade de clientes com filhos.

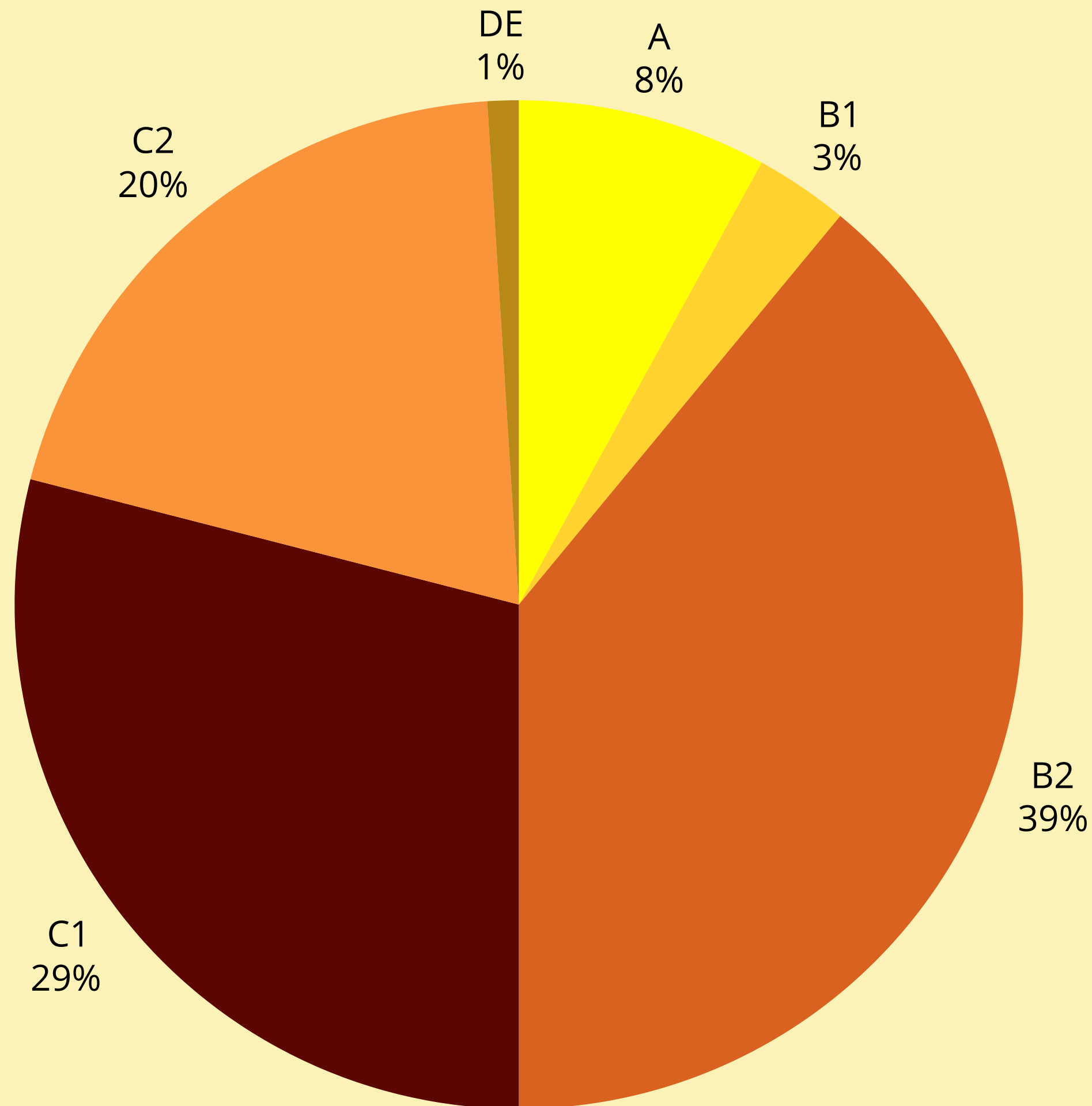


Base válida: 101 respondentes.

Q08. Qual sua opinião sobre a velocidade no preparo dos pasteis na pastelaria do Cláudio [RU]?

# CLASSE SOCIAL

Quais classes sociais os clientes se encontram.



