

APRESENTAÇÃO

Grupo 16



Integrantes:

Ana Clara Moraes Manso
Gabriela Ramos Rezende
Júlia de Lima Silva
Lucas Pavanelli Ferreira



AGENDA

Tópicos que iremos discutir:



Resumo do briefing



Demanda do serviço



Perfil dos respondentes



Resumo da pesquisa



Hábitos e comportamento
de compra



Conclusão da pesquisa

RESUMO DO BRIEFING

Sobre o negócio, problema de marketing, problema de pesquisa, método e padrão de ação.

SOBRE O NEGÓCIO

A Frutos de Goiás nasceu inspirada na essência da Cidade de Goiás. O grande diferencial da marca é justamente a forma caseira e artesanal presente na fábrica de seus sorvetes, com receitas únicas compostas por cerca de 90% da fruta.

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 franquía na cidade de Praia Grande - SP.

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



PROBLEMA DE MARKETING

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?



PROBLEMA DE PESQUISA

Identificar e analisar o grau de interesse dos consumidores em comprar via delivery os picolés da Frutos de Goiás



MÉTODO

Pesquisa quantitativa utilizando amostragem por conveniência, na qual obtivemos 102 respondentes por meio do modelo Survey. Esta pesquisa é do tipo conclusiva descritiva transversal única.



PADRÃO DE AÇÃO

Caso 75% dos respondentes confirmam que estariam dispostos a pagar pelo serviço de delivery de picolés da sorveteria Frutos de Goiás, o serviço será implementado como forma de distribuição.

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo será composto por mulheres e homens de todas as faixas etárias que são residentes e/ou frequentadores da cidade de Praia Grande (SP) e que buscam tanto se refrescar, quanto desfrutar de picolés.

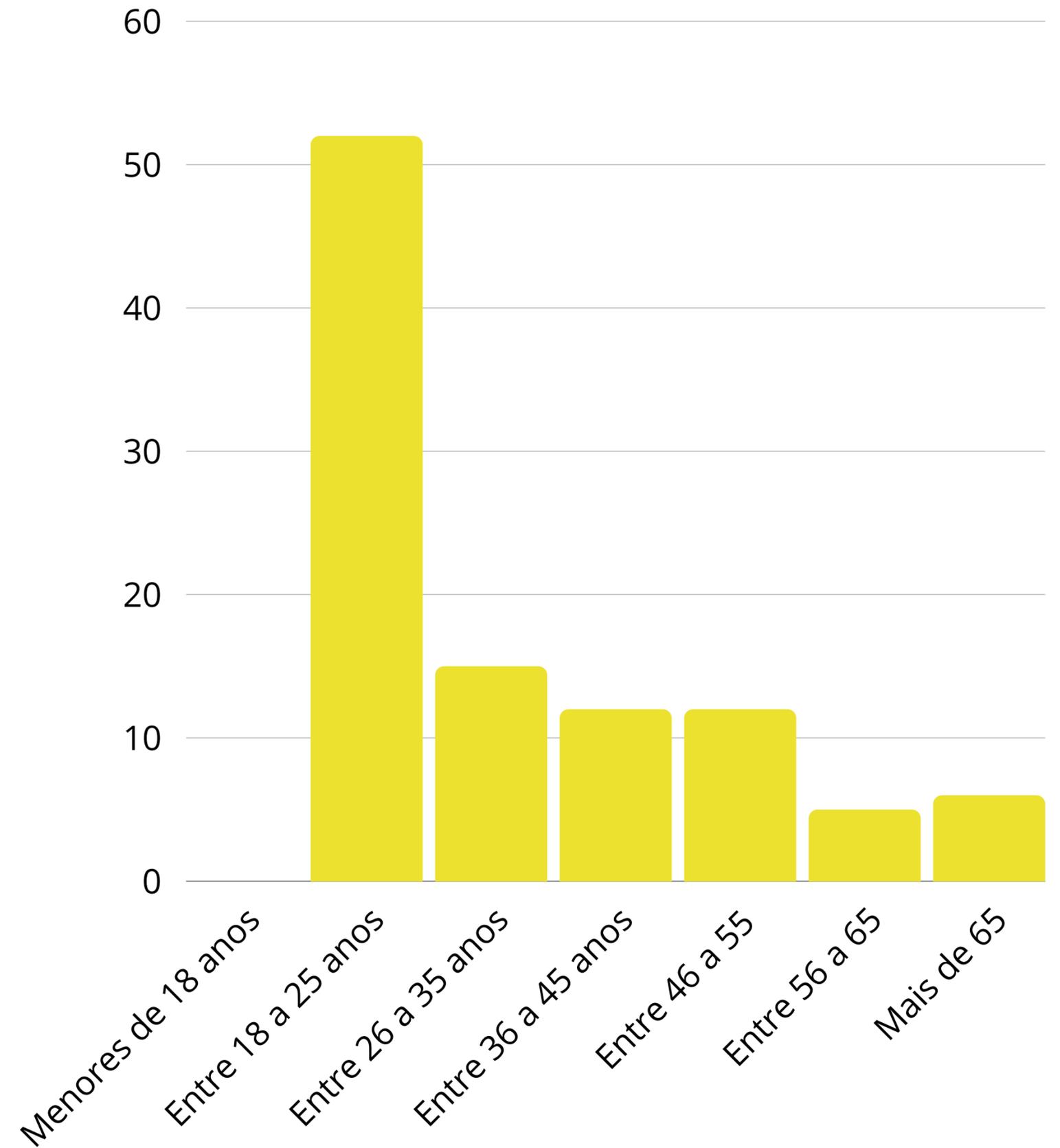


PERFIL DOS RESPONDENTES

IDADE

Na pesquisa, pessoas entre 18 a 25 anos (51%) tiveram maior destaque.

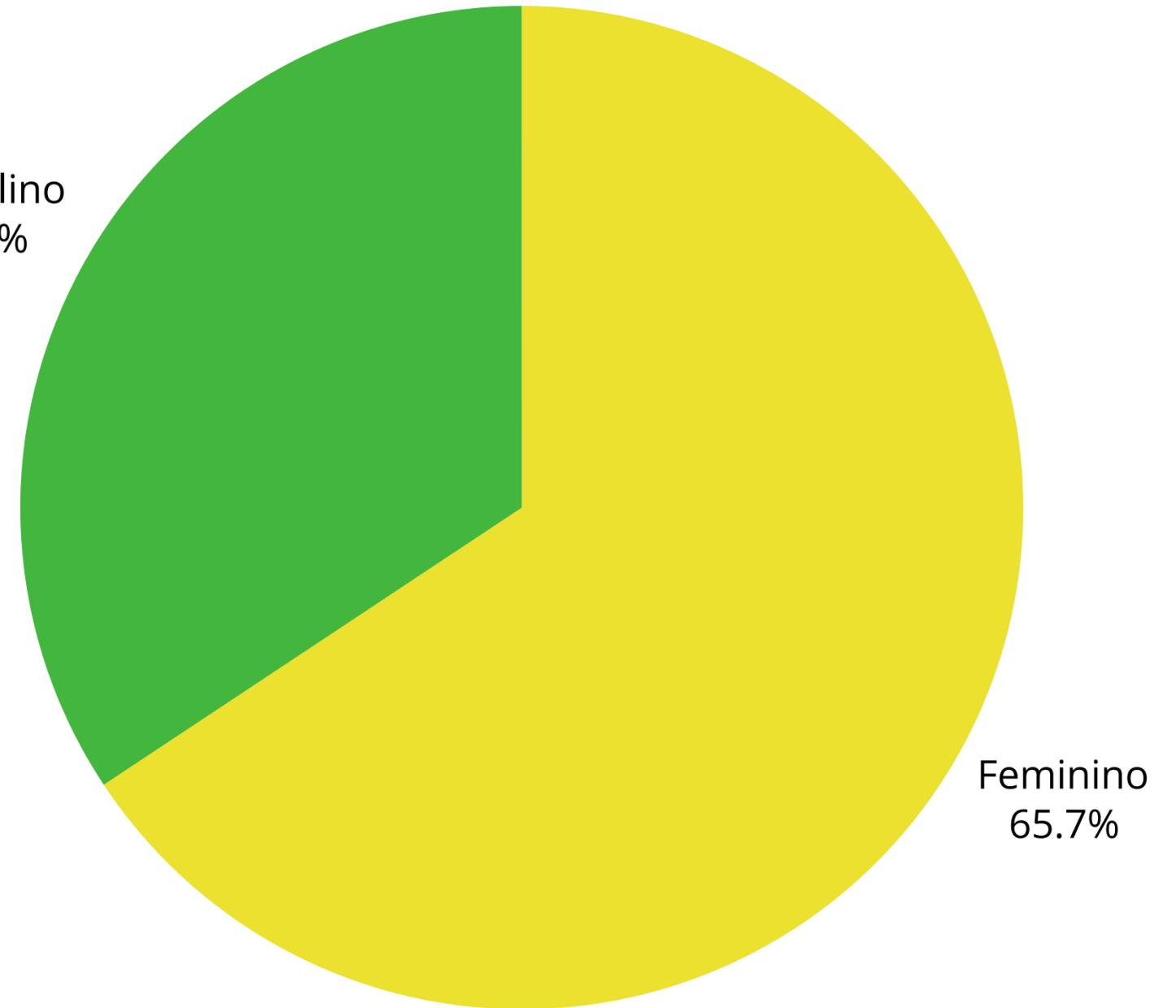
Base válida: 102 respondentes.
Q23. Quantos anos você possui? (RU)



GÊNERO

Na pesquisa, pessoas do gênero feminino (65,7%) tiveram maior destaque.

Masculino
34.3%



Feminino
65.7%

Base válida: 102 respondentes.
Q22. Qual é o seu gênero? (RU)

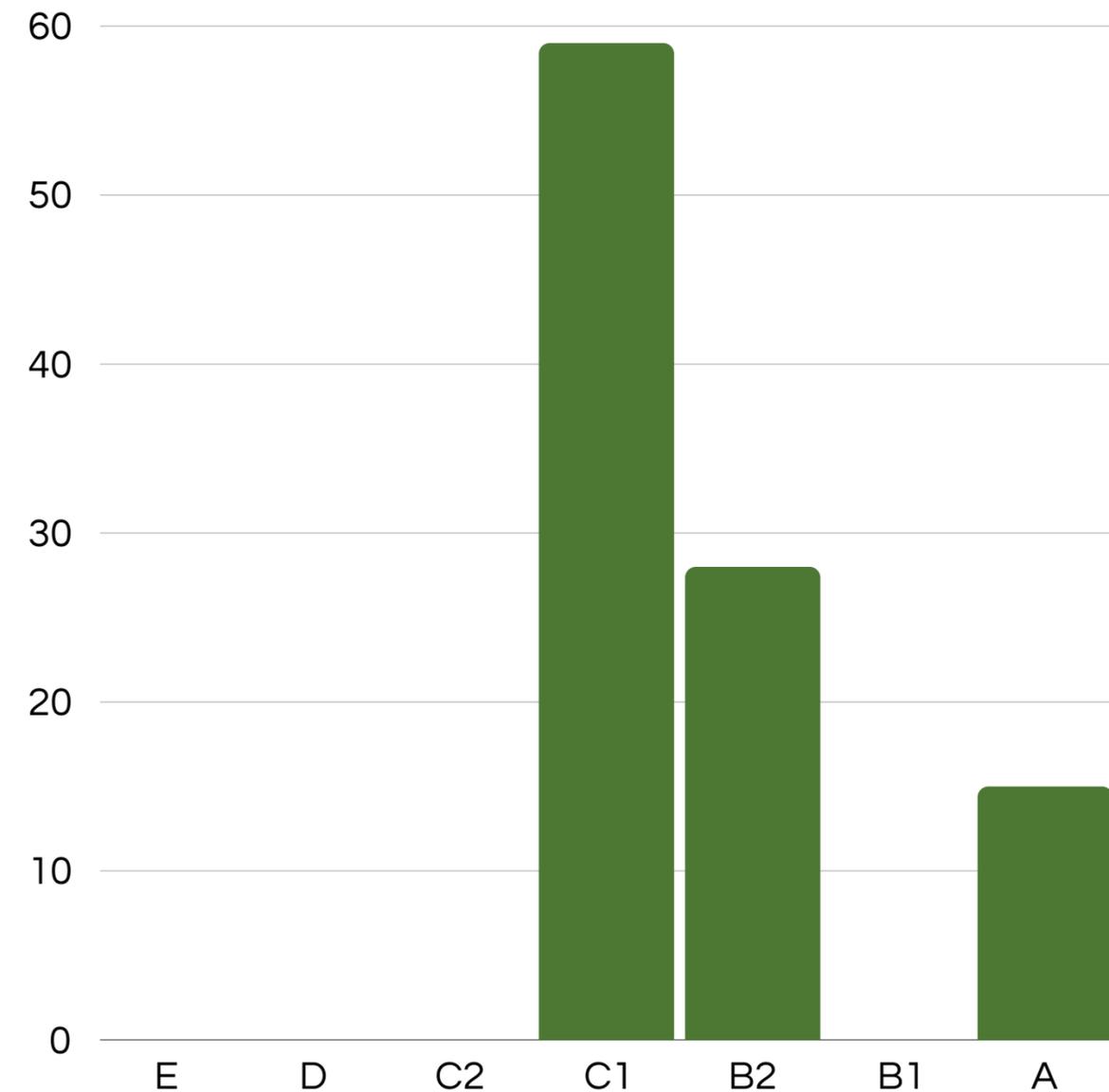
CLASSE SOCIAL

Na pesquisa, grande parte dos entrevistados pertence à Classe C1 (58%).

Dessa forma, é possível denotar que grande parte do público possui (melhores condições de poder de compra, característica importante para que a sorveteria Frutos de Goiás.)

Base válida: 102 respondentes.

