

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

ANA CLARA MORAES MANSO (NºUSP 14800756)
GABRIELA RAMOS REZENDE (Nº USP 14573295)
JULIA DE LIMA SILVA (Nº USP 14614992)
LUCAS PAVANELLI FERREIRA (Nº USP 14804660)

BRIEFING: FRUTOS DE GOIÁS

São Paulo
2024

ANA CLARA MORAES MANSO (NºUSP 14800756)

GABRIELA RAMOS REZENDE (Nº USP 14573295)

JULIA DE LIMA SILVA (Nº USP 14614992)

LUCAS PAVANELLI FERREIRA (Nº USP 14804660)

BRIEFING: FRUTOS DE GOIÁS

Trabalho apresentado à disciplina ACH4502 -
Pesquisa de Marketing I da Escola de Artes,
Ciências e Humanidades da Universidade de
São Paulo, como parte das exigências para a
conclusão da matéria.

São Paulo

2024

SUMÁRIO

| | |
|--|----------|
| 1. QUESTIONÁRIO..... | 4 |
| BLOCO 1 - PERGUNTAS FILTRO E INTRODUTÓRIAS..... | 4 |

1. QUESTIONÁRIO



Horário de Início: ____:____

Horário de Término: ____:____

Entrevistador(a): _____

DESENHO DO QUESTIONÁRIO – PESQUISA I - GRUPO 16

INTRODUÇÃO

Olá, tudo bem?

Estamos realizando uma pesquisa para entender o nível de aderência a um serviço de delivery dos picolés da sorveteria Frutos de Goiás. A pesquisa tem o tempo de duração de 10 minutos e será realizada por estudantes de Marketing da Universidade de São Paulo (USP). Garantimos que todos os seus dados e respostas serão tratados com total confidencialidade e utilizados exclusivamente para fins acadêmicos de forma segura.

BLOCO 1 - PERGUNTAS FILTRO E INTRODUTÓRIAS

Este bloco tem como objetivo coletar informações sobre os respondentes para detectar seu perfil e introduzi-los ao tema da pesquisa.

Q01. Você reside ou frequenta a cidade de Praia Grande? [RU]

- Sim
- Não {Encerrar e agradecer}

Q02. Com que frequência você toma picolés?[RU]

- Diariamente
- Uma vez por semana
- De duas a três vezes por semana
- De quatro a cinco vezes por semana
- Seis vezes por semana

- A cada quinze dias
- Uma vez por mês
- A cada três meses
- A cada seis meses
- Não tomo picolé {Encerrar e agradecer}

**BLOCO 2 - HÁBITOS E COMPORTAMENTOS DE COMPRA NO
GERAL - FRUTOS DE GOIÁS**

A seção a seguir tem por objetivo recolher dados referentes aos hábitos e comportamentos das pessoas durante a jornada de compra dentro da Frutos de Goiás

Q03. Com que frequência você vai à sorveteria?[RU]

- Diariamente
- Uma vez por semana
- De duas a três vezes por semana
- De quatro a cinco vezes por semana
- Seis vezes por semana
- A cada quinze dias
- Uma vez por mês
- A cada três meses
- A cada seis meses

Q04. Você costuma seguir sorveterias nas redes sociais?[RU]

- Sim
- Não {Pular para Q07}

Q05. Qual é o seu meio de comunicação preferido para obter informações sobre sorvetes/picolés? [RM]

- Instagram

- Facebook
- Tik-Tok
- Youtube
- Propaganda/anúncios em mídias
- Outros meios (indique)

Q06. Qual o tipo de conteúdo que você mais gosta de ver sobre uma sorveteria? [RM]

- Indicações de picolés
- Promoções de picolés
- Depoimentos de clientes satisfeitos
- Lançamento de novos sabores
- Outros (indique)

Q07. Você já comprou produtos da sorveteria Frutos de Goiás? [RU]

- Sim
- Não {Pular para Q09}

Q08. Em uma escala de 1 a 5, como você avaliaria a marca de picolés Frutos de Goiás em comparação com outras marcas de picolés que você já experimentou? [RU]

1. Variedade de sabores

| | | | | |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|
| 1- Muito Pior | 2- Pior | 3- Semelhante | 4- Melhor | 5- Muito Melhor |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|

2. Sabor Natural

| | | | | |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|
| 1- Muito Pior | 2- Pior | 3- Semelhante | 4- Melhor | 5- Muito Melhor |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|

