

EACH USP



GALERIA DO QUEIJO

Apresentação dos Resultados

Cristina Dong Yang
Gabriela Fogaccia
João Pedro Cop
Júlia da Fonte Peret

Data:
Junho 2024

Agenda

1. Resumo do Briefing

2. Perfil dos Respondentes

3. Interesse de Compra

4. Valor da Embalagem

5. Precificação

6. Conclusão

1. Resumo do Briefing



Sobre a 'Galeria do Queijo'

A "Galeria do Queijo" é uma queijaria familiar de médio porte especializada na promoção, venda e regulamentação de queijos artesanais de pequena produção

Se encontra no Box 06 do Hortifruti Imigrantes, localizado no Bairro Jardim da Saúde, em São Paulo, há mais de 28 anos

Fundada por Falco Bonfadini e Márcia Araujo

Problema de Marketing

“A Galeria do Queijo deve introduzir uma nova embalagem para transformar os queijos em presentes?”

Problema de Pesquisa

Quais são as preferências dos clientes, suas percepções sobre presentear queijos e o valor agregado que uma embalagem especial pode oferecer?”

Método

Pesquisa qualitativa, com amostragem por conveniência, a qual obtivemos 100 respondentes, aplicada no modelo Survey.

Trata-se de uma pesquisa conclusiva descritiva transversal única.

Padrão de Ação

Se 70% dos respondentes mostrarem interesse de compra devido à nova embalagem de presente, o estabelecimento será aconselhado a investir nela e em sua promoção para aumentar as vendas e introduzir um diferencial positivo.

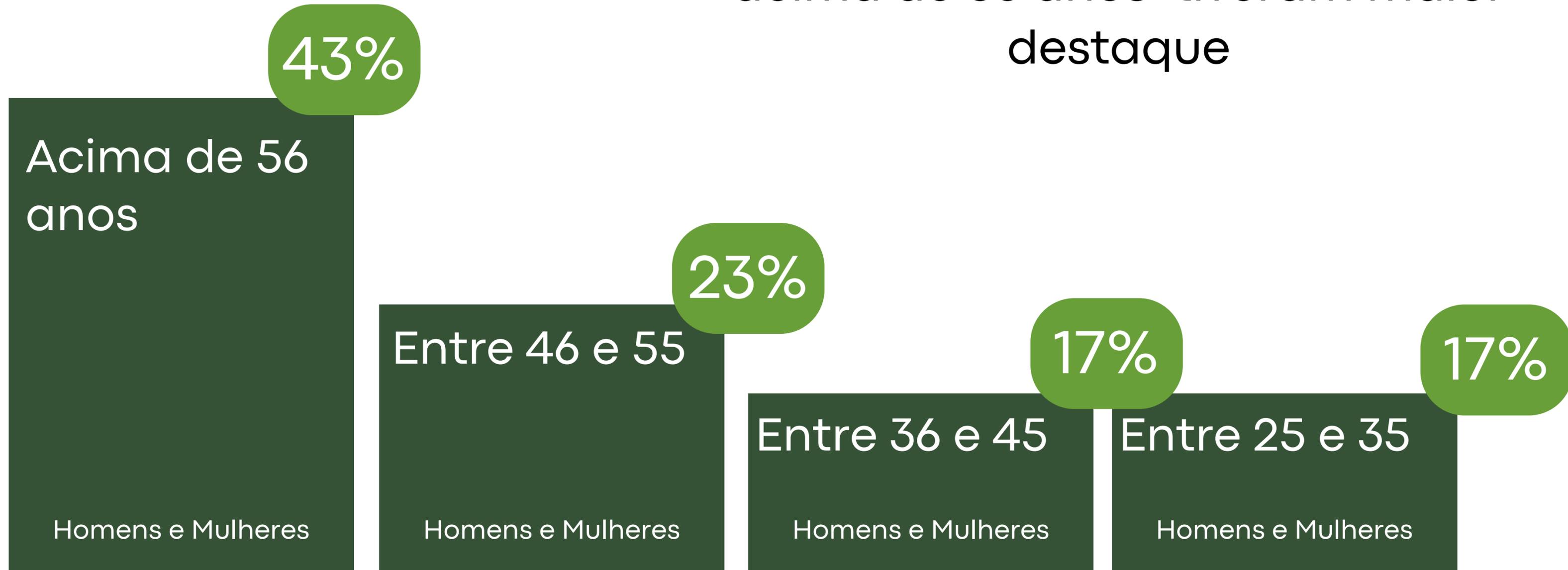
Público-Alvo da Pesquisa

Homens e mulheres acima de 25 anos, pertencentes às classes A, B e C que demonstrem interesse no produto proposto e que já tenham frequentado a Galeria do Queijo pelo menos uma vez