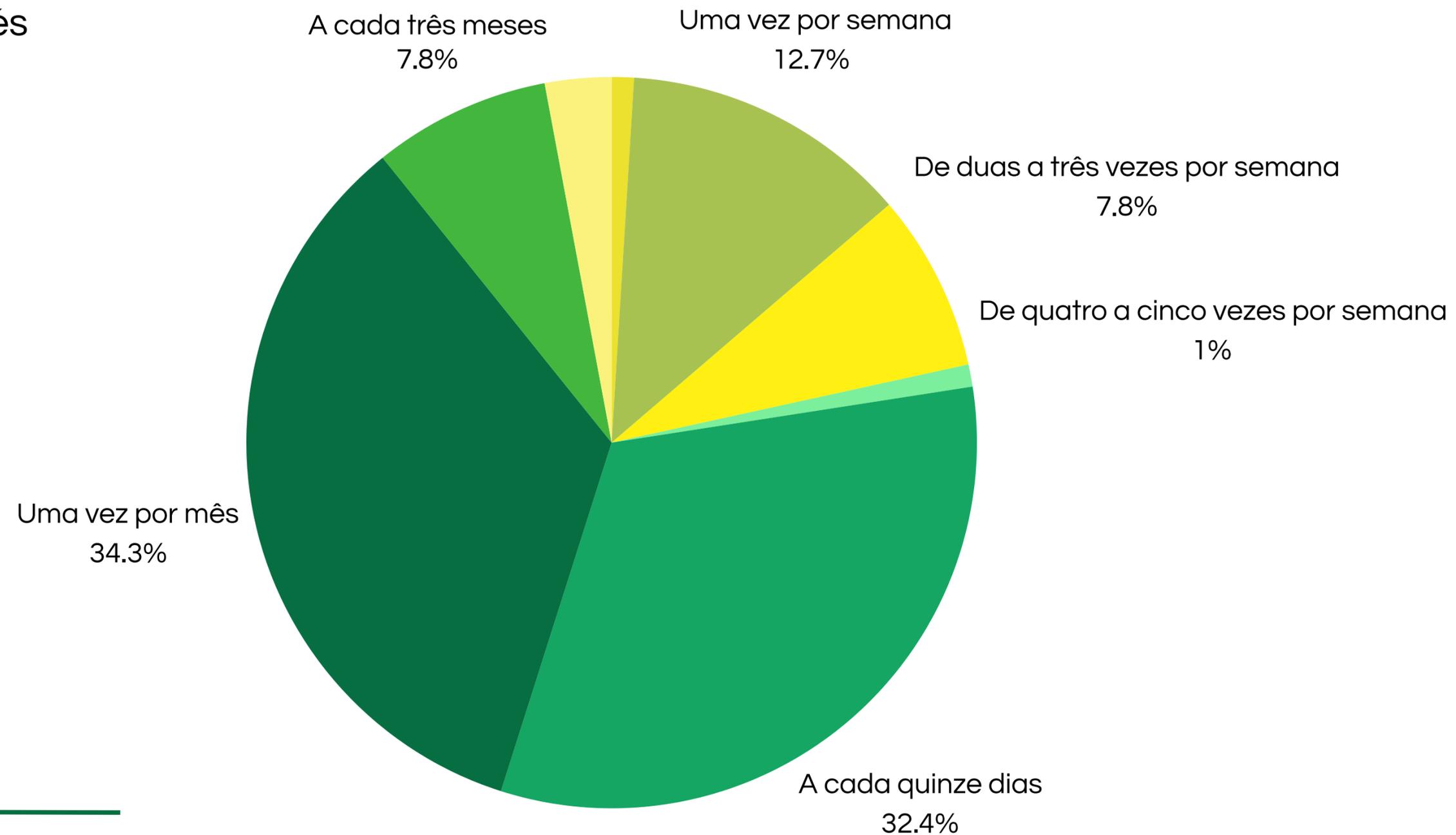
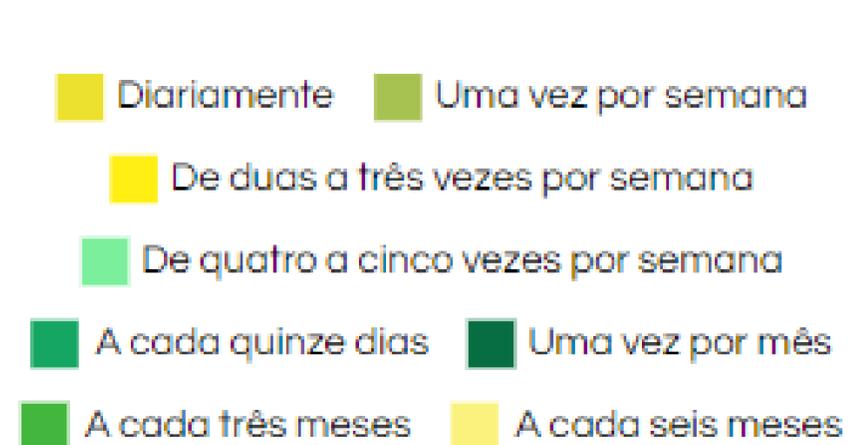
Q26. Poderia me dizer qual é o grau de instrução do chefe de família? (RU). Q27. Por favor, fale quantos de cada um dos itens que eu vou mencionar você tem em sua casa. Q28. Sua casa tem água encanada? (RU) Q29. A rua em que sua casa se encontra é pavimentada? (RU)



HÁBITOS E COMPORTANENTO DE COMPRA

FREQUÊNCIA QUE OS RESPONDESTES TOMAM PICOLÉ

Na pesquisa, a maioria dos respondentes (34,3%) tomam picolés uma vez por mês, porém a frequência de dois picolés por mês não fica muito distante, representando 32,4%. Esse fator representa uma informação relevante sobre a frequência de compra da maioria dos respondentes.



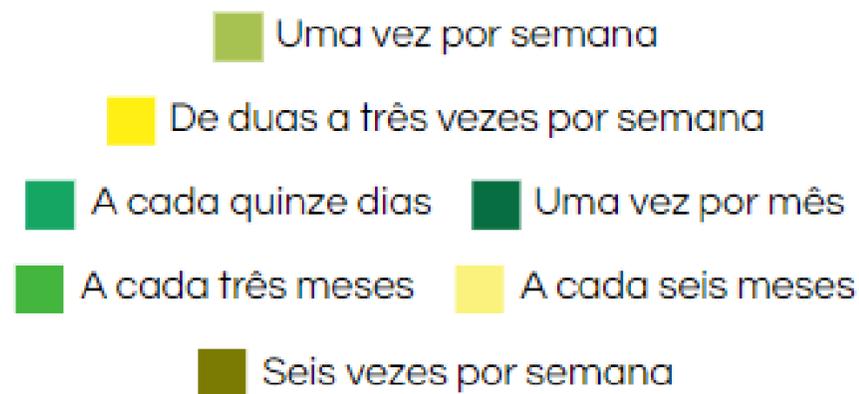
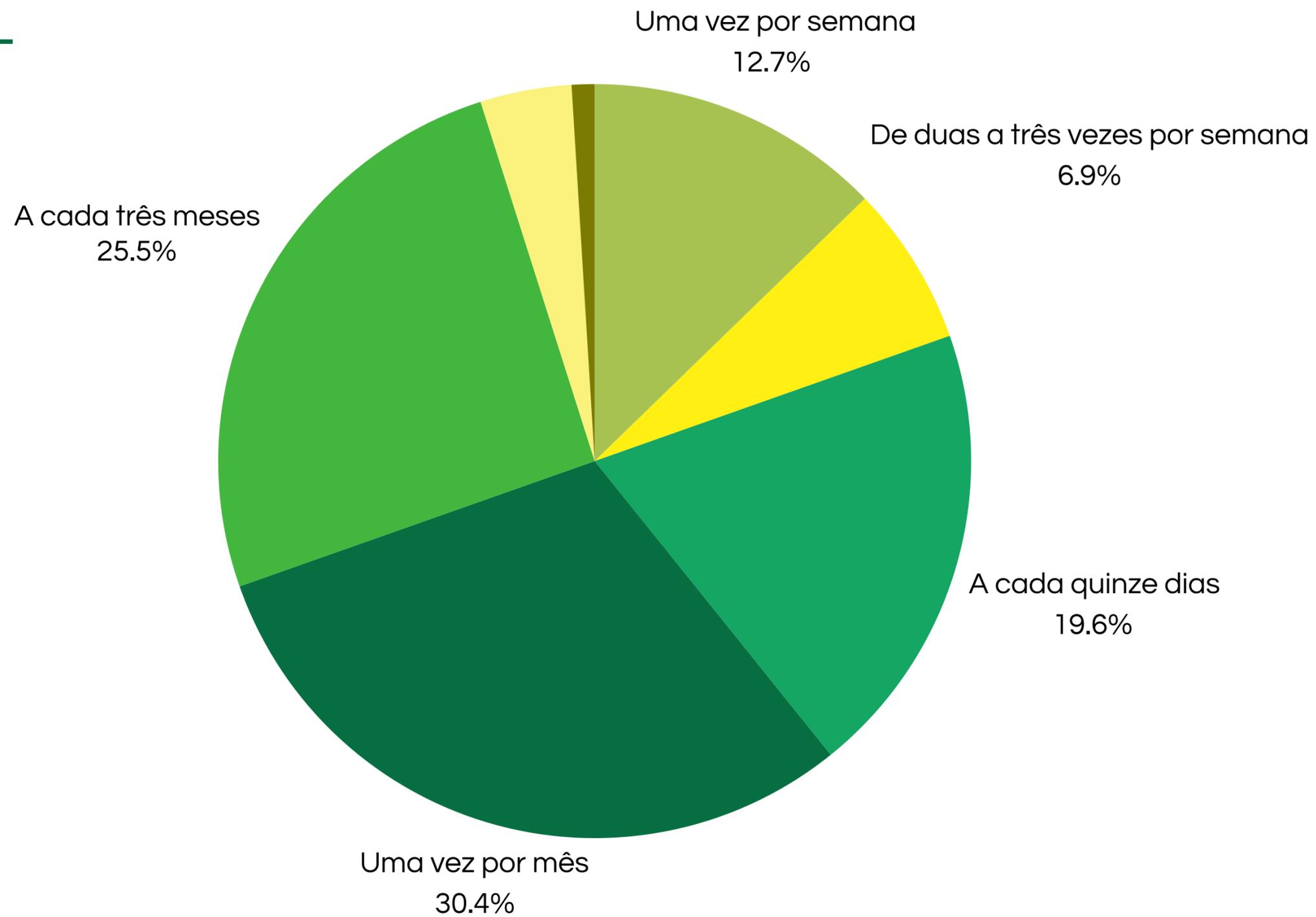
Base válida: 102 respondentes.

Q02. Com que frequência você toma picolés? (RU)

FREQUÊNCIA QUE OS RESPONDENTES VÃO À UMA SORVETERIA

Sabemos que nem sempre o consumidor compra um picolé em uma sorveteria, afinal, nos dias de hoje picolés estão disponíveis nos mais variados estabelecimentos, como padarias e farmácias.

Na pesquisa, a maioria dos respondentes (30,4%) vão à uma sorveteria uma vez por mês. Dado alinhado com a frequência de consumo de picolés, demonstrando que ainda a compra desse produto em sorveterias é significativamente relevante.

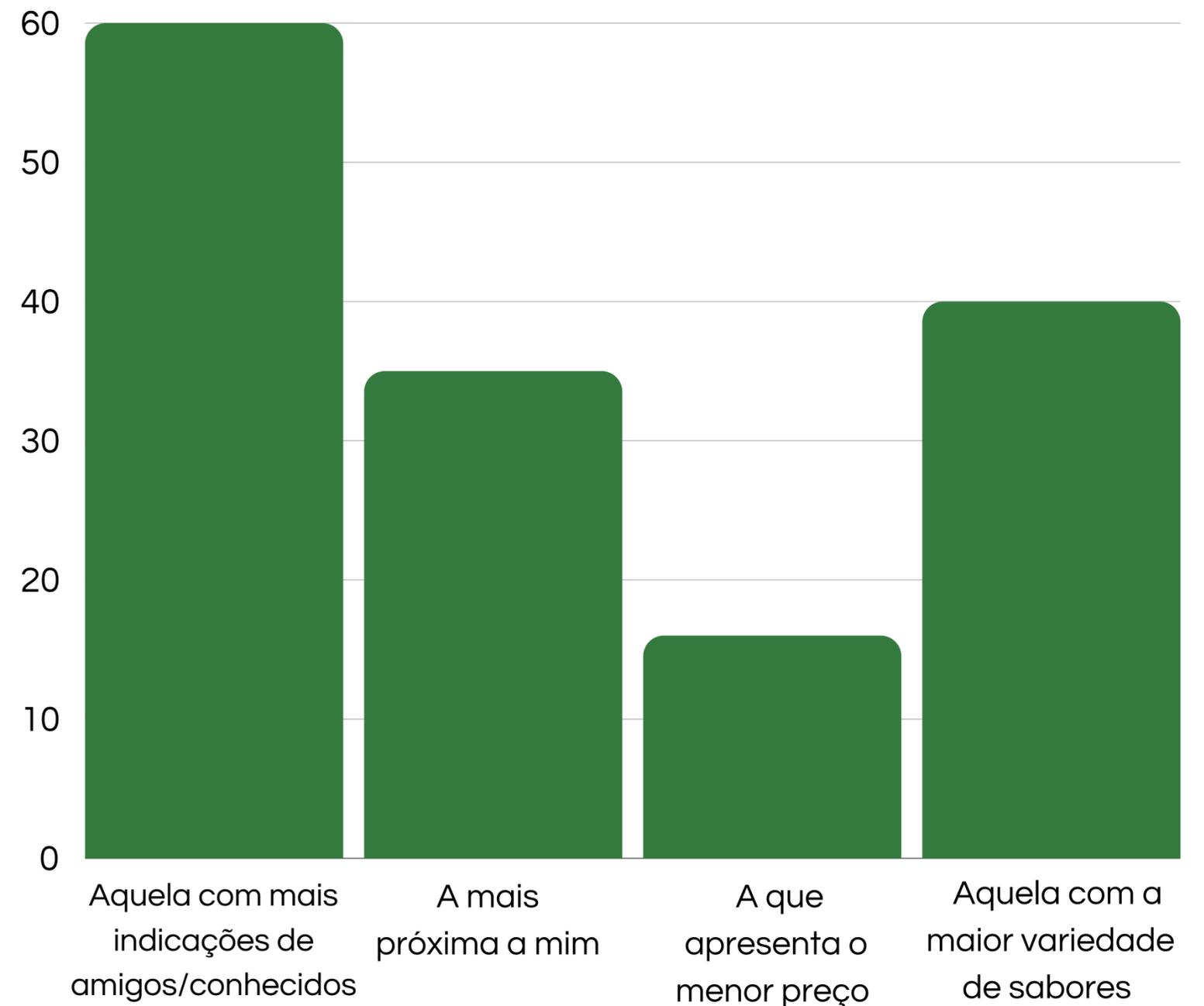


Base válida: 102 respondentes.