3. Ingredientes de Qualidade

| | | | | |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|
| 1- Muito Pior | 2- Pior | 3- Semelhante | 4- Melhor | 5- Muito Melhor |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|

4. Custo benefício

| | | | | |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|
| 1- Muito Pior | 2- Pior | 3- Semelhante | 4- Melhor | 5- Muito Melhor |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|

5. Disponibilidade

| | | | | |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|
| 1- Muito Pior | 2- Pior | 3- Semelhante | 4- Melhor | 5- Muito Melhor |
|------------------|------------|------------------|--------------|--------------------|

Q09. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 um fator muito irrelevante e 5 um fator muito relevante, como você avaliaria os principais fatores que influenciam a sua decisão de compra de picolés:

1. Variedade

| | | | | |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|
| 1- Muito irrelevante | 2- Irrelevante | 3- Neutro | 4- Relevante | 5- Muito Relevante |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|

2. Qualidade

| | | | | |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|
| 1- Muito irrelevante | 2- Irrelevante | 3- Neutro | 4- Relevante | 5- Muito Relevante |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|

3. Sabor

| | | | | |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|
| 1- Muito irrelevante | 2- Irrelevante | 3- Neutro | 4- Relevante | 5- Muito Relevante |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|

4. Marca






| | | | | |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|
| 1- Muito irrelevante | 2- Irrelevante | 3- Neutro | 4- Relevante | 5- Muito Relevante |
|-------------------------|-------------------|--------------|-----------------|-----------------------|

5. Preço






| | | | | |
|----------------------------|-------------------|--------------|-----------------|--------------------------|
| 1- Muito irrelevante | 2- Irrelevante | 3- Neutro | 4- Relevante | 5- Muito Relevante |
|----------------------------|-------------------|--------------|-----------------|--------------------------|

Q10. Avalie as afirmações abaixo utilizando a escala fornecida entre discordo totalmente e concordo totalmente. [RU]






1. **Estou disposto a pagar uma taxa de entrega para receber picolés em casa.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |






2. **A conveniência da entrega em domicílio me faz comprar picolés com mais frequência.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |






3. **Prefiro pagar um pouco mais para receber picolés de alta qualidade em minha casa.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |






- 4. A entrega rápida e eficiente me faz preferir uma sorveteria em relação a outras que não possuem esse serviço.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |






- 5. A possibilidade de entrega aumenta a minha fidelização à uma determinada sorveteria.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |

- 6. A reputação de uma sorveteria é um fator importante na minha decisão de comprar picolés nela.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |

- 7. Prefiro comprar picolés em ambientes próximos à minha residência ou trabalho.**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Neutro | Concordo parcialmente | Concordo totalmente |

Q11. O que você leva em consideração na hora de escolher uma sorveteria para frequentar: [RM]

- () Aquela com mais indicações de amigos/conhecidos
- () A mais próxima a mim
- () A que apresenta o menor preço
- () Aquela com a maior variedade de sabores

Q12. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 “Muito improvável”, e 5, “Muito provável”, qual a probabilidade de você ser influenciado pela recomendação de um amigo ou familiar ao escolher uma sorveteria? [RU]

| | | | | |
|---------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------------|
| 1- Muito improvável | 2- Improvável | 3- Indiferente | 4- Provável | 5- Muito provável |
|---------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------------|

Q13. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 “Muito improvável”, e 5, “Muito provável”, qual a probabilidade de você escolher uma sorveteria que garanta produtos que contenham 90% da fruta em sua composição? [RU]

| | | | | |
|---------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------------|
| 1- Muito improvável | 2- Improvável | 3- Indiferente | 4- Provável | 5- Muito provável |
|---------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------------|

Q14 Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 “Muito improvável”, e 5, “Muito provável”, qual a probabilidade de você ser influenciado por uma postagem nas redes sociais para conhecer uma sorveteria? [RU]

| | | | | |
|---------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------------|
| 1- Muito improvável | 2- Improvável | 3- Indiferente | 4- Provável | 5- Muito provável |
|---------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------------|

BLOCO 3 - DEMANDA DE SERVIÇO

Essa última seção busca coletar as características de demandas por tudo o que é oferecido na Frutos de Goiás, incluindo seus diferenciais em relação à qualidade e sabor.