2. Perfil das Respondentes

Faixa Etária

Na pesquisa, homens e mulheres acima de 56 anos tiveram maior destaque

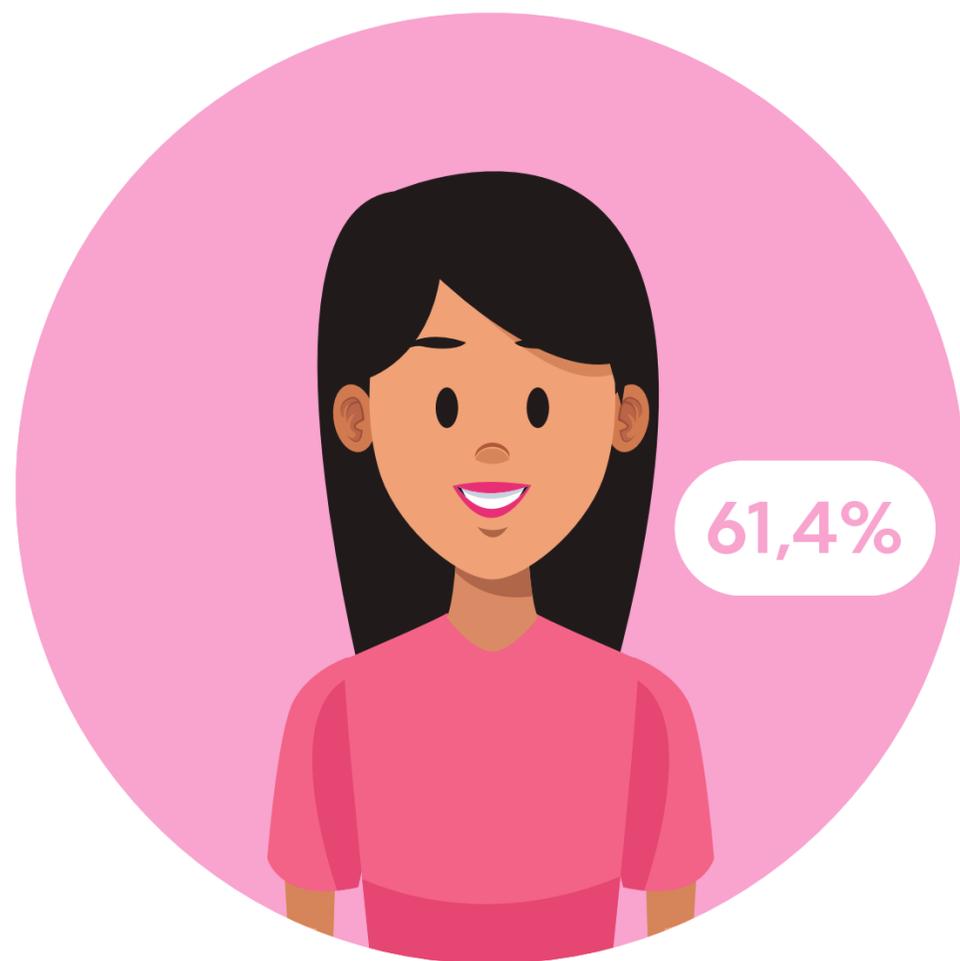


Base válida: 100 respondentes.

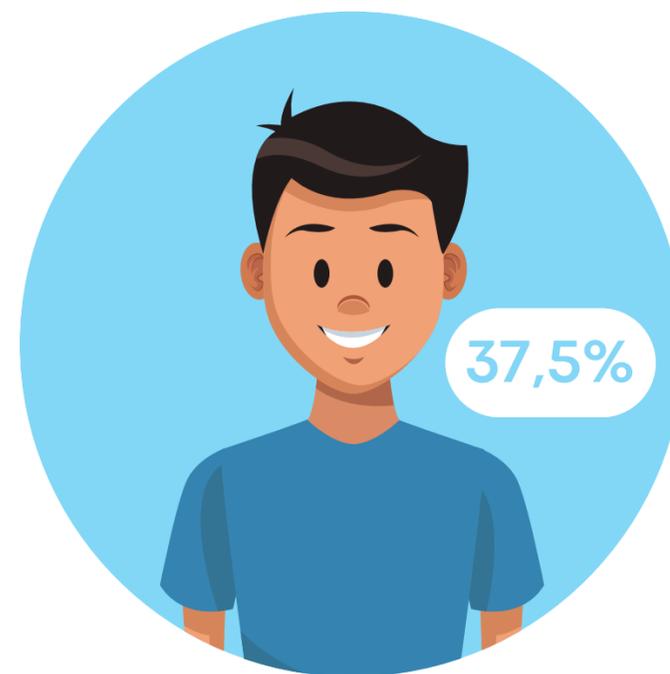
Q1) Selecione a faixa etária que inclua a sua idade: (RU)