Q03. Com que frequência você vai à sorveteria? (RU)

O QUE SE LEVA EM CONSIDERAÇÃO NA HORA DA ESCOLHA DE UMA SORVETERIA

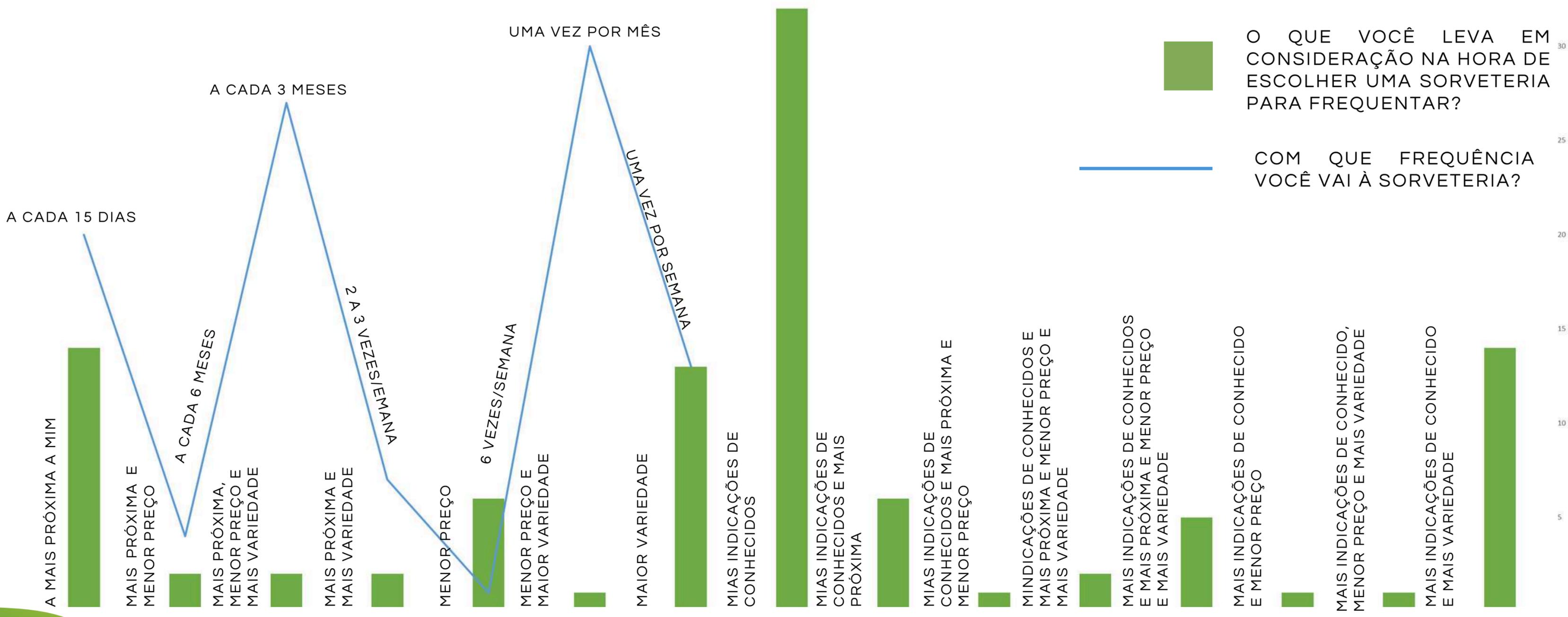
Na nossa análise 58,8% dos entrevistados (60 de 102 participantes) consideram as recomendações de amigos e conhecidos como o fator predominante na escolha de uma sorveteria para frequentar. Em segundo lugar, a variedade de sabores oferecidos pelos estabelecimentos emerge como um critério significativo, com 39,2%. É ideal que a sorveteria elabore estratégias, oferecendo benefícios ou descontos, que incentivem as indicações para atrair mais clientes e fortalecer sua base de consumidores fiéis. Além disso, o destaque da categoria de variedade de sabores é crucial, especialmente considerando que a Frutos de Goiás oferece uma ampla gama de opções com 95 sabores de picolé.



Base válida: 102 respondentes.

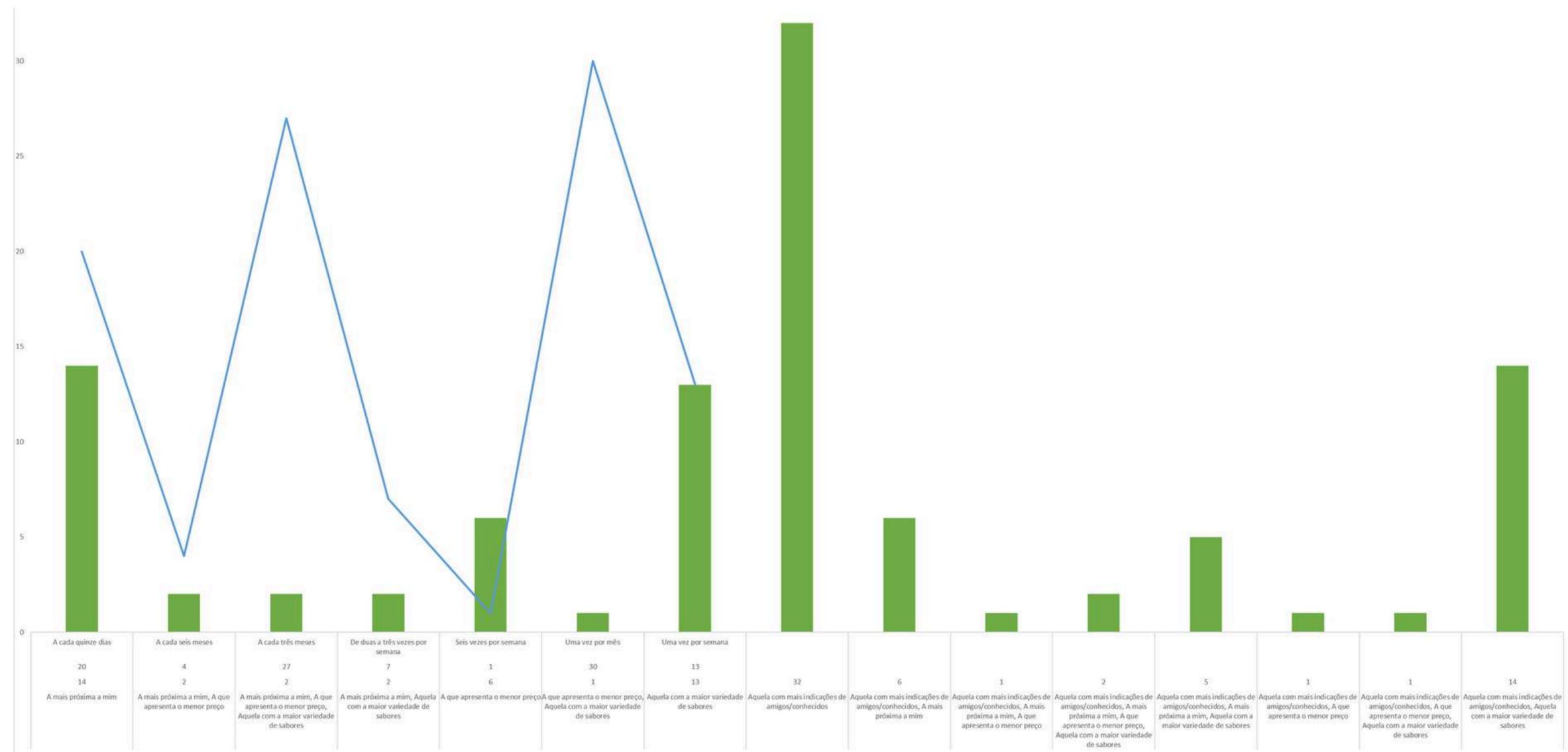
Q11. O que você leva em consideração na hora de escolher uma sorveteria para frequentar? (RM)

FREQUÊNCIA DE IDA EM SORVETERIA X FATORES PARA CONSIDERAR A IR NA SORVETERIA



Base válida: 102 respondentes.

FREQUÊNCIA DE IDA DOS RESPONDENTES EM SORVETERIAS X FATORES PARA CONSIDERAR NA HORA DE ESCOLHER UMA SORVETERIA PARA FREQUENTAR



De acordo com o gráfico, o qual possui objetivo de notar a frequência e os fatores que levam o público ao ambiente da sorveteria, percebe-se que a maior parte dos entrevistados (30 entre os 102) está presente em sorveterias uma vez ao mês e que o fator mais relevante para a decisão de ir a uma sorveteria é a indicação de amigos/conhecidos. Isso reforça a necessidade da Frutos de Goiás estabelecer o foco na experiência do consumidor, em vista de o objetivo ser fidelizar os clientes, e, desse modo, aumentar o seu público

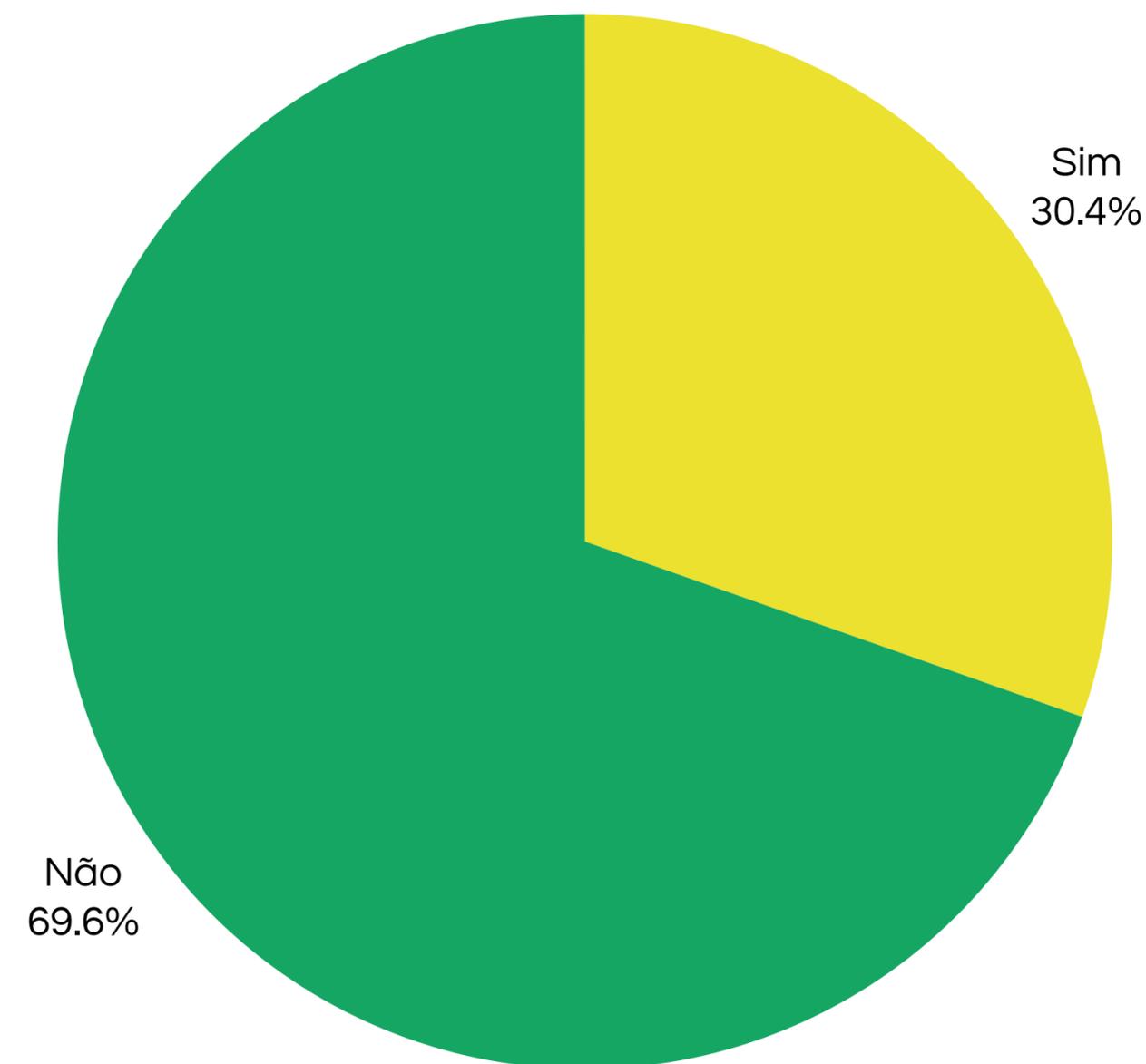
Base válida: 102 respondentes.

Q03. Com que frequência você vai à sorveteria? (RU) Q11. O que você leva em consideração na hora de escolher uma sorveteria para frequentar? (RM)

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RAMO DE ATUAÇÃO

Na pesquisa, identificamos que a maioria das pessoas (69,6%) não costumam seguir sorveterias nas redes sociais, comprovando que esse ramo de negócio não é o foco de perfis a serem seguidos de maneira frequente. Porém, vale ressaltar que a presença digital como um todo é importante nos dias atuais, pois aumenta a visibilidade, permite engajar diretamente com os clientes, divulgar promoções e ofertas, receber feedback e obter insights sobre o mercado e as preferências dos consumidores.

Você costuma seguir sorveterias nas redes sociais?



Base válida: 102 respondentes.

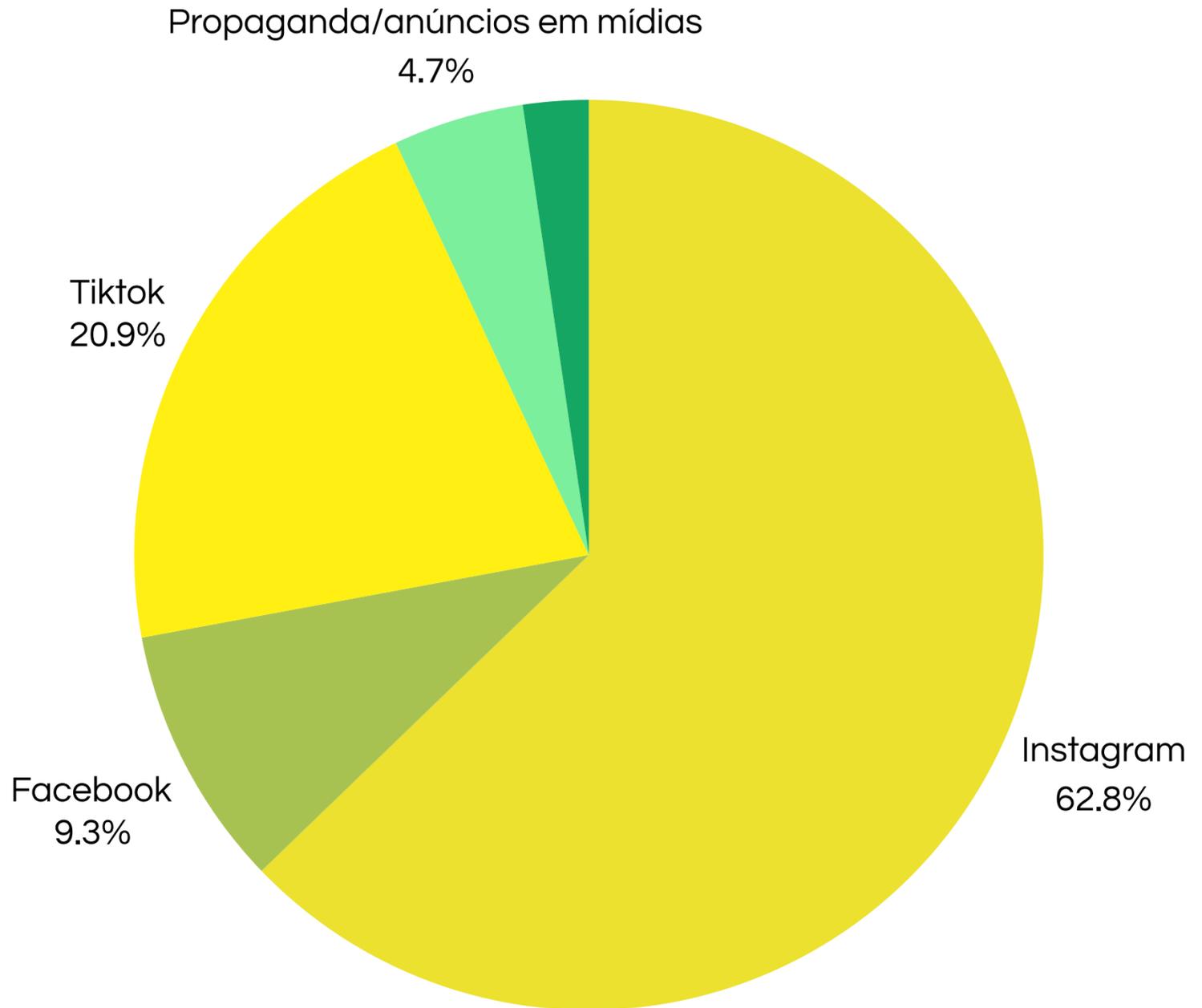
Q04. Você costuma seguir sorveterias nas redes sociais? (RU)

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RAMO DE ATUAÇÃO

Na pesquisa, identificamos que entre as pessoas que seguem sorveterias nas redes sociais, a maioria prefere a rede social Instagram para obter informações e, conseqüentemente, conteúdos (62,8%). Tornando-se uma rede relevante para a Frutos de Goiás estar presente e publicando com frequência.



