

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 HISTÓRICO DO NEGÓCIO.....	4
2 RESUMO DO PROBLEMA DE MARKETING.....	5
3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	5
4 QUESTÕES ESPECÍFICAS.....	6
5 PÚBLICO-ALVO.....	6
6 PADRÃO DE AÇÃO.....	7
7 INFORMAÇÃO PARA CONTATO.....	7

1 HISTÓRICO DO NEGÓCIO

A Frutos de Goiás nasceu inspirada na essência da Cidade de Goiás, famosa por seus doces e por seus grandes cerrados, repletos de frutas, em toda região. A marca de sorvetes nasceu com o intuito de fazer parte da vida de seus clientes com sabores que relembrem os momentos marcantes da infância e da vida deles, trazendo nostalgia e alegria ao consumir os produtos.

A empresa traz a qualidade em sua produção ao usar somente frutas frescas selecionadas e ingredientes naturais em nossas criações, retomando os sabores únicos da natureza. O grande diferencial da Frutos de Goiás é justamente a forma caseira e artesanal presente na fábrica, com receitas únicas compostas por cerca de 90% da fruta.

Todos esses fatores proporcionaram uma maneira de manter a essência da Frutos de Goiás mesmo com a expansão, visto que os produtos continuam sendo fabricados no mesmo processo natural e atraindo lojistas do Brasil inteiro.

Foi assim que há oito anos atrás nasceu a ideia do negócio próprio do Sr. Antônio que, encantado com os sabores únicos e atraído pelo propósito da marca, resolveu se tornar um lojista e abrir uma franquia na rua R. Fumio Miyazi, 1072 - Guilhermina, Praia Grande - SP.

Atualmente, a unidade conta com mais de 40 sabores, variando entre sorvetes de massa para os clientes se servirem por kilo, potes de sorvetes, picolés e uma parte de açaiteria. Ademais, o espaço físico é amplo e inclui um ambiente com 8 freezers (onde são armazenados os produtos), a área do caixa para pagamentos, banheiros para os clientes, mesas para o consumo na área interna e externa.

Assim, os variados tipos e formatos de sorvete, apesar dos preços mais elevados (picolés tradicionais são vendidos a R\$8,00 e os especiais a R\$10,00), costumam vender por si só, em vista da sua composição diferenciada e marca que já é reconhecida no Brasil.

Desse modo, a franquia possui planos futuros que incluem a implementação do *delivery de picolés*, visando o principal objetivo de alavancar as vendas fora da época de temporada (verão e férias escolares).

2 RESUMO DO PROBLEMA DE MARKETING

A sorveteria Frutos de Goiás está pensando em oferecer a opção de entrega de picolés. Para tal, é fundamental entender a demanda do público-alvo da Praia Grande. Além disso, é necessário descobrir se os consumidores estão dispostos a pagar por um serviço rápido e personalizado, mantendo os produtos de alta qualidade.

As expectativas dos consumidores sobre a entrega dos picolés incluem rapidez, qualidade na conservação dos produtos e atendimento personalizado durante a entrega. A entrega deve atender às expectativas do público-alvo, incluindo todos os fatores mencionados anteriormente.

Com a experiência do cliente como prioridade, além da qualidade dos produtos, identifica-se um problema de marketing referente à seguinte questão: **O público-alvo de Praia Grande tem boa adesão em relação ao delivery de picolés da sorveteria Frutos de Goiás e está disposto a pagar pela taxa dessa entrega?**

Com este problema de marketing e a análise realizada pelo grupo após a entrevista, ficou entendido que o problema central é se há demanda considerável pelo serviço de entrega de picolés da Frutos de Goiás e, como problema secundário, se os clientes estão dispostos a pagar por tal serviço e quanto supondo que seja uma taxa fixa.

Por fim, é fundamental determinar se a entrega em domicílio gera um aumento de clientes, aumento de vendas e fidelização. Isso é feito levando em conta aspectos como conveniência, qualidade do serviço e satisfação do cliente em relação a entrega. A qualidade da entrega oferecida pela sorveteria Frutos de Goiás pode afetar a reputação da marca e a fidelização dos clientes.

3 OBJETIVOS DA PESQUISA

A implementação de um serviço de delivery na Frutos de Goiás, franquia localizada na Praia Grande, requer uma análise minuciosa para garantir a mesma qualidade dos picolés e a preferência do público em querer comprar para receber os produtos em casa ou não. Dessa forma, essa pesquisa tem como objetivo **identificar e analisar o grau de interesse dos consumidores em comprar via**

delivery os picolés da Frutos de Goiás, tendo em vista os maiores desafios da empresa relacionados à adesão dessa forma de distribuição, sendo eles a rapidez na entrega e a qualidade na conservação dos produtos, se faz necessário a pesquisa para solucionar tais obstáculos.

4 QUESTÕES ESPECÍFICAS

A delimitação das questões específicas decorre diretamente do problema de marketing, o que contribui para torná-lo mais preciso e focado. Essa abordagem permite que a pesquisa tenha um escopo mais definido, indicando claramente o que deve ser identificado em cada etapa. Nesse sentido, a pesquisa tem como objetivo abordar os seguintes tópicos:

- Compreender se existe uma demanda dentro do público-alvo de Praia Grande para implementar serviços de entrega de picolés diferenciados, que são 90% à base de frutas;
- Identificar o quanto os clientes estão dispostos a pagar por um serviço de entrega de picolés que seja personalizado, eficiente e mantenha a qualidade dos produtos;
- Entender se estar presente e investir em canais de comunicação, como redes sociais e anúncios em mídias, é importante para o estabelecimento da sorveteria Frutos de Goiás para promover o serviço de entrega e manter a interação com os clientes;
- Avaliar se a opção de entrega em domicílio gera uma boa percepção ou má, entre o público-alvo da sorveteria, considerando fatores como conveniência, qualidade do serviço e satisfação do cliente.

5 PÚBLICO-ALVO

A sorveteria Frutos de Goiás atrai uma ampla clientela, composta por mulheres e homens de todas as faixas etárias. Esses respondentes devem ser residentes e/ou frequentadores da cidade de Praia Grande (SP) e buscar tanto se refrescar, quanto desfrutar de picolés de alta qualidade. Diante dessa diversidade de público-alvo, será estabelecida uma amostra mínima de 100 participantes para a realização da pesquisa.

6 PADRÃO DE AÇÃO

Com os dados obtidos, se estabelece um conjunto de métodos que devem ser seguidos para realizar a análise e interpretação dos dados. Com isso, o padrão de ação para a pesquisa referente à implementação do serviço de entrega dos picolés da Frutos de Goiás se determina pela adesão do público a essa forma de distribuição. Para isso, depois de realizar as entrevistas, **75% dos entrevistados devem demonstrar interesse no serviço de entrega**, para que se crie uma demanda mínima necessária para que a empresa tenha interesse em adotar o serviço. Além disso, é importante **indicar quanto o público-alvo está disposto a gastar no serviço de delivery**, de forma a alinhar as expectativas dos consumidores.

7 INFORMAÇÃO PARA CONTATO

Segue o e-mail da Marlúcia, colaboradora mais antiga da empresa que nos ajudou com todos os dados necessários para formular a pesquisa: marluciacsouza@hotmail.com.