Sexo

61,4% dos respondentes se identificam com o sexo feminino

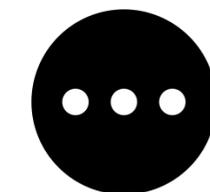


Feminino



Masculino

1,1%

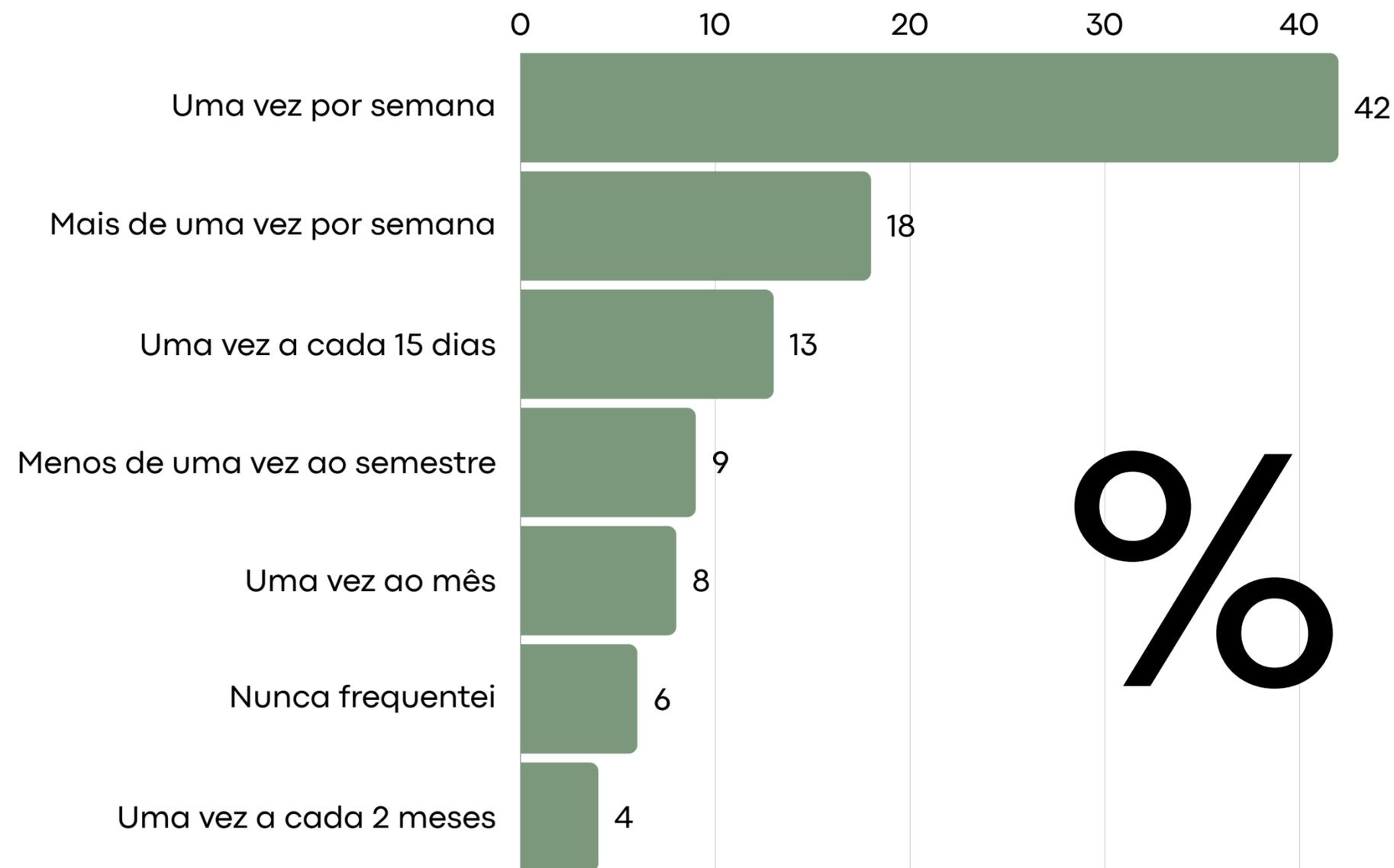


Prefero Não Informar

Base válida: 100 respondentes.