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



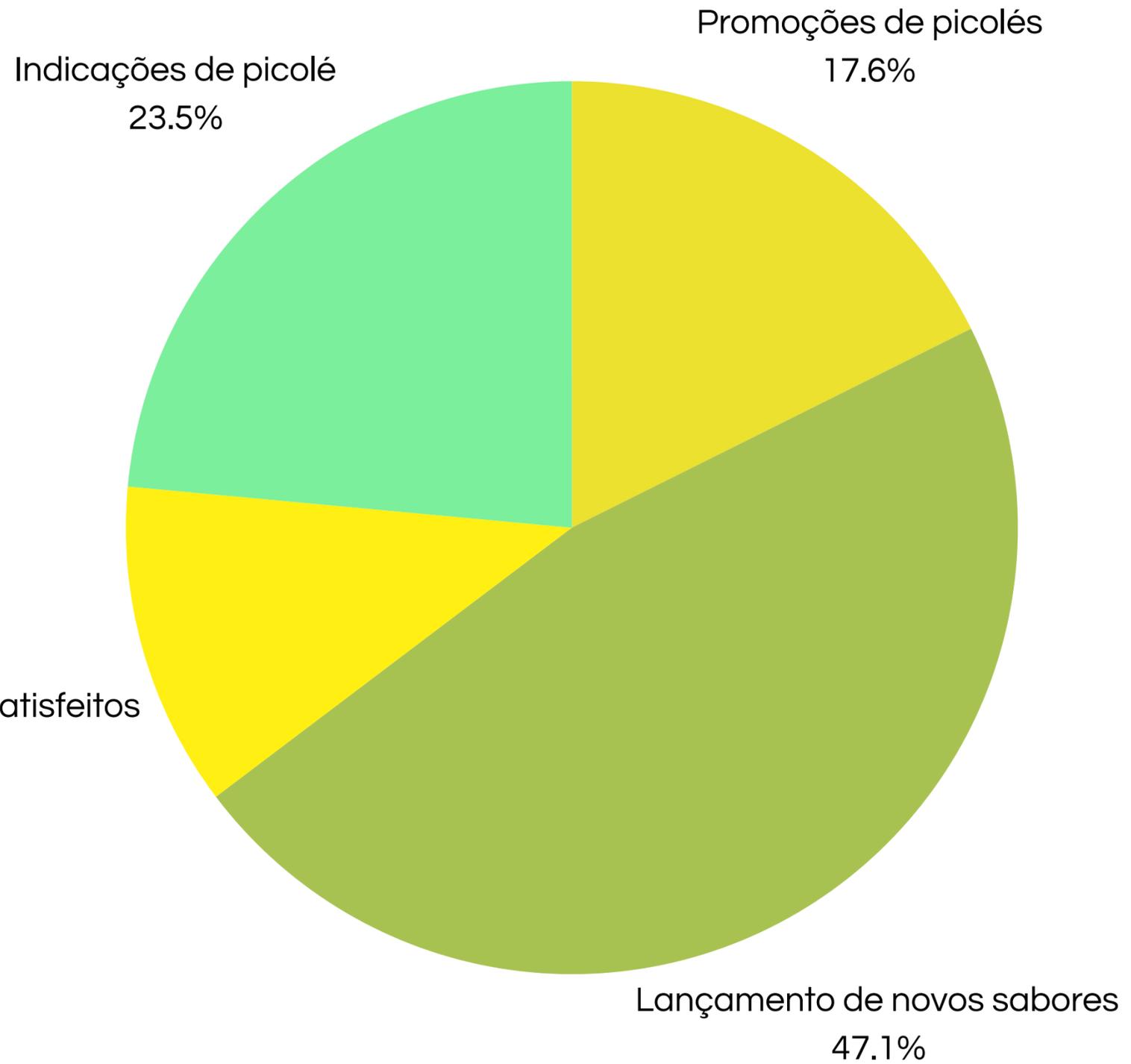
Base válida: 33 respondentes.

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

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO RAMO DE ATUAÇÃO

Na pesquisa, identificamos que entre as pessoas que seguem sorveterias nas redes sociais, a maioria prefere conteúdos sobre o lançamento de novos sabores (47,1%). Tornando-se um tipo de conteúdo extremamente promissor da Frutos de Goiás trazer em suas redes sociais.

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

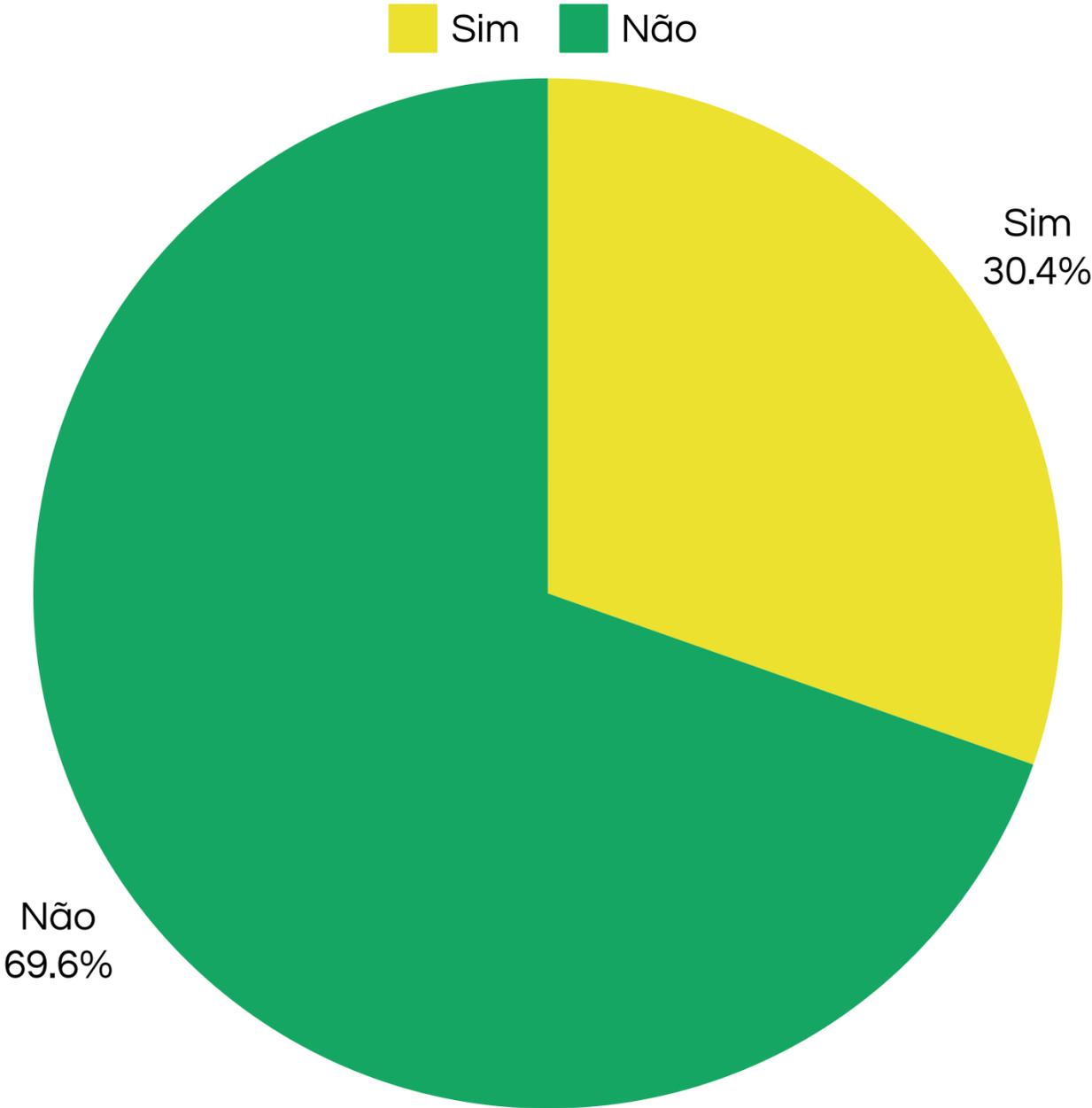


Base válida: 33 respondentes.

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

PESSOAS QUE JÁ COMPRARAM ALGUM PRODUTO NA SORVETERIA FRUTOS DE GOIÁS

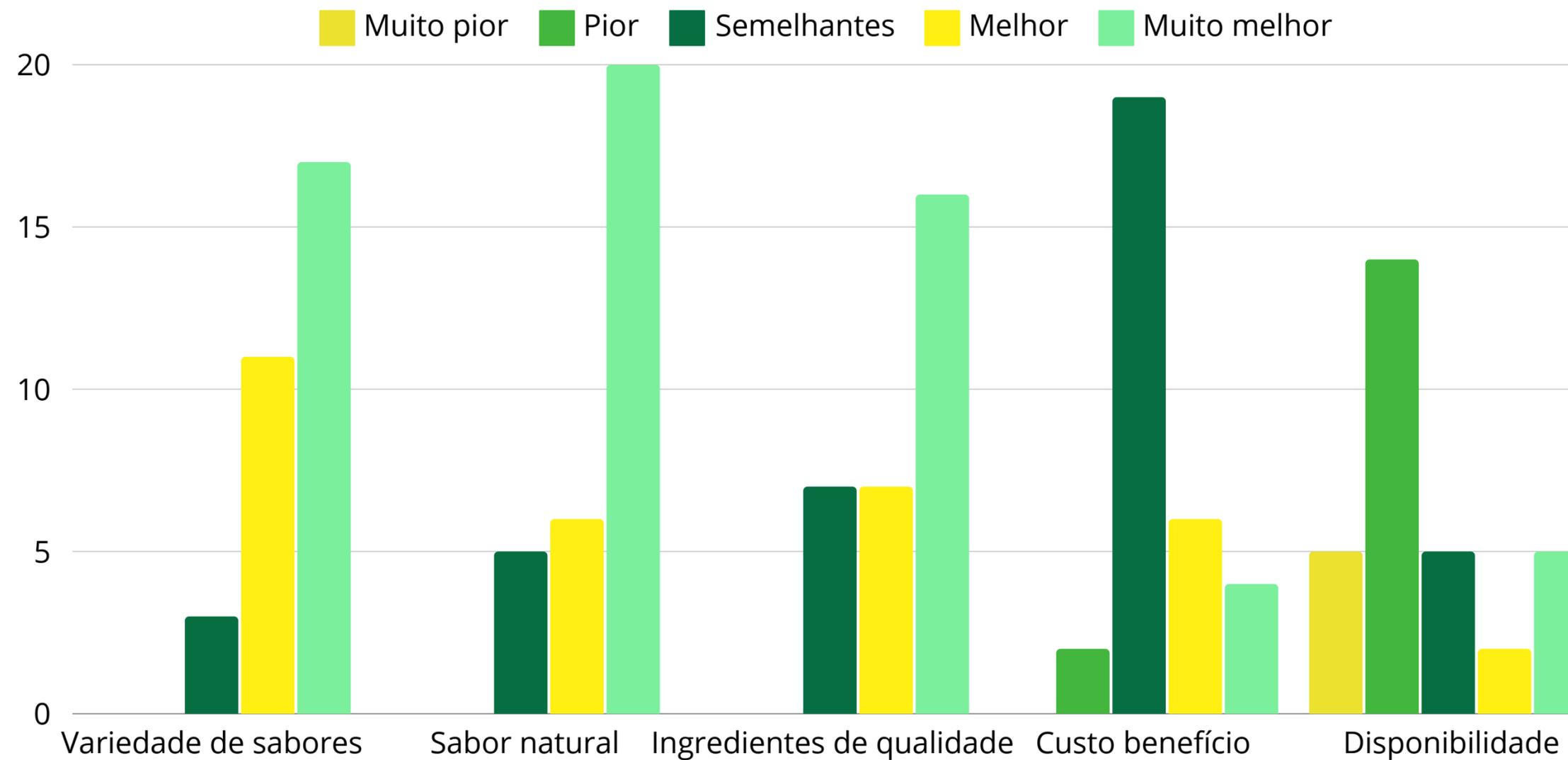
Na pesquisa, identificamos que a maioria das pessoas (69,6%) nunca compraram algum produto na sorveteria Frutos de Goiás. Esse fator revela que a marca tem ainda a possibilidade de crescer consideravelmente entre seu público-alvo na cidade de Praia Grande, bem como reforçar sua imagem perante os que ainda não a conhecem.



Base válida: 102 respondentes.

Q07. Você já comprou produtos da sorveteria Frutos de Goiás? (RU)

ESCOLHA DOS RESPONDENTES EM UMA ESCALA DE 1 A 5, EM QUE 1 É MUITO PIOR E 5 É MUITO MELHOR COMPARANDO OS PICOLÉS DA FRUTOS DE GOIÁS COM PICOLÉS DE OUTRAS MARCAS

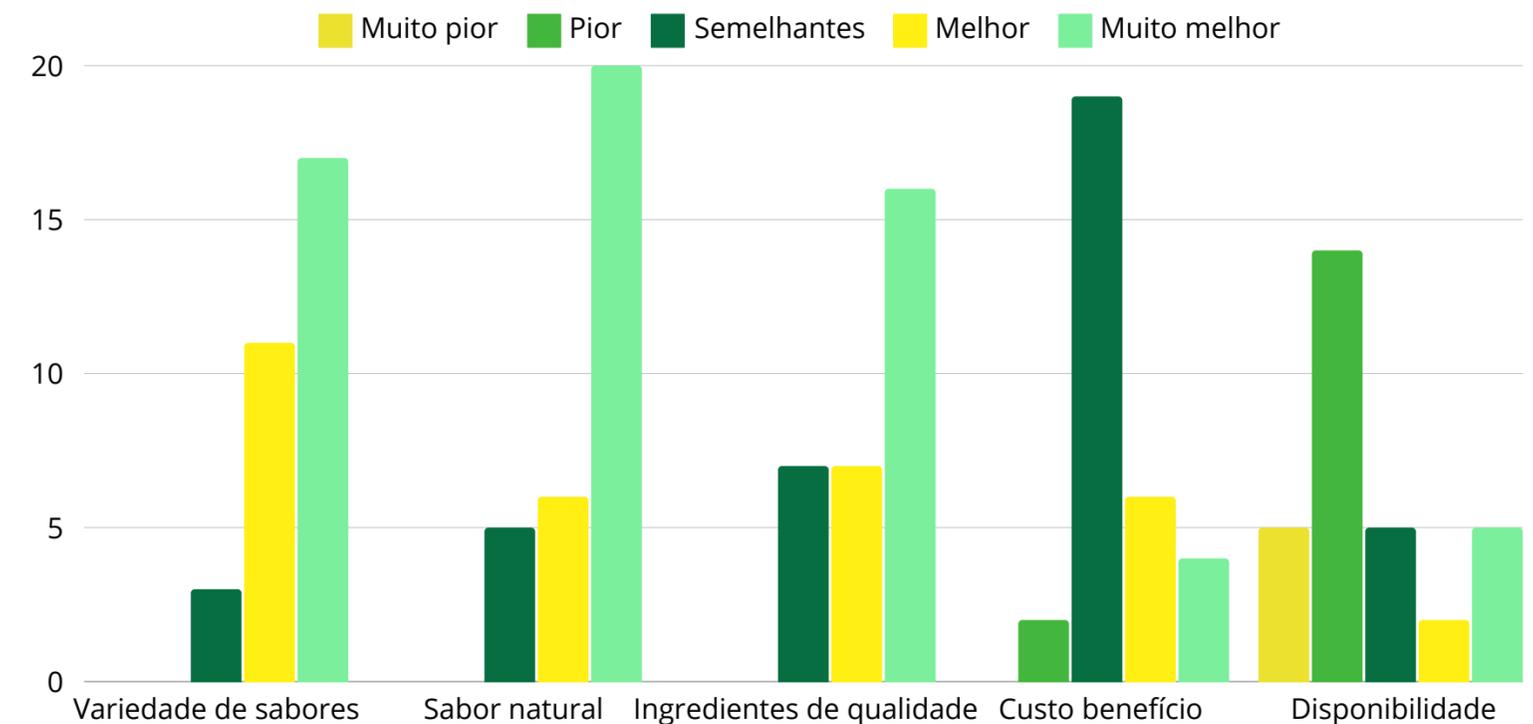


Base válida: 31 respondentes.