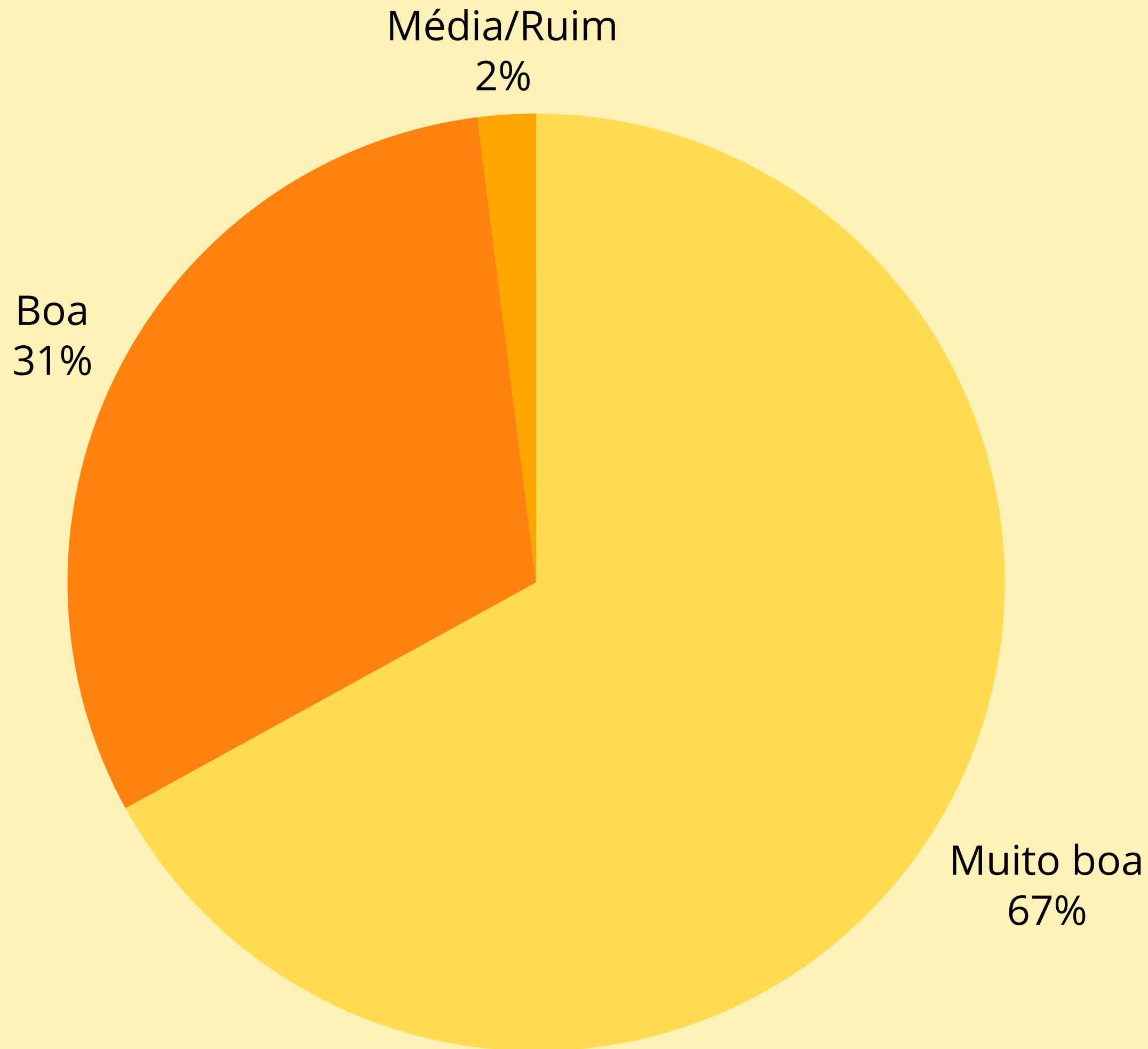
Base válida: 101 respondentes.  
Q11 a Q19.

# AVALIACÃO DO CONSUMIDOR



# SABOR

A maior parte dos clientes está satisfeita com o sabor.