Q34) Sexo: (RU)

Frequência



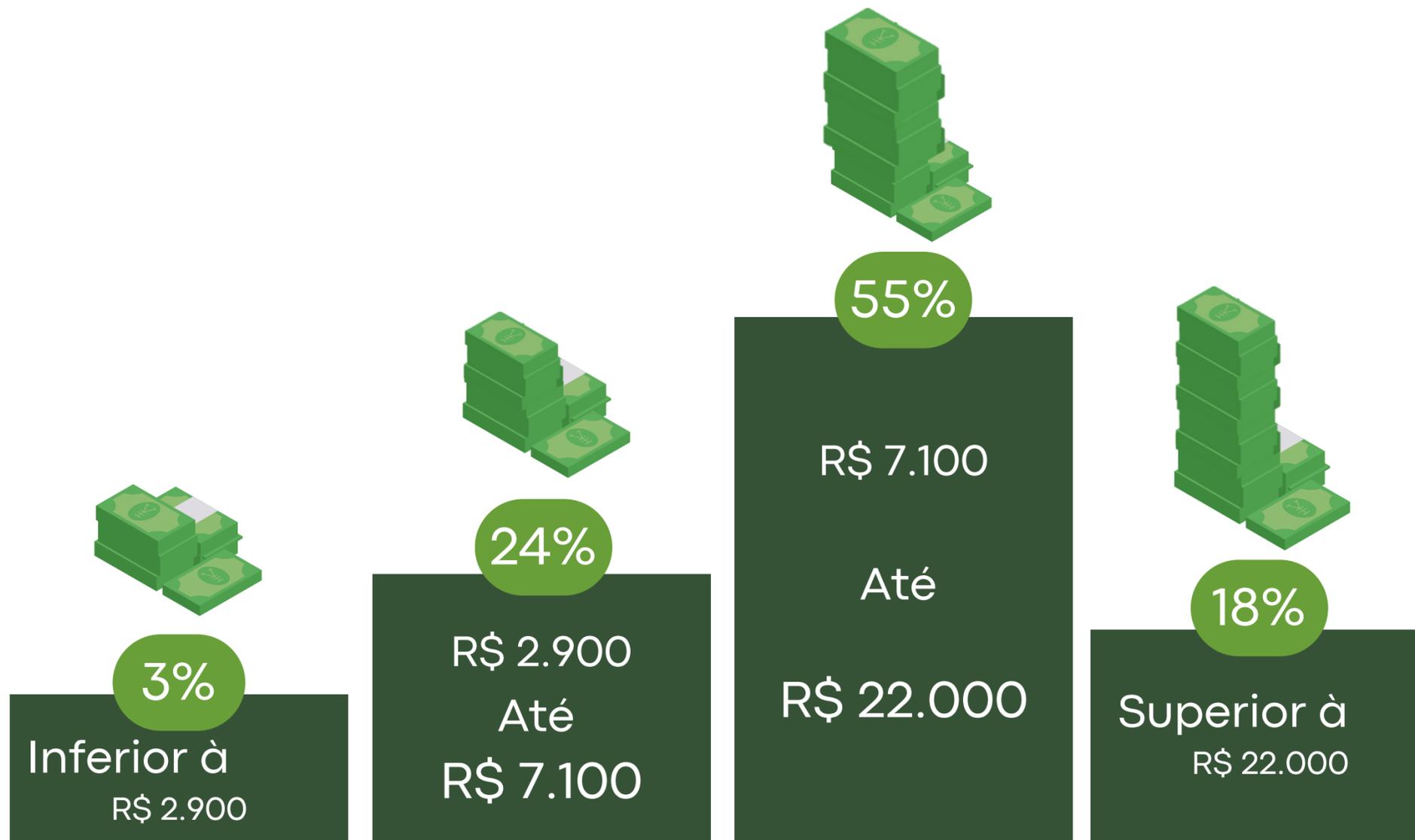
60% dos respondentes frequentam pelo menos uma vez por semana
21% frequentam pelo menos uma vez por mês

Portanto, o público-alvo da pesquisa é descrito como consumidores constantes

Base válida: 100 respondentes.

Q2) O(A) Sr.(a) frequenta a Galeria de Queijo com que frequência? (RU)

Renda Mensal



55% : R\$7100 até 22000 - Classe B
18% : superior à R\$ 22000 - Classe A
24% : R\$2900 até R\$7100 - Classe C

Dessa forma, é possível denotar que 97% da Galeria do Queijo pertence às classes A, B e C, com maior poder de compra