Q08. Dentre as opções a seguir, 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)

ESCOLHA DOS RESPONDENTES EM UMA ESCALA DE 1 A 5, EM QUE 1 É MUITO PIOR E 5 É MUITO MELHOR COMPARANDO OS PICOLÉS DA FRUTOS DE GOIÁS COM PICOLÉS DE OUTRAS MARCAS

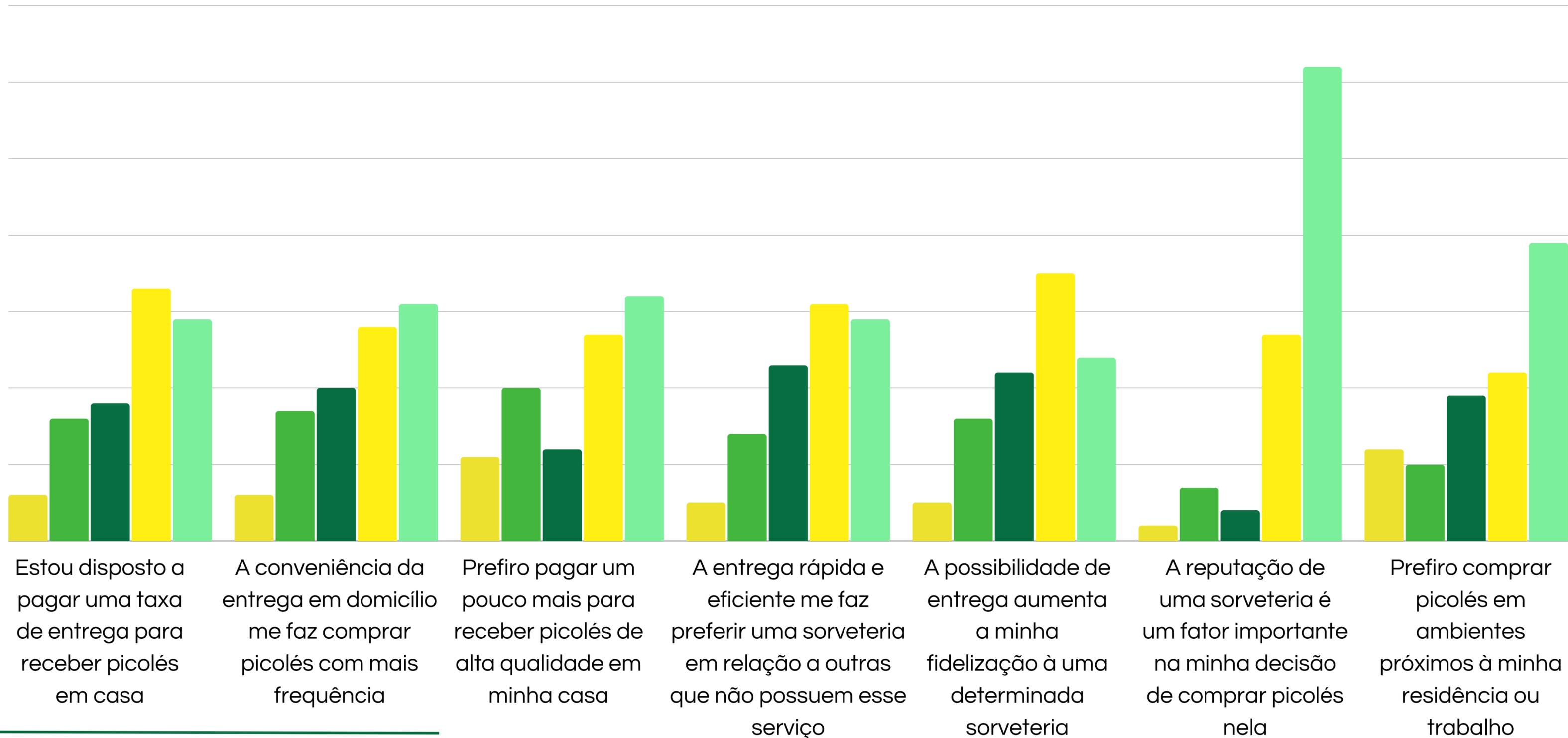
No gráfico podemos analisar que o produto apresenta uma excelente aceitação nos quesitos variedade de sabor, sabor natural e ingredientes de qualidade, com a maioria dos consumidores considerando-o muito melhor em comparação aos concorrentes. No entanto, ele não atinge as expectativas dos consumidores em relação ao custo-benefício, visto como semelhante aos concorrentes, e à disponibilidade, considerada pior, possivelmente devido à sua restrição de venda exclusiva em lojas próprias.



Base válida: 31 respondentes.

Q08. Dentre as opções a seguir, 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)

■ Discordo totalmente
 ■ Discordo parcialmente
 ■ Neutro
 ■ Concordo parcialmente
 ■ Concordo totalmente



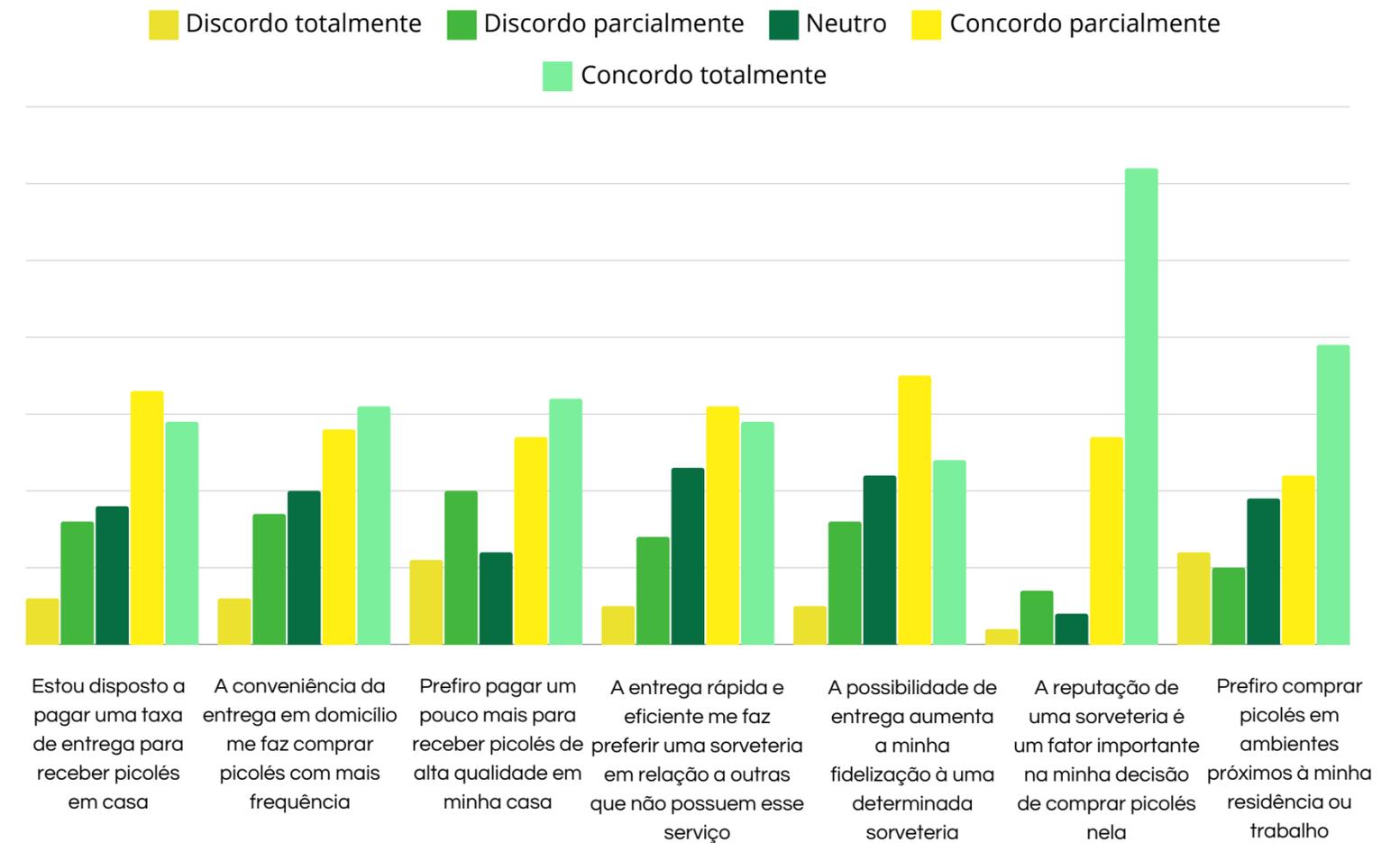
Base válida: 102 respondentes.

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

COMO OS RESPONDENTES AVALIARAM CADA AFIRMAÇÃO EM UMA ESCALA ENTRE “DISCORDO TOTALMENTE” E “CONCORDO TOTALMENTE”

Ao analisarmos o gráfico da pesquisa, podemos observar os seguintes pontos:

- Disposição para pagar a taxa de entrega: A maioria concorda, indicando uma alta disposição para pagar pela conveniência.
- Frequência de compra devido à conveniência da entrega: Muitos concordam que a conveniência aumenta a frequência de compra.
- Pagamento adicional por alta qualidade: A maioria está disposta a pagar um pouco mais por picolés de alta qualidade entregues em casa.
- Preferência por sorveterias com entrega rápida e eficiente: A maioria prefere sorveterias que oferecem entregas rápidas e eficientes em relação a outras que não possuem esse serviço.
- Fidelização devido à possibilidade de entrega: A possibilidade de entrega aumenta significativamente nossa fidelidade a uma sorveteria.
- Importância da reputação da sorveteria: Uma maioria absurda vê a reputação é um fator muito importante na decisão de compra.
- Preferência por comprar picolés próximos à residência ou trabalho: A maioria prefere comprar picolés em locais próximos de nossa residência ou trabalho.

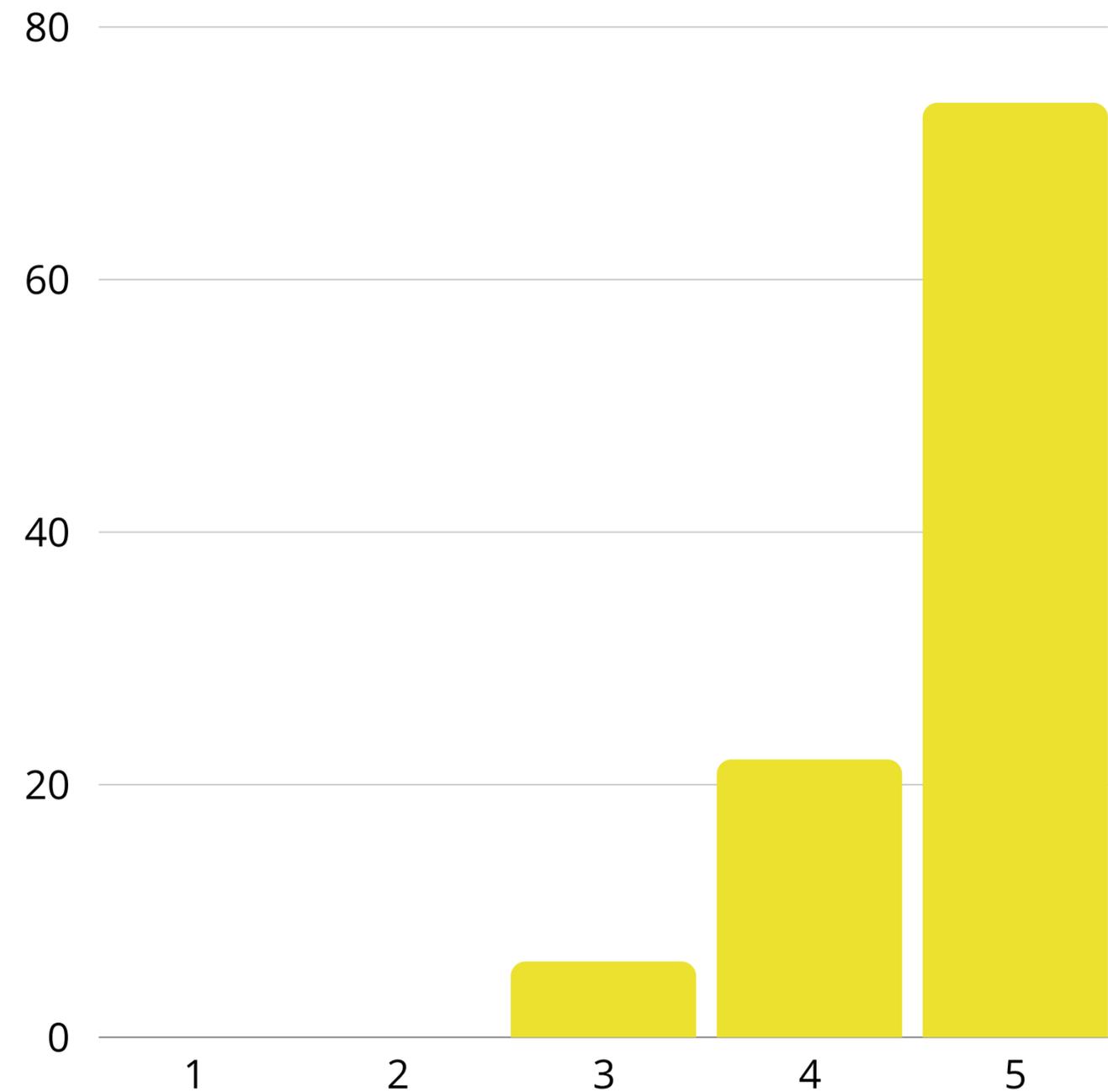


Base válida: 102 respondentes.