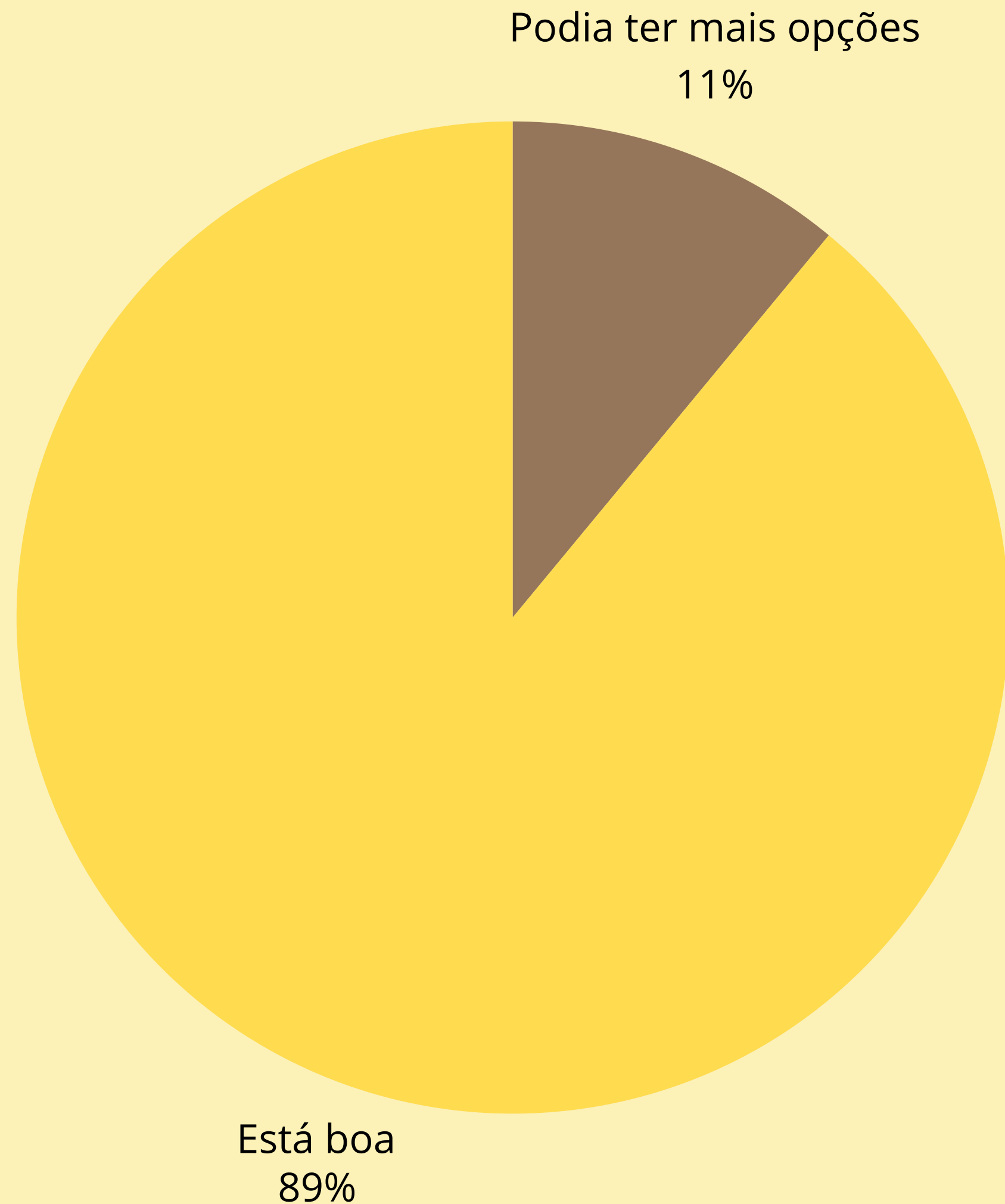


Base válida: 101 respondentes.

Q06. Qual sua opinião sobre o sabor dos pasteis da pastelaria do Cláudio? [RU]

# VARIEDADE

A maior parte dos clientes está satisfeita com a variedade.