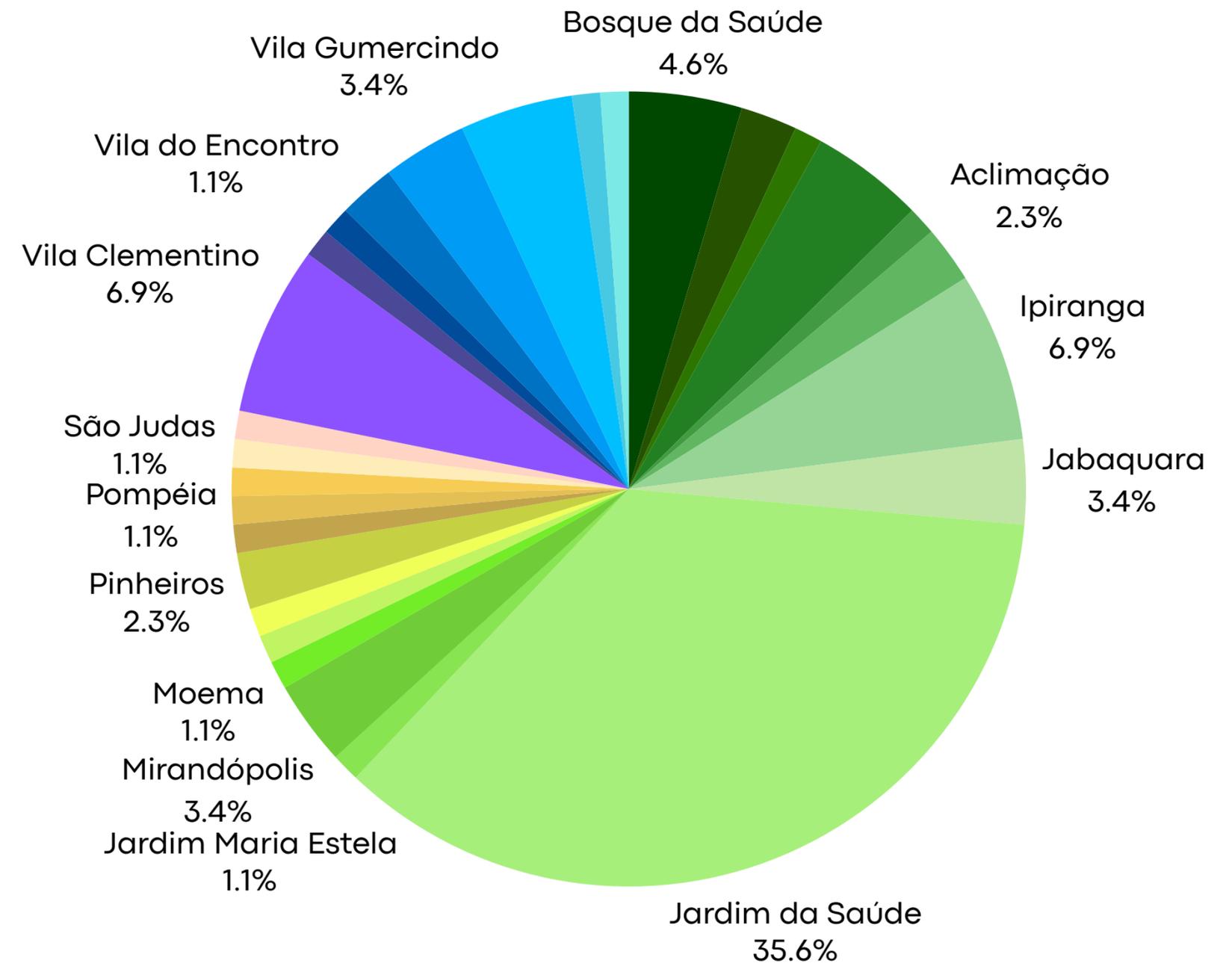
Segundo o Indicador de Nivel Socioeconômico (Inse) do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb) 2021

Base válida: 100 respondentes.

Q3) Em qual faixa de renda mensal você se enquadra? (RU)

Bairro Residencial

Na pesquisa, cerca de 90% dos respondentes reside na região Sul (onde a Galeria do Queijo está localizada).



Base válida: 100 respondentes.