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

EM UMA ESCALA DE 1 A 5, SENDO 1 “MUITO IMPROVÁVEL”, E 5, “MUITO PROVÁVEL”, QUAL A PROBABILIDADE DOS RESPONDENTES ESCOLHEREM UMA SORVETERIA QUE GARANTA PRODUTOS QUE CONTENHAM 90% DA FRUTA EM SUA COMPOSIÇÃO

Na pesquisa, identificamos que a maioria das pessoas (72,5%) escolheram a nota máxima (5) da escala da probabilidade de escolherem uma sorveteria com produtos que contenham 90% da fruta na composição. Ou seja, essa característica dos picolés da sorveteria Frutos de Goiás é um diferencial da marca que deve ser promovida e enfatizado pela franquia na cidade de Praia Grande.



Base válida: 102 respondentes.

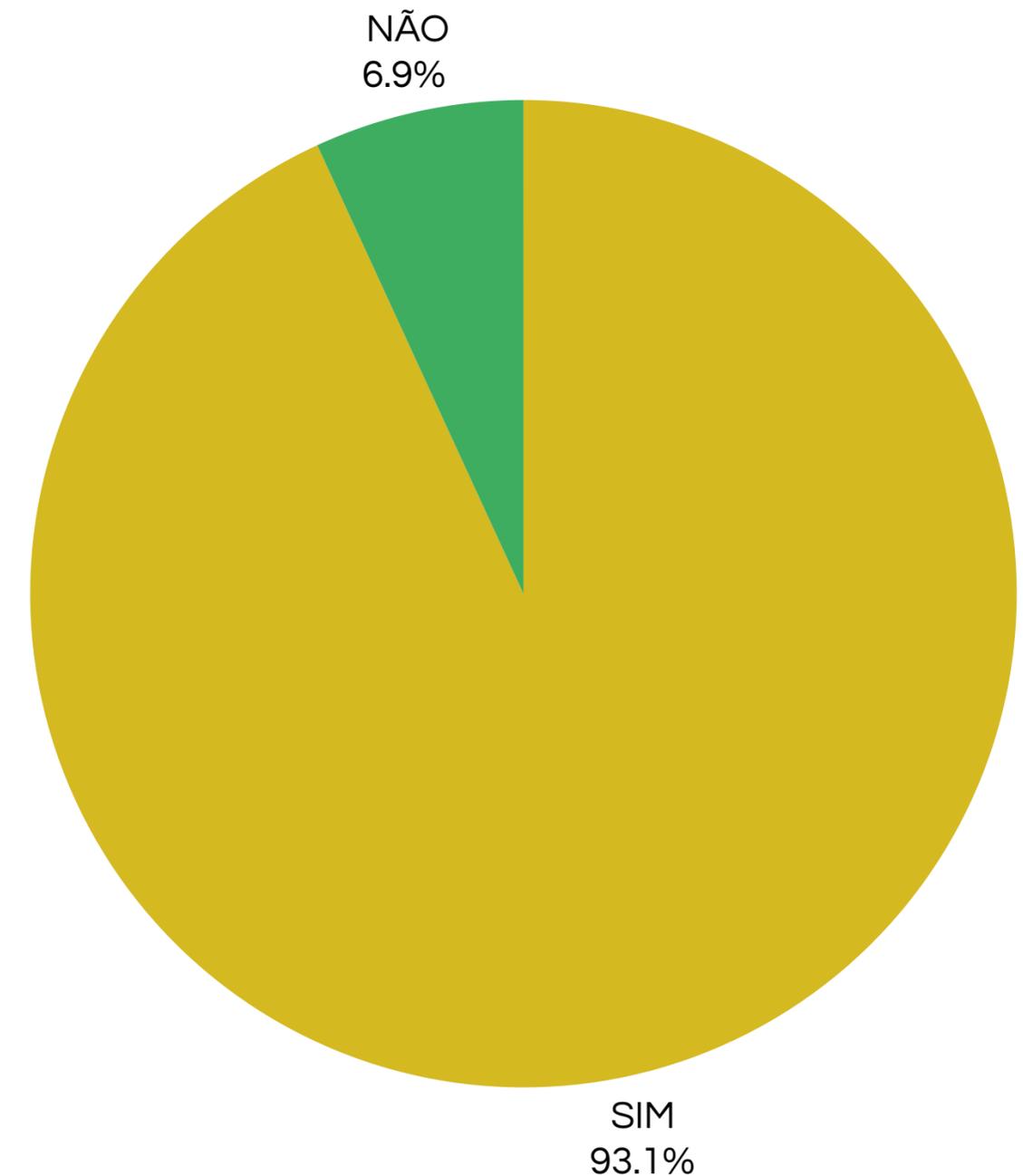
Q13. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 “Muito improvável”, e 5, “Muito provável”, qual a probabilidade de você escolher uma sorveteria que garanta produtos que contenham 90% da fruta em sua composição? (RU)

DEMANDA DO SERVIÇO

VOCÊ JÁ UTILIZOU O SERVIÇO DE DELIVERY?

Observando o resultado da pergunta relacionada ao hábito de utilizar serviços de entrega no geral, podemos observar que a grande maioria dos respondentes (93,1%) responderam que sim, já usaram.

Com esse resultados, é notório que há uma aderência positiva pelo publico em relação a serviços de delivery no geral. Com isso, podemos entender que o serviço de entrega, talvez, possa vir a ser uma alternativa válida para a marca.



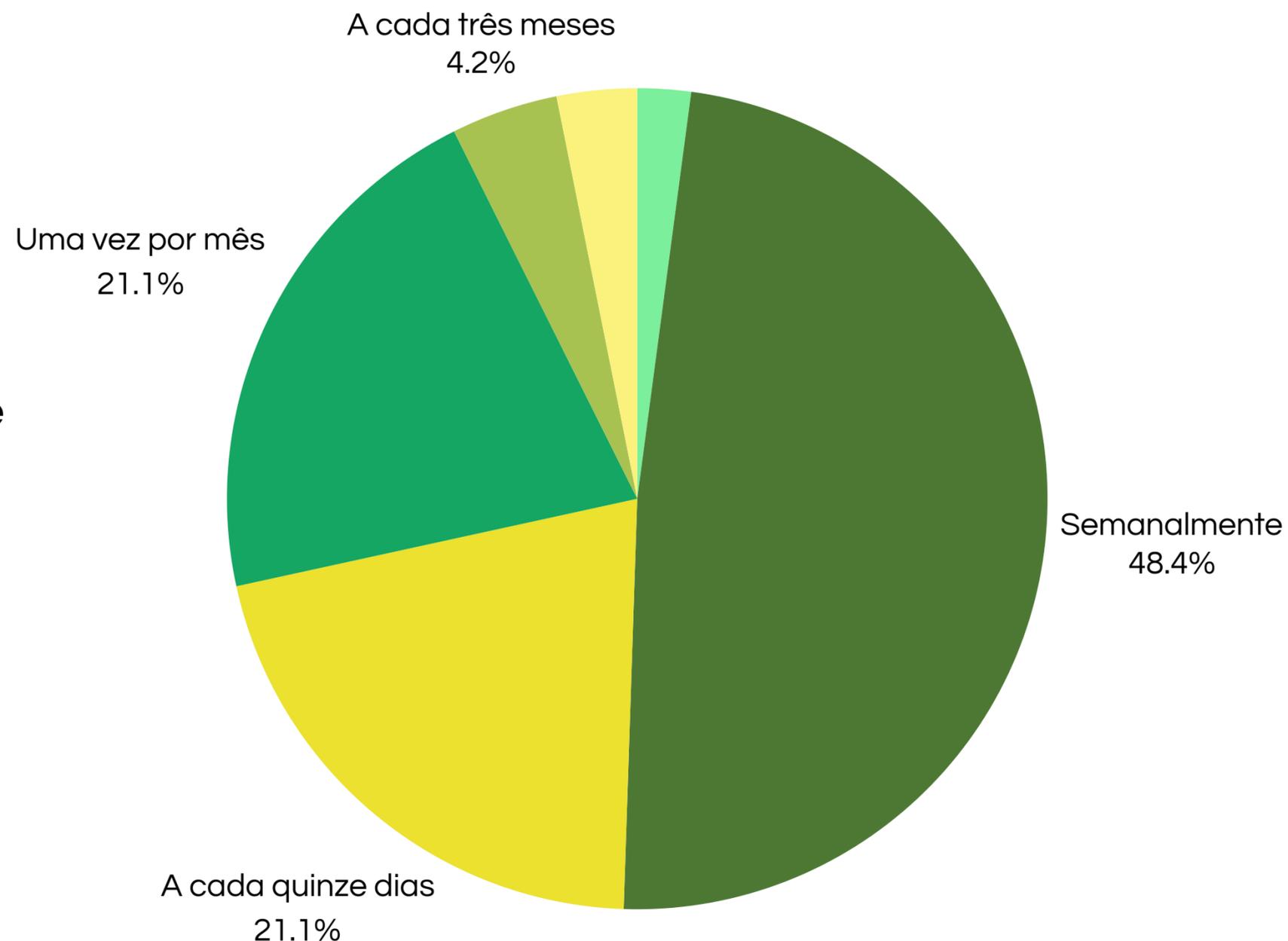
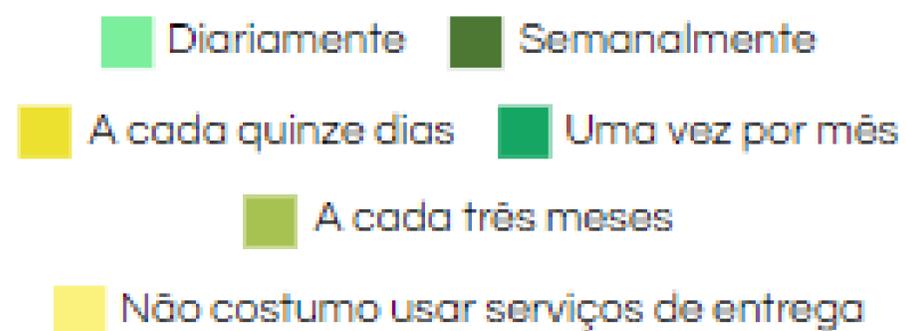
Base válida: 102 respondentes.

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

COM QUAL FREQUÊNCIA VOCÊ USA SERVIÇOS DE ENTREGA DE ALIMENTO?

Observando o resultado da pergunta relacionada a frequência do uso dos serviços de entrega, é possível observar que 48,4% dos respondentes utilizam tal serviço semanalmente.

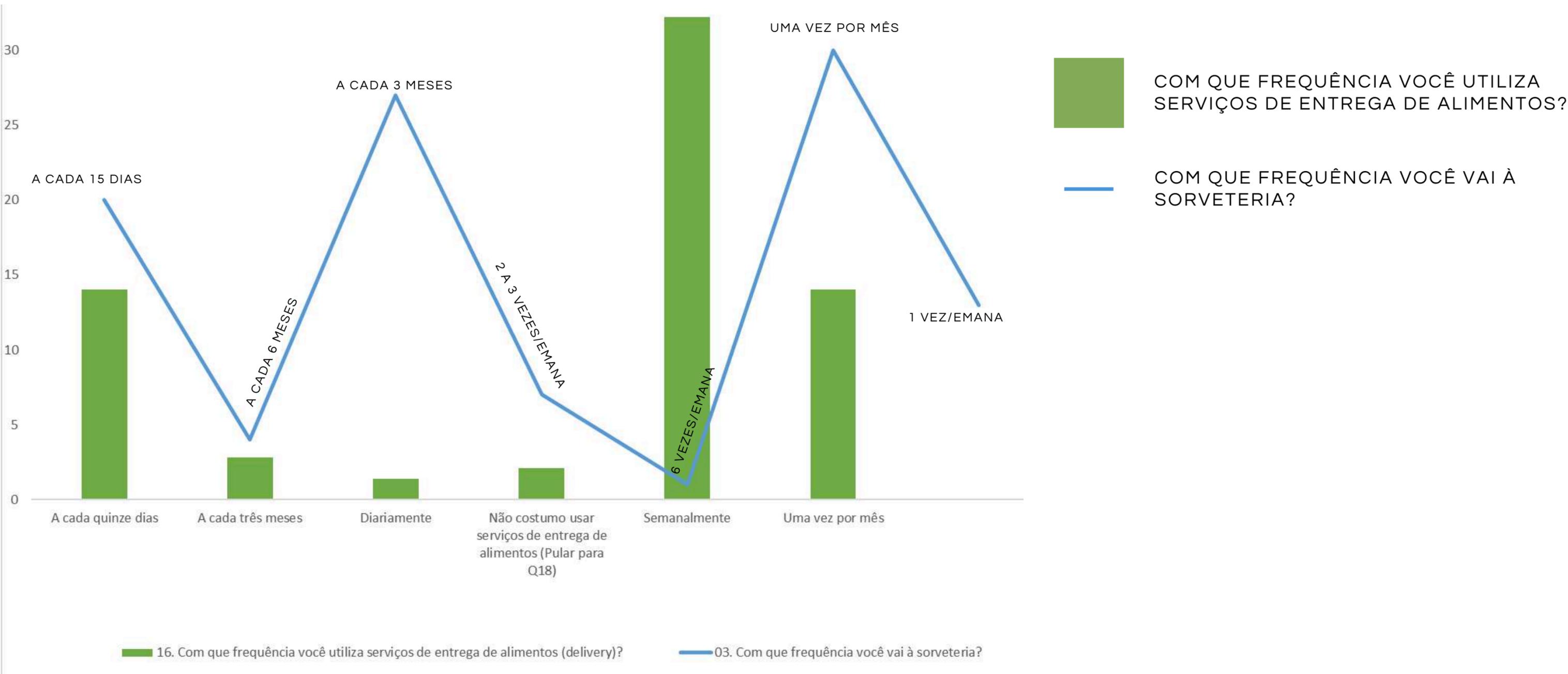
Sendo assim, podemos entender que frequência semanal de uso destaca a importância dos serviços de entrega na rotina das pessoas, sugerindo que caso a Frutos de Goiás implementasse tal serviço, teria um resultado positivo em relação à procura por esse serviço.



Base válida: 95 respondentes.