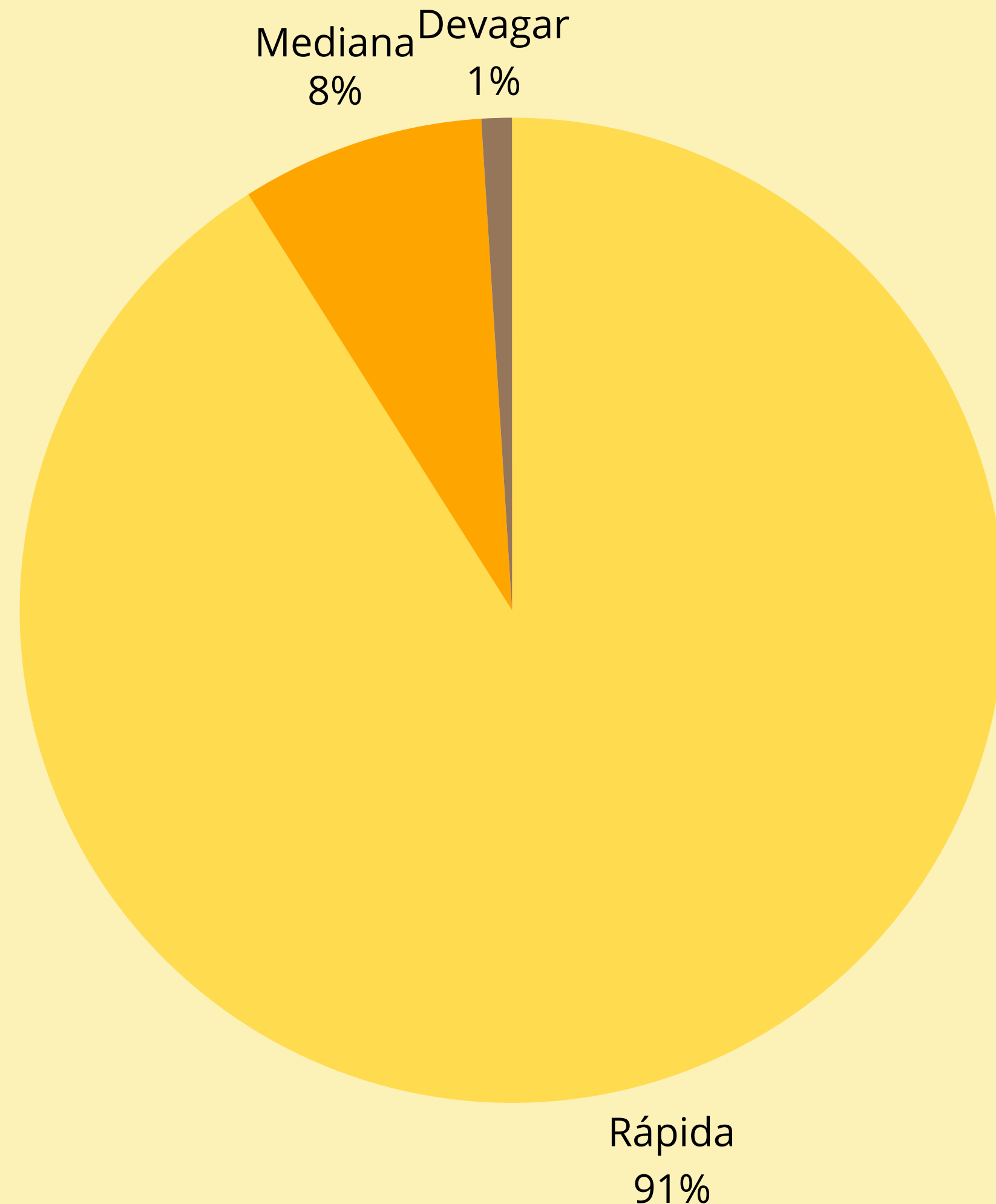


Base válida: 101 respondentes.

Q07. Qual sua opinião sobre a variedade de opções de sabores na pastelaria do Cláudio? [RU]

# VELOCIDADE

A maior parte dos clientes está satisfeita com a velocidade de preparo.



Base válida: 101 respondentes.

Q08. Qual sua opinião sobre a velocidade no preparo dos pasteis na pastelaria do Cláudio [RU]?