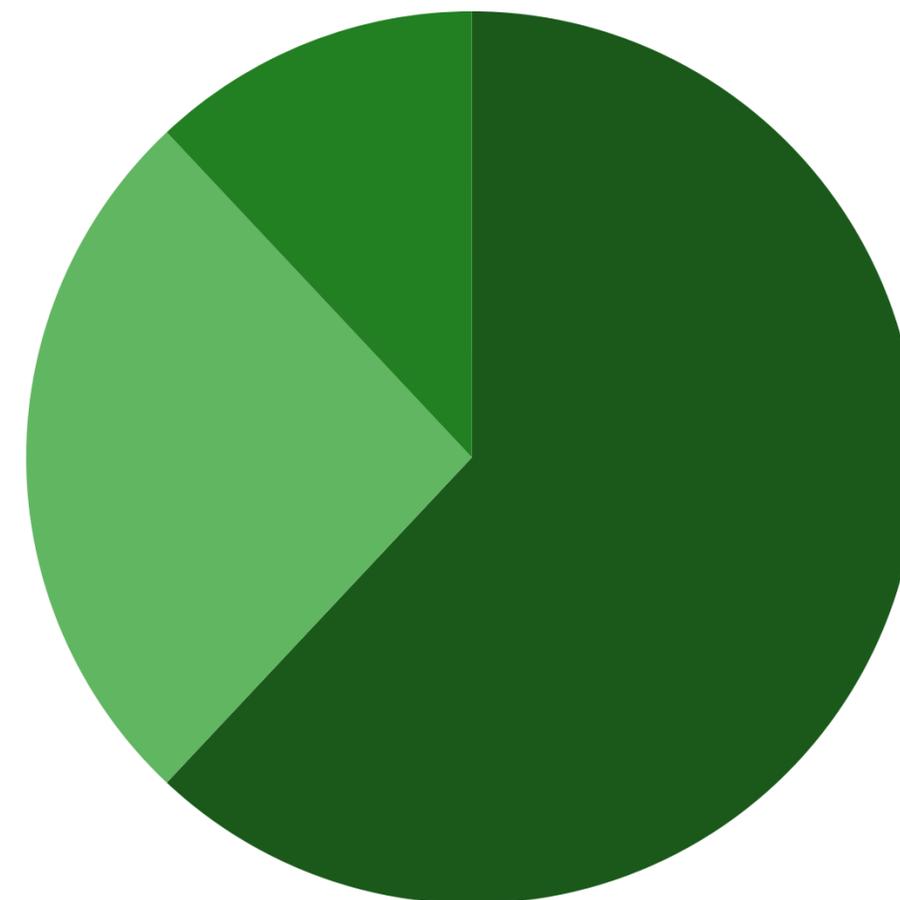
Q35) Qual o nome do bairro onde você reside atualmente?

3. Interesse de Compra

Percepções sobre presentear queijos

Na pesquisa, 84% dos
respondentes consideram
presentear o queijo como
presente

- Já presenteei e considero
- Nunca presenteei, mas considero
- Nunca presenteei e não considero



Base válida: 100 respondentes.

Q4) Você já presenteou alguém com queijos finos ou artesanais? Se não, você consideraria dar um queijo fino ou artesanal de presente?(RU)