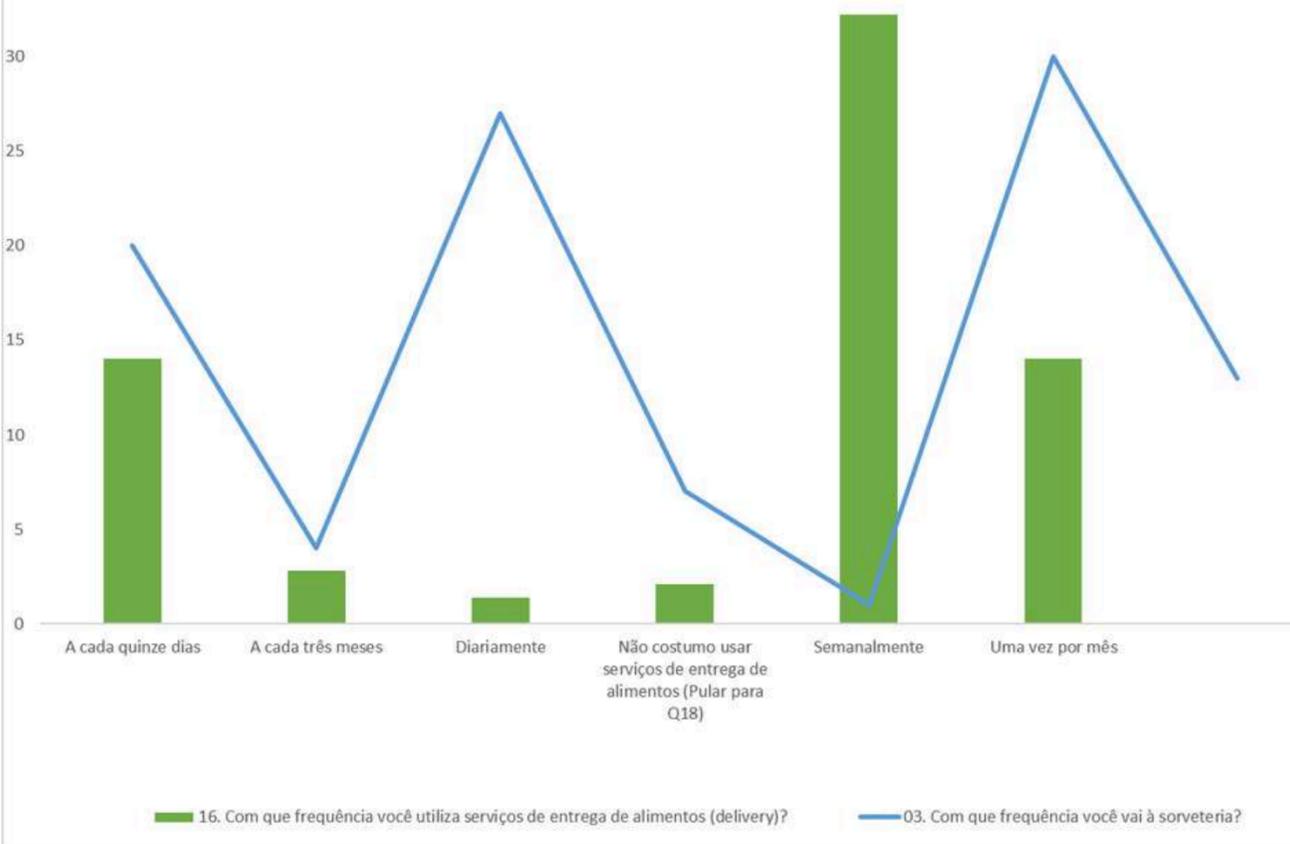
Q16. Com que frequência você utiliza serviços de entrega de alimentos (delivery)? (RU)

FREQUÊNCIA QUE RESPONDENTES UTILIZAM SERVIÇOS DE ENTREGA DE ALIMENTOS X FREQUÊNCIA QUE OS RESPONDENTES VÃO À SORVETERIA



Base válida: 102 respondentes.

FREQUÊNCIA QUE RESPONDENTES UTILIZAM SERVIÇOS DE ENTREGA DE ALIMENTOS X FREQUÊNCIA QUE OS RESPONDENTES VÃO À SORVETERIA



O GRÁFICO MENCIONA A FREQUÊNCIA COM QUE AS PESSOAS UTILIZAM SERVIÇOS DE ENTREGA EM COMPARAÇÃO À FREQUÊNCIA QUE ELAS VÃO EM SORVETERIA. DESSA FORMA, NOTA-SE QUE A MAIOR FREQUÊNCIA É UMA VEZ POR MÊS EM RELAÇÃO À IDA NA SORVETERIA E EM RELAÇÃO AO USO DOS SERVIÇOS DE ENTREGA A MAIOR FREQUÊNCIA OCORRE SEMANALMENTE. COM ISSO, VÊ-SE UMA SIGNIFICATIVA UTILIZAÇÃO DO SERVIÇO DE ENTREGA, O QUE PODE SER ALGO POSITIVO À IMPLEMENTAÇÃO DO SERVIÇO NA FRUTO DE GOIÁS QUANDO CONSIDERADO APENAS A POPULARIDADE DO SERVIÇO EM MEIO AOS 102 ENTREVISTADOS.

- COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ UTILIZA SERVIÇOS DE ENTREGA DE ALIMENTOS?
- COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ VAI À SORVETERIA?

Base válida: 102 respondentes.

Q16. Com que frequência você utiliza serviços de entrega de alimentos (delivery)? (RU) Q03. Com que frequência você vai à sorveteria? (RU)

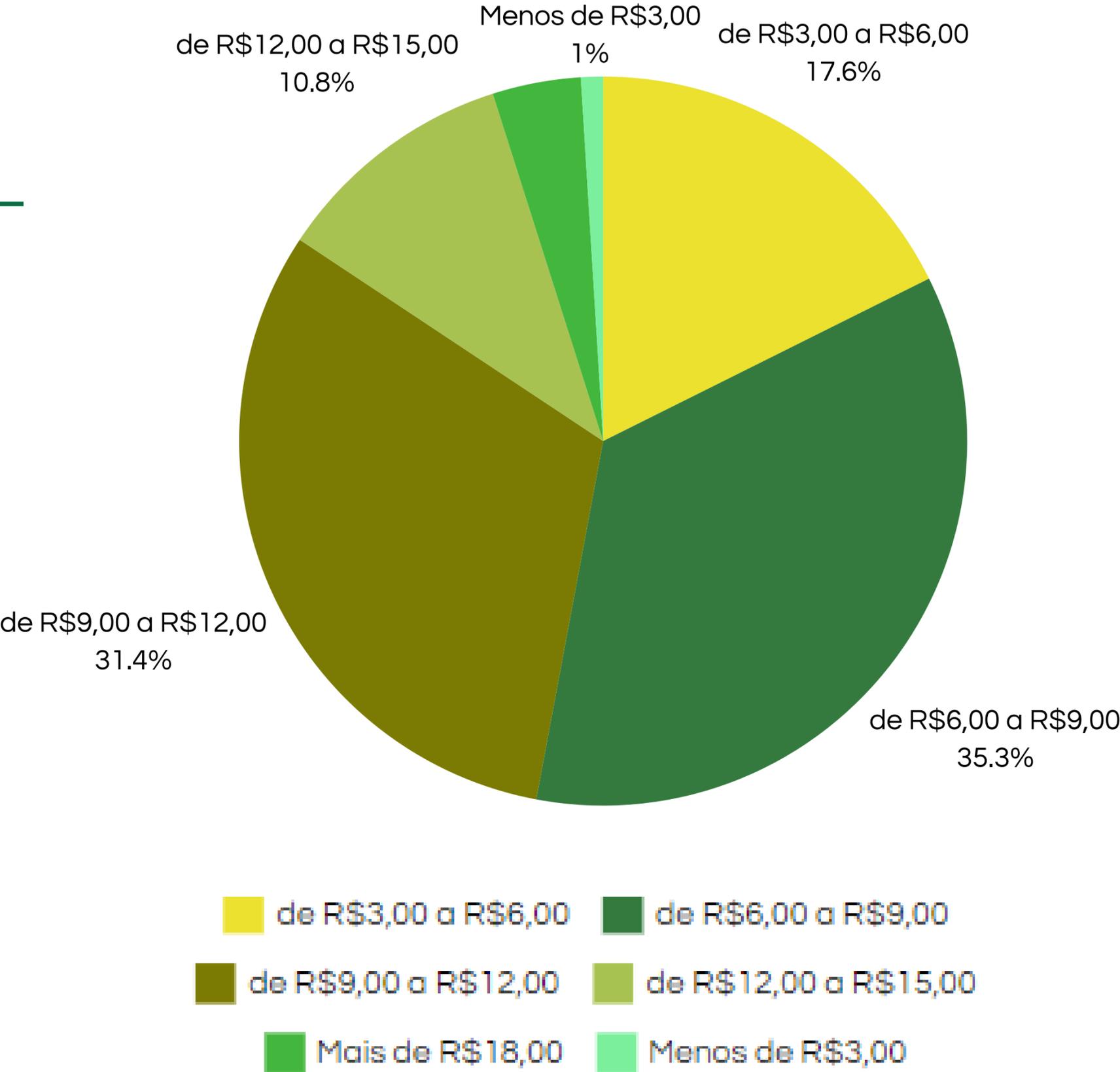
QUANTO VOCÊ GASTA EM UM PICOLÉ?

Na pergunta sobre quanto as pessoas estão pagando por um picolé, ao observar os resultados, podemos notar que 35,3% (grande maioria) dos respondentes estão pagando de R\$6,00 a R\$9,00 reais e 31,4% dos respondentes pagam de R\$9,00 a R\$12,00 reais.

Ao olhar no mercado, podemos perceber que essas faixas de preços podem ser encontrada em marcas que contém uma linha "premium". Comparando com a Fruto de Goiás, esse resultado está dentro da faixa dos sorvetes tradicional, especial e pequenos que a marca oferece. Sendo assim, entendemos que esse resultado é um ponto positivo para a marca.

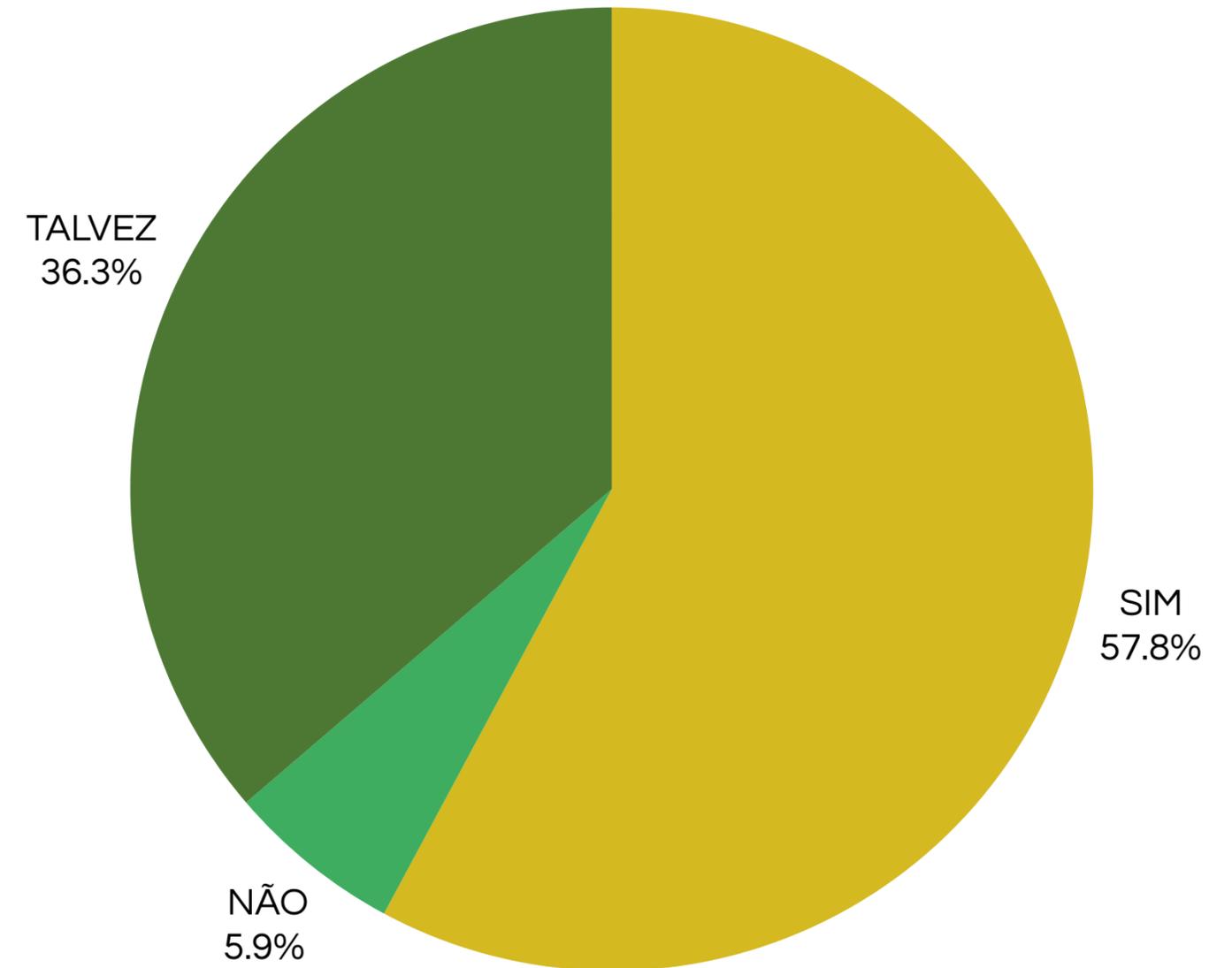
Base válida: 102 respondentes.

Q20. Quanto você gasta em um picolé? (RU)



A INFLUÊNCIA DO SERVIÇO DE DELIVERY NA COMPRA

Identificamos nas respostas que grande parte dos respondentes teriam tendências positivas em relação a comprar picolés na Fruto de Goiás com a influencia do delivery, tendo em vista que 57,8% dos respondentes disseram que comprariam e 36,3% disseram que talvez comprariam. Mostrando-se um resultado promissor para a implementação do serviço.