Rápida  
91%

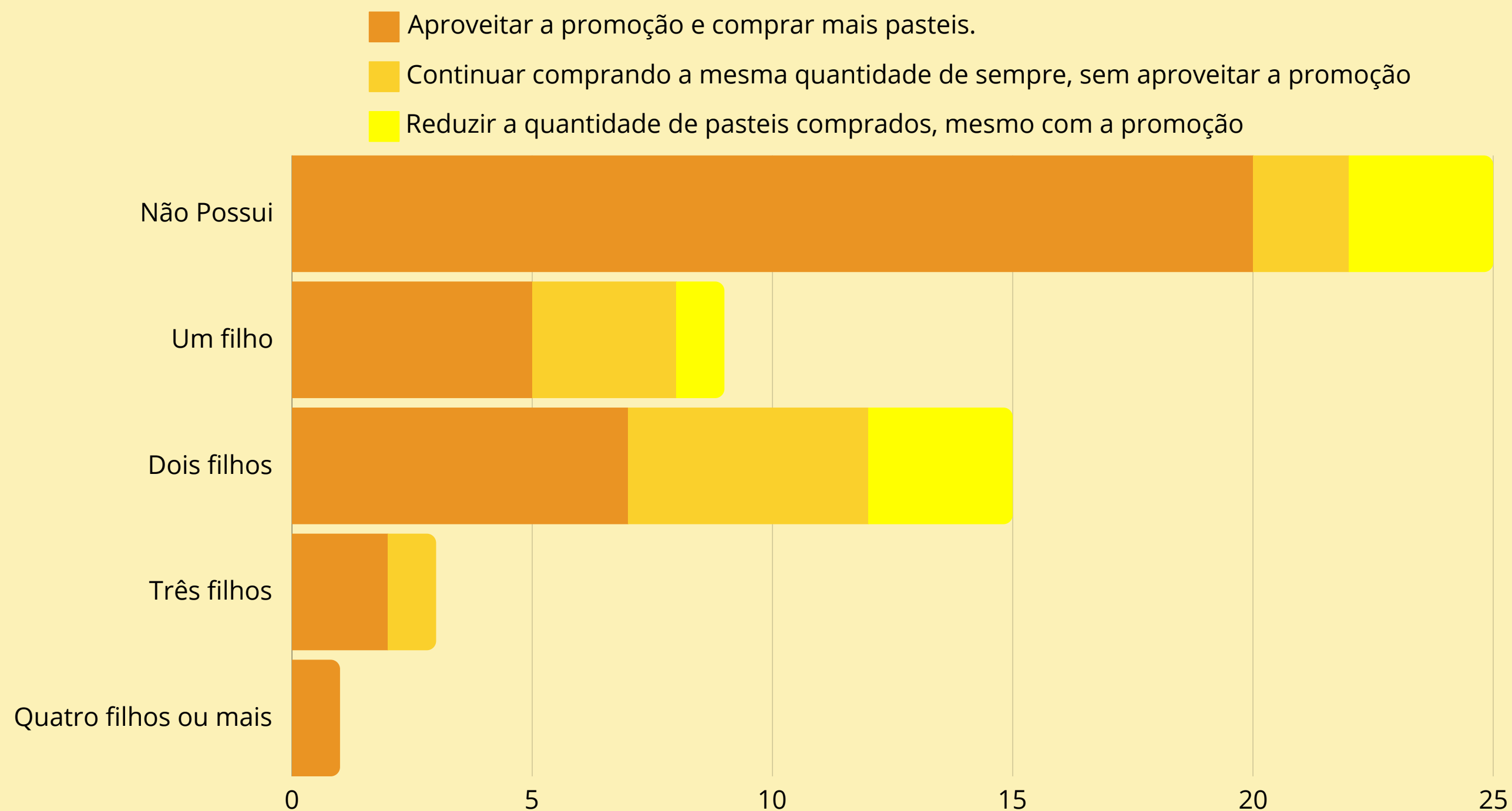
# DECISÃO DE PREÇO





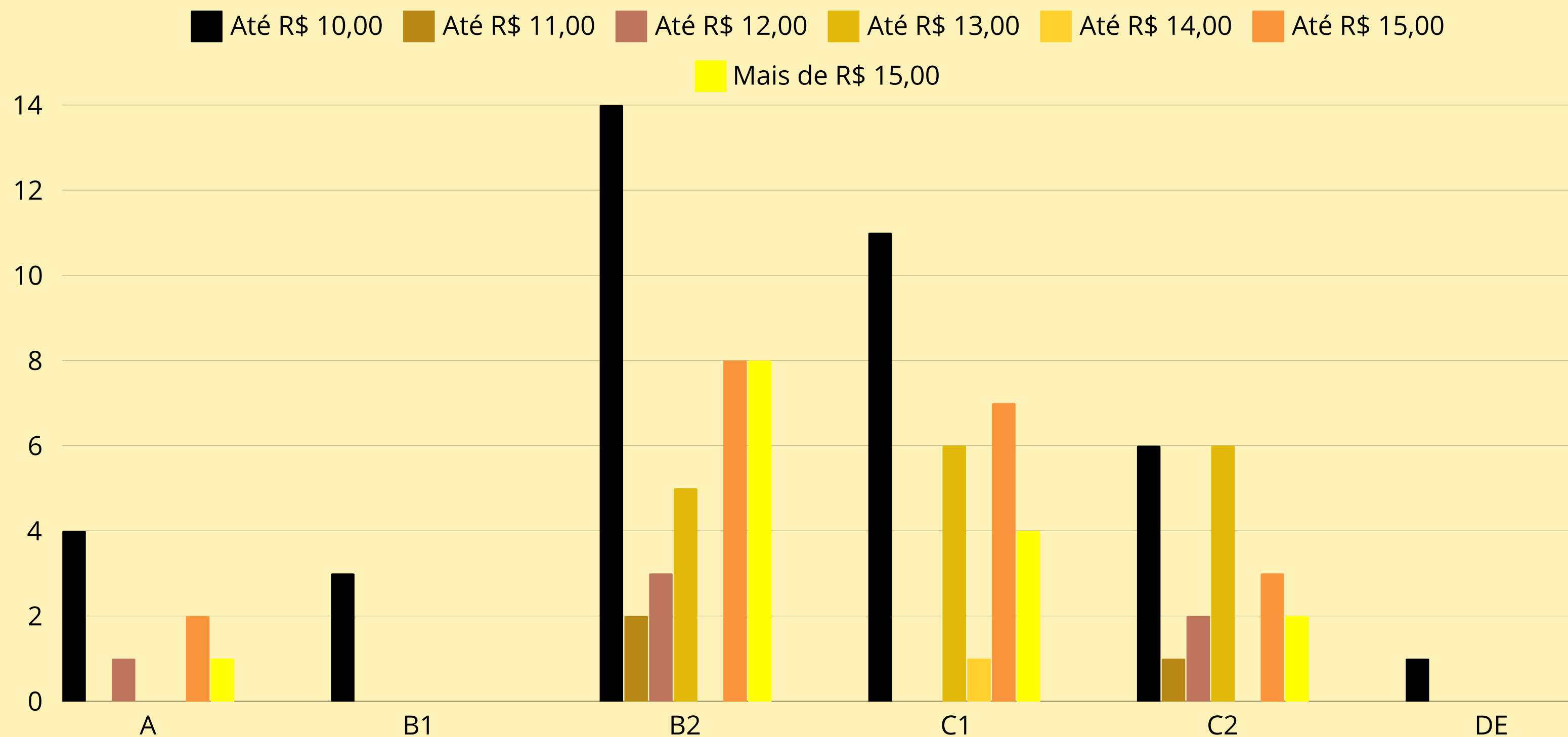
# ACEITAÇÃO DA PROMOÇÃO

Relação entre quantidade de filhos e aceitação da promoção. É possível observar que pessoas que não possuem filhos, [37% da amostra], têm uma tendência maior a serem receptivos à promoção.



Base válida: 101 respondentes.  
Q10 e Q19. Quantos filhos você possui? [RU]

# Relação entre classe social e valor máximo que o respondente pagaria em um pastel.



Base válida: 101 respondentes.  
Q11 a Q19, e Q09.

# RESUMO DA PESQUISA

Os Pontos-Chaves.



# RESUMO



A grande maioria dos respondentes estão satisfeitos com a Pastelaria do Cláudio. Onde a maioria dos comentários sobre o sabor, variedade e velocidade de produção sendo positivos.



Quase metade de seus clientes costumam comer pastéis mais de uma vez na semana. Significando que são compradores frequentes.



A maior parte dos respondentes têm como seu valor limite em um pastel de R\$10,00. Todavia, a maior parte dos clientes que responderam, comentaram que iriam aumentar seu consumo caso ocorra a promoção.



# CONCLUSÃO DA PESQUISA



# CONCLUSÕES

BASEADO NA PESQUISA, PODEMOS ENTÃO CONCLUIR QUE A BARRACA DO CLAÚDIO PODE AUMENTAR O PREÇO, POREM SE É RECOMENDADO QUE SE FAÇA JUNTO COM UMA POSSIVEL PROMOÇÃO ATRELADA A O VOLUME DE PASTEIS POR COMPRA.

Grupo 15

# OBRIGADO!