4. Valor agregado à Embalagem

Opções de Embalagens Mais Atrativas

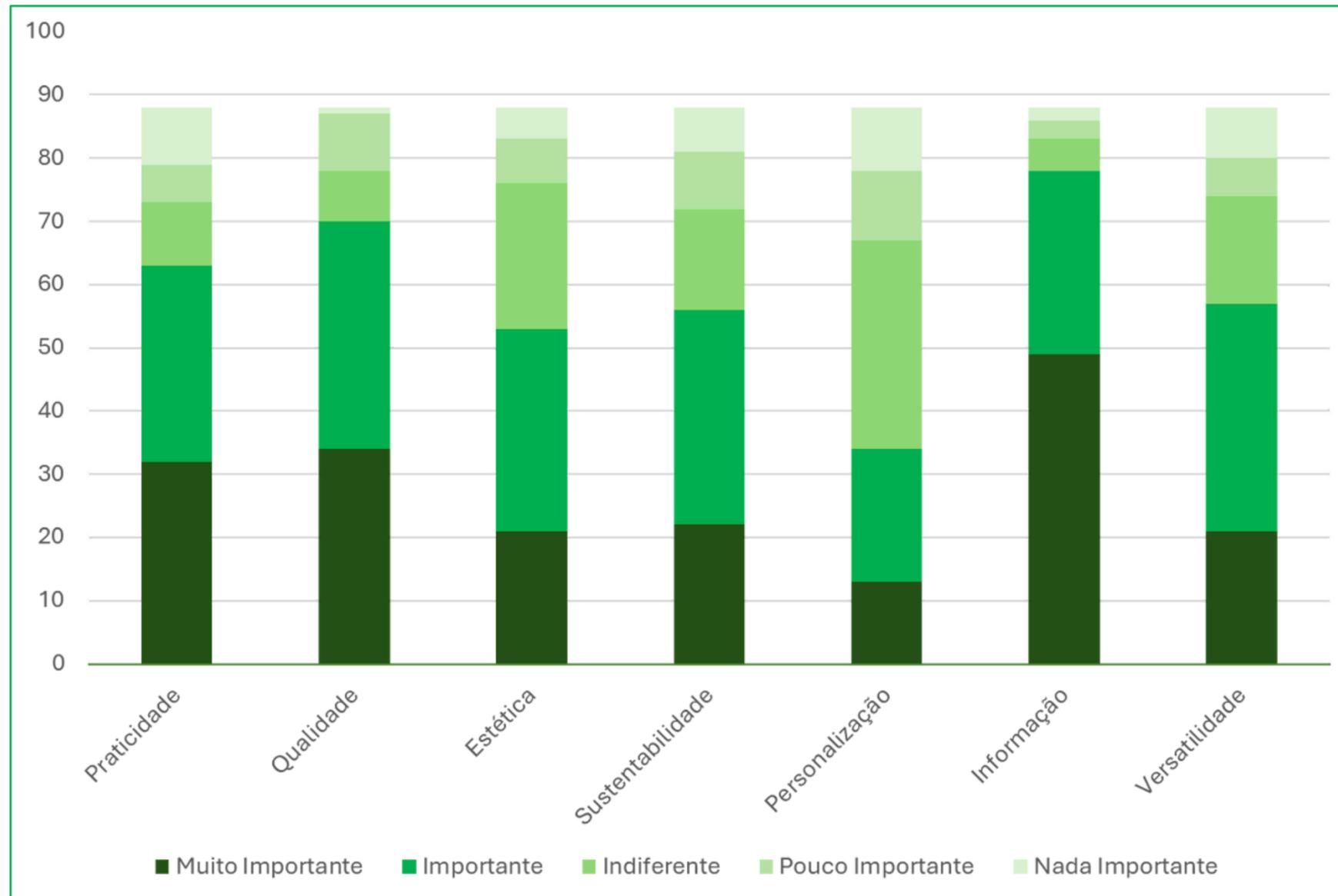


Na pesquisa, 62,5% dos respondentes preferiram cesto de vime e 40,9% preferiram caixa de madeira.

Base válida: 100 respondentes.

Q25) Por favor, analise as imagens das embalagens para alimentos abaixo e indique qual(is) delas você escolheria para presentear alguém? Por favor, não considere o conteúdo dentro das embalagens, eles aparecem apenas por questão ilustrativa. (RM)

Atributos de embalagem

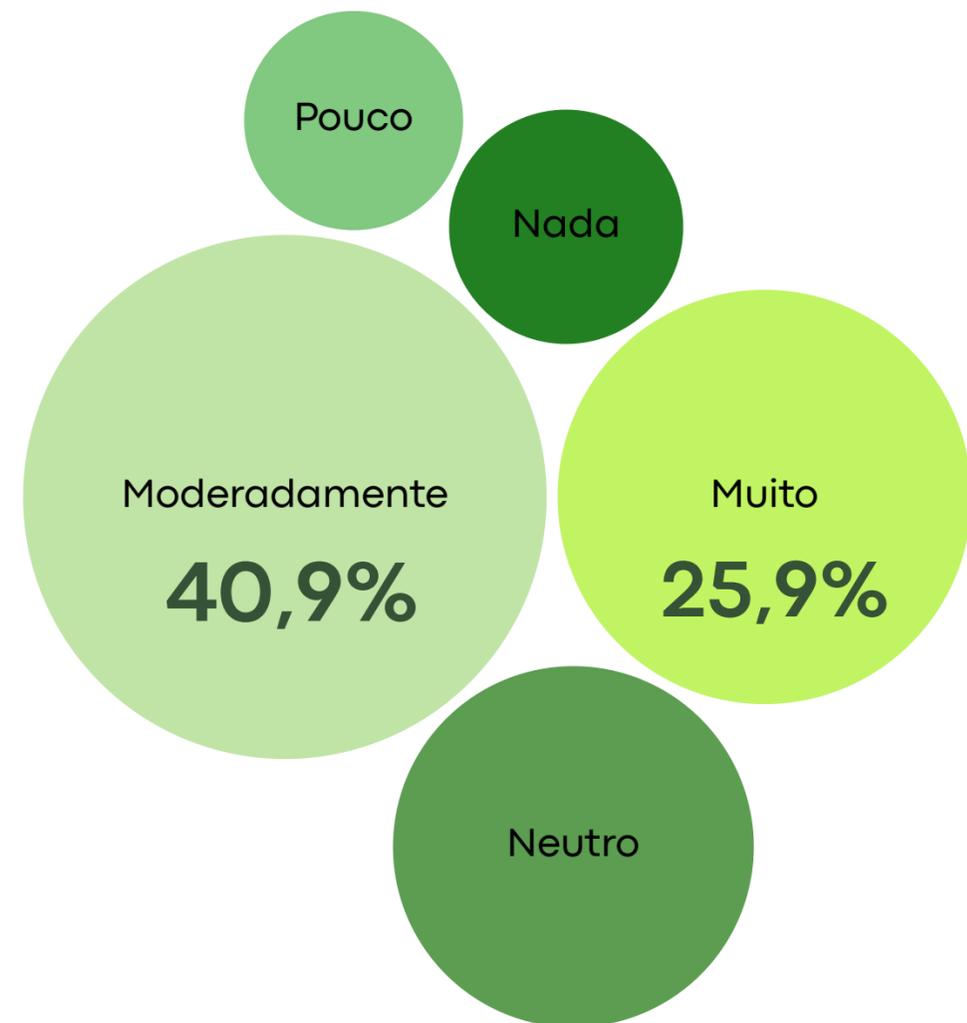


É interessante anotar que a **personalização** é o atributo **menos** importante para embalagens e **informações claras sobre o produto** é o **mais** importante

Base válida: 100 respondentes.

Q24) Supondo que a escolha do produto a ser apresentado se baseasse apenas na embalagem. O quão importante é cada um desses atributos para você?

Influência da embalagem na escolha do produto

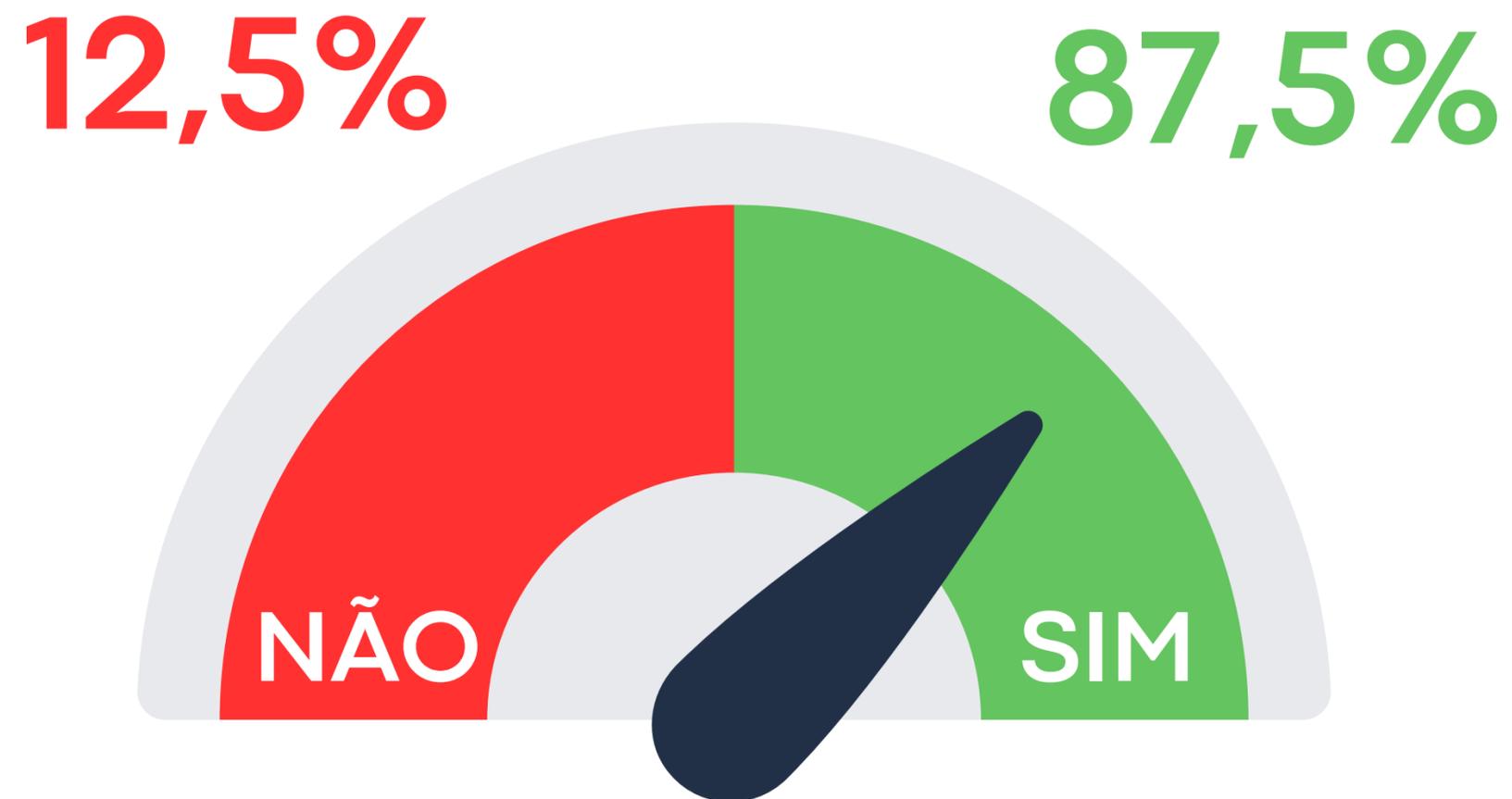


Na pesquisa, **65,9%** dos respondentes consideram uma embalagem mais atraente **aumenta** o valor do produto e pode **influenciar** na minha decisão de compra

Base válida: 100 respondentes.

Q18) Supondo que a escolha do produto a ser apresentado se baseasse apenas na embalagem. O quão importante é cada um desses atributos para você?

Embalagem especial - valor e imagem da marca



87,5% acreditam que uma marca especial contribuiria para valor e imagem da marca da Galeria do Queijo