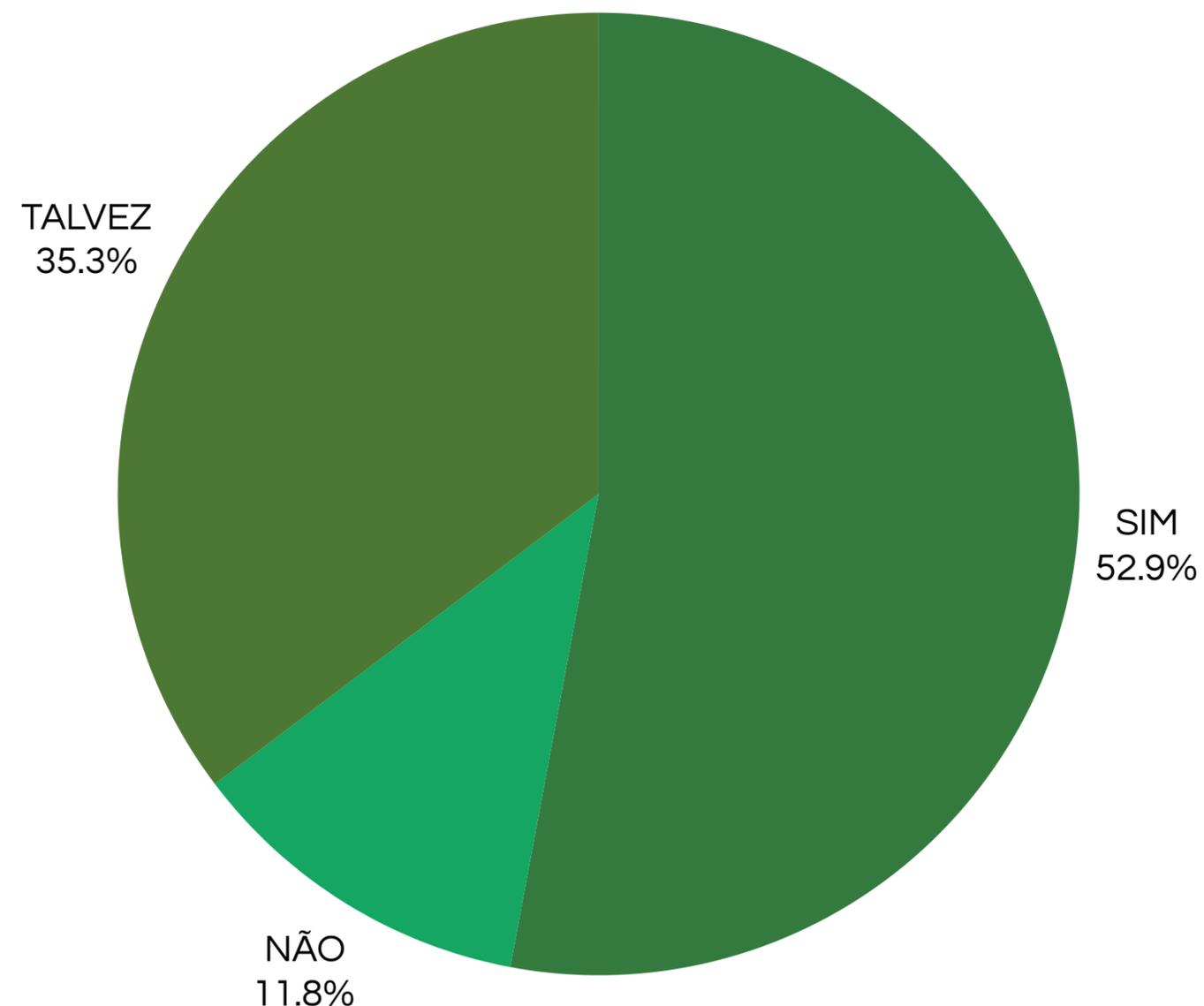


Base válida: 102 respondentes.

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)

VOCÊ ESTARIA DISPOSTO A PAGAR FRETE POR UM SERVIÇO DE DELIVERY DA FRUTO DE GOIÁS?

Identificamos nas respostas que grande parte dos respondentes teriam tendências positivas em relação a pagar pelo frete do serviço de entregas, tendo em vista que 52,9% dos respondentes disseram que comprariam e 35,3% disseram que talvez comprariam. Mostrando-se um resultado duvidoso para a implementação do serviço, ainda que há uma parcela resistente.



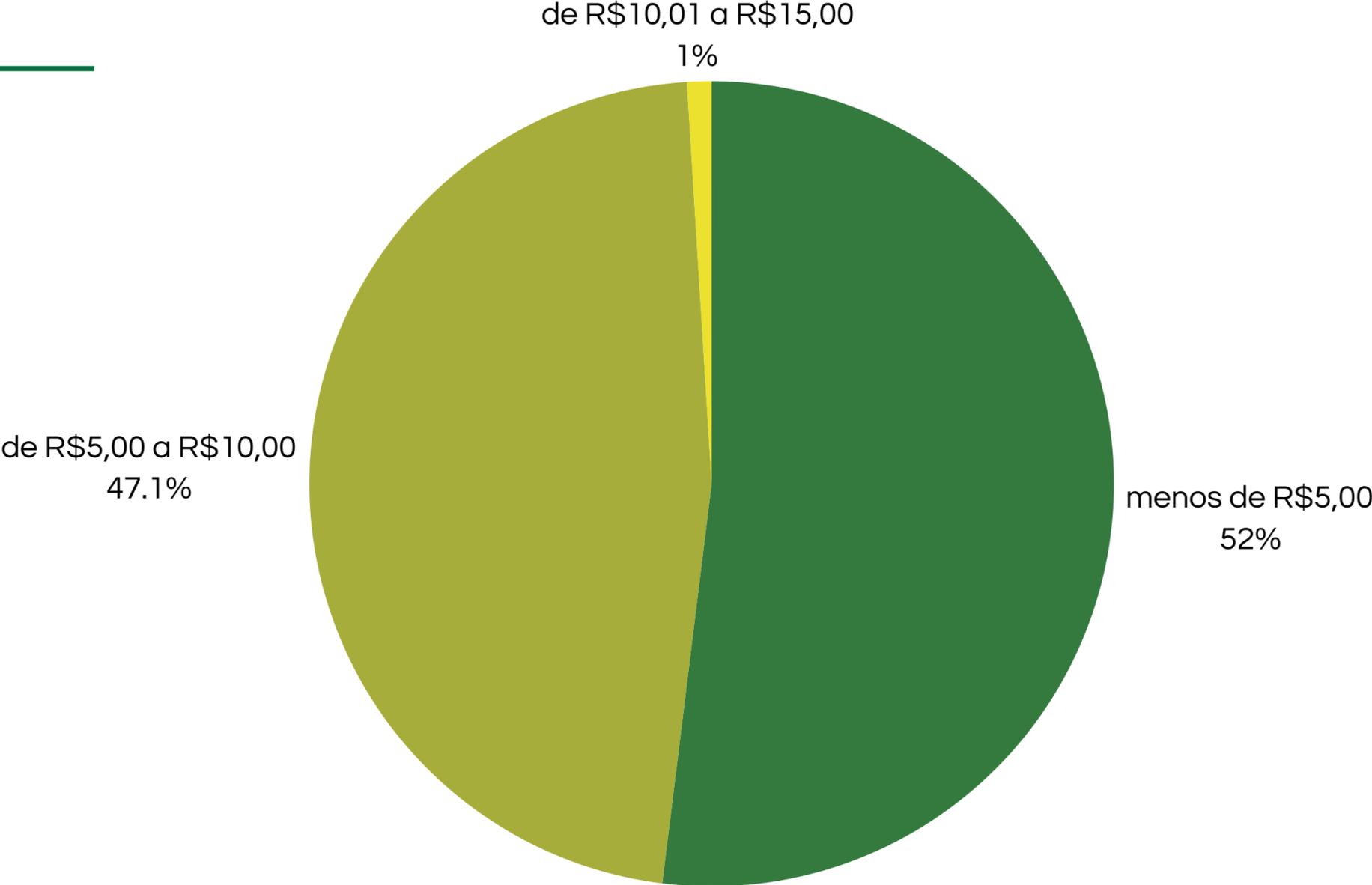
Base válida: 102 respondentes.

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

QUANTO VOCÊ PAGARIA POR UM SERVIÇO DE DELIVERY?

Ao perguntar sobre quanto os respondentes estavam dispostos a pagar por um serviço de delivery com frete fixo, podemos observar que 52% dos respondentes pagariam menos de R\$5,00 e 41.1% pagariam de R\$5,00 a R\$10,00.

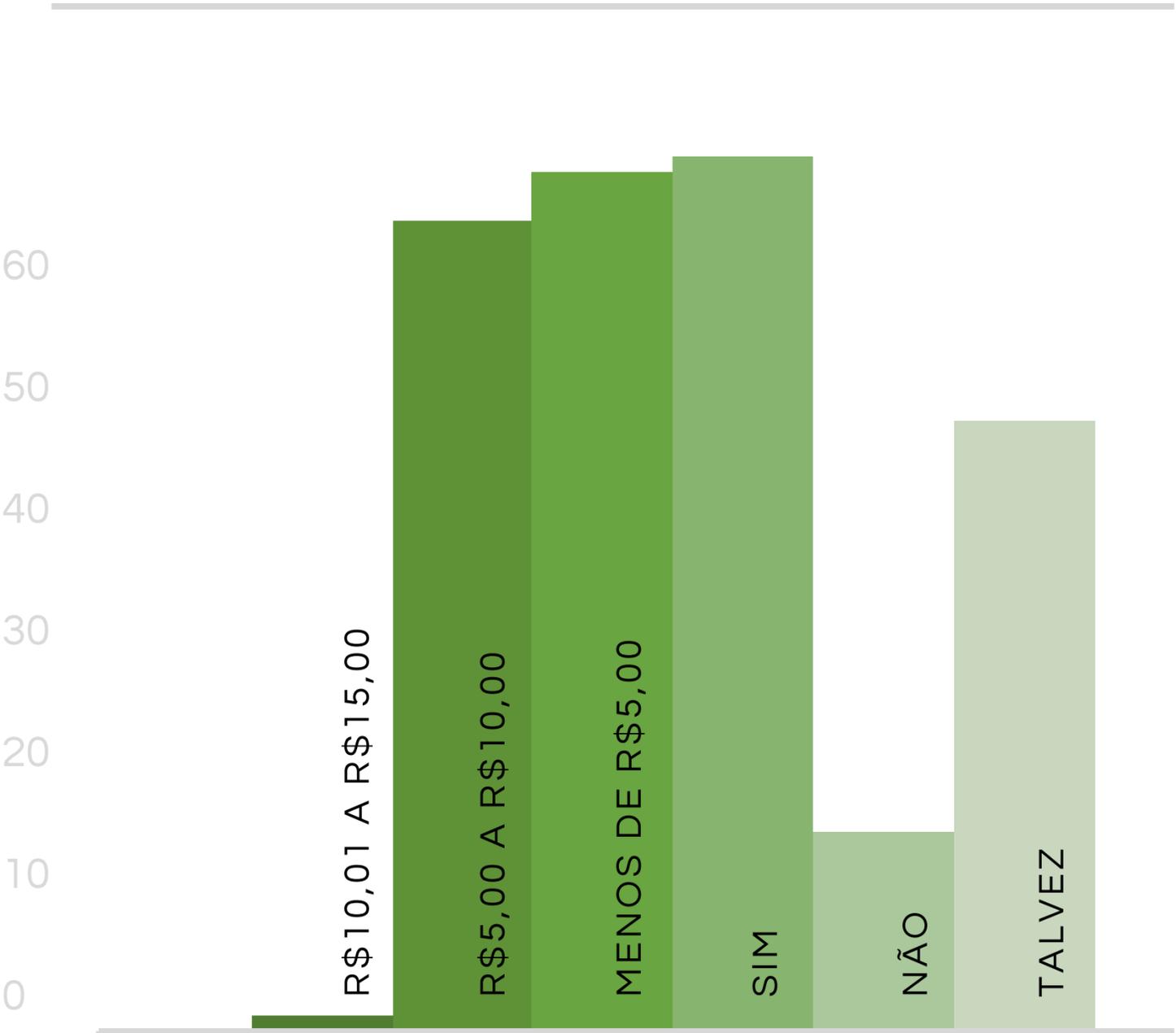
Com isso podemos perceber que, por mais que haja uma aderência positiva ao serviço de entrega, ainda existe uma resistência em relação a valores mais elevados do frete fixo, levando em consideração todas as variáveis para essa implementação do serviço.



Base válida: 102 respondentes.

Q21. Qual faixa de preço você acha justo pagar na taxa de delivery de picolés? Considere um frete fixo. (RU)

FAIXA DE PREÇO JUSTA PARA ENTREGA DE PICOLÉ X SE ESTARIA DISPOSTO A PAGAR UM VALOR ADICIONAL PELO SERVIÇO DE ENTREGA DA FRUTOS DE GOIÁS



O GRÁFICO DE COLUNAS REPRESENTADO AO LADO DETERMINA A JUNÇÃO DAS VARIÁVEIS RELACIONADAS A PERCEPÇÃO DE UM PREÇO JUSTO PARA O SERVIÇO DE DELIVERY E SE O ENTREVISTADO ESTARIA DISPOSTO A PAGAR UM VALOR ADICIONAL PARA ALÉM DAQUELE REFERENTE AO PRODUTO, PARA OBTER ESSE SERVIÇO. COM ISSO, PELA REPRESENTAÇÃO VISUAL, PERCEBE-SE QUE GRANDE PARTE DOS ENTREVISTADOS, ESPECIFICAMENTE 52 DELES, TÊM UMA PERCEPÇÃO DE QUE O VALOR ADEQUADO PARA A TAXA DE ENTREGA SERIA EQUIVALENTE A MENOS DE R\$5,00, O QUE COLOCA EM PAUTA O QUÃO VALERIA A PENA A IMPLEMENTAÇÃO DO SERVIÇO DA FRUTOS DE GOIÁS, CONSIDERANDO OS CUSTOS DO MESMO. PORTANTO, TAMBÉM É VÁLIDO RESSALTAR QUE 53 RESPONDENTES DEMONSTRARAM SER FAVORÁVEIS AO SERVIÇO, UM NÚMERO QUE DEVE SER COLOCADO EM DISCUSSÃO PARA AVALIAR A POSSIBILIDADE DE IMPLEMENTAR O SERVIÇO NA SORVETERIA.

Base válida: 102 respondentes.

RESUMO DA PESQUISA

Pontos-chave da pesquisa

RESUMO



Ao longo da pesquisa observamos uma alta adesão ao delivery, e uma aprovação significativa de sua implementação. No entanto, é um segmento que gera muitas dúvidas e incertezas quanto ao seu consumo via delivery para o consumidor.



Na pesquisa, 72,5% dos respondentes deram nota máxima (5) à probabilidade de escolherem uma sorveteria com produtos contendo 90% de fruta. Isso destaca um diferencial importante dos picolés da Frutos de Goiás, que deve ser promovido na franquia de Praia Grande.



Ao analisar os resultados sobre expectativa de preço, ficou claro que a maioria dos respondentes pagaria menos de R\$5,00 pelo serviço, o que geraria uma consequência negativa para a marca, tendo em vista os custos pelo serviço.



A maioria dos respondentes considera razoável pagar um frete fixo de menos de R\$5,00. No entanto, essa quantia não é vista como especialmente atrativa, pelo custo de operação dessa implementação.

CONCLUSÃO

O que pode-se concluir da pesquisa realizada

CONCLUSÕES

O que pode-se concluir da pesquisa realizada



A franquia da sorveteria Frutos de Goiás localizada em Praia Grande não deve implementar o serviço de delivery de picolés, pois apesar de possuir um público considerável, não é suficiente para os padrões de ação estabelecidos na pesquisa.



Ademais, vale ressaltar por mais que tenha uma certa aderência, não é um serviço válido para o segmento da empresa, afinal, picolés são produtos que perecem e são consumidos rapidamente. Além disso, ir à sorveteria é considerado, por muitas vezes, uma experiência e momento de lazer.



Atualmente a marca não tem awareness suficiente na Praia Grande, além disso, por ser um segmento nichado, o público tem uma relação muito fraca com conteúdos de sorveteria nas redes sociais. Sendo assim, identificamos a oportunidade de investir em uma relação de fidelidade para gerar um sentimento positivo em relação a marca e assim fomentar um marketing boca a boca, gerando mais clientes por indicação de amigos ou familiares.



Ao analisar os resultados sobre expectativa de preço, ficou claro que a maioria dos respondentes pagaria menos de R\$5,00 pelo serviço, o que geraria uma consequência negativa para a marca, tendo em vista os custos pelo serviço. Assim, nota-se que há uma resistência em relação a valores mais elevados de frete.



Embora a implementação do delivery pareça positiva e tenha adesão de um pouco mais da metade dos respondentes, há uma considerável porcentagem que encontra-se em dúvida sobre sua opinião em relação a aderir ou não o serviço.

Grupo 16

OBRIGADO!