Q15. Você já utilizou serviços de entrega de alimentos (*delivery*) em geral? [RU]

- Sim
- Não {Pular para Q18}

Q16. Com que frequência você utiliza serviços de entrega de alimentos (*delivery*)? [RU]

- Diariamente
- Semanalmente
- A cada quinze dias
- Uma vez por mês
- A cada três meses

Q17. Você já deixou de comprar algum produto alimentício por causa do frete? [RU]

- Não deixei
- Dificilmente
- Algumas vezes
- Quase sempre
- Sempre

Q18. Você acredita que a implementação do serviço de entrega (*delivery*) da Frutos de Goiás poderia influenciar positivamente na sua decisão de compra e

preferência pela marca? [RU]

- Sim
- Não
- Talvez

Q19. Você estaria disposto(a) a pagar um valor adicional (frete) pela entrega rápida de picolés da Frutos de Goiás? [RU]

- Sim
- Não
- Talvez

BLOCO 4 - EXPECTATIVA DE PREÇO

Essa última seção busca coletar as expectativas de preço em relação aos produtos oferecidos.

Q20. Quanto você costuma gastar em um picolé? [RU]

- Menos de R\$3,00
- de R\$3,00 a R\$6,00
- de R\$6,00 a R\$9,00
- de R\$9,00 a R\$12,00
- de R\$12,00 a R\$15,00
- de R\$15,00 a R\$18,00
- Mais de R\$18,00

Q21. Qual faixa de preço você acha justo pagar na taxa de *delivery* de picolés?

Considere um frete fixo. [RU]

- Menos de R\$5,00
- de R\$5,00 a R\$10,00
- de R\$10,01 a R\$15,00
- de R\$15,01 a R\$20,00
- de R\$20,01 a R\$30,00

Mais de R\$30,00

BLOCO 5 - QUESTÕES SOCIODEMOGRÁFICAS

Essa última seção busca coletar as características do público-alvo, identificando especialmente aspectos sociodemográficos, permitindo posteriormente uma melhor segmentação dos compradores de picolé.

Q22. Qual é seu gênero? [RU]

- Feminino
- Masculino
- Outro

Q23. Quantos anos você possui? [RU]

- Menos de 18 anos
- Entre 18 a 25 anos
- Entre 26 a 35 anos
- Entre 36 a 45 anos
- Entre 46 a 55 anos
- Entre 56 a 65 anos
- Mais de 65 anos

Q24. Qual é seu estado civil? [RU]

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)

Q25. Qual é o seu grau de instrução? [RU]

- Analfabeto
- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto

- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo

Q26. Poderia me dizer qual é o grau de instrução do chefe de família? [RU]

- Analfabeto
- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo

Q27. Quando fazemos uma pesquisa, normalmente perguntamos quantos itens desses que eu vou perguntar a seguir a pessoa tem em casa, independentemente de ser a proprietária do bem. Essas informações serão utilizadas somente para fins dessa pesquisa e serão mantidas sob sigilo. Por favor, fale quantos de cada um dos itens que eu vou mencionar você tem em sua casa: [RU]

| | 0 (Nenhum) | 1 | 2 | 3 | 4 (ou mais) |
|------------------------|---------------|---|---|---|----------------|
| Televisão | | | | | |
| Notebooks | | | | | |
| Banheiro | | | | | |
| Automóvel | | | | | |
| Motocicletas | | | | | |
| Empregados domésticos | | | | | |
| Aspirador de pó | | | | | |
| Máquina de lavar roupa | | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|
| Secadora de Roupas | | | | | |
| DVD | | | | | |
| Microondas | | | | | |
| Geladeira | | | | | |
| Freezer (aparelho independente) | | | | | |

Q28. Sua casa tem água encanada? [RU]

- Sim
- Não

Q29. A rua em que sua casa se encontra é pavimentada? [RU]

- Sim
- Não

Q30. Quantas pessoas residem na sua casa (incluindo você)? [RU]

- Uma pessoa
- Duas pessoas
- Três pessoas
- Quatro pessoas
- Mais que quatro pessoas

Q31. Quantas pessoas contribuem para a renda familiar? [RU]

- Somente uma pessoa
- Duas pessoas
- Três Pessoas
- Quatro pessoas
- Mais que quatro pessoas

Q32. Você possui filhos? [RU]

- Sim
- Não {Pular para a Q33}

Q33. Quantos filhos você possui? [RU]

- Um filho
- Dois filhos
- Três filhos
- Quatro filhos
- Mais que quatro filhos

Q34. Você poderia, por gentileza, disponibilizar informações para contato? Todos os dados ficarão guardados sob total sigilo e não enviaremos mensagens indesejadas. Precisamos dessas informações apenas para a validação da pesquisa. [RA]

- (a) Nome: _____
- (b) Telefone: () _____ - _____
- (c) E-mail: _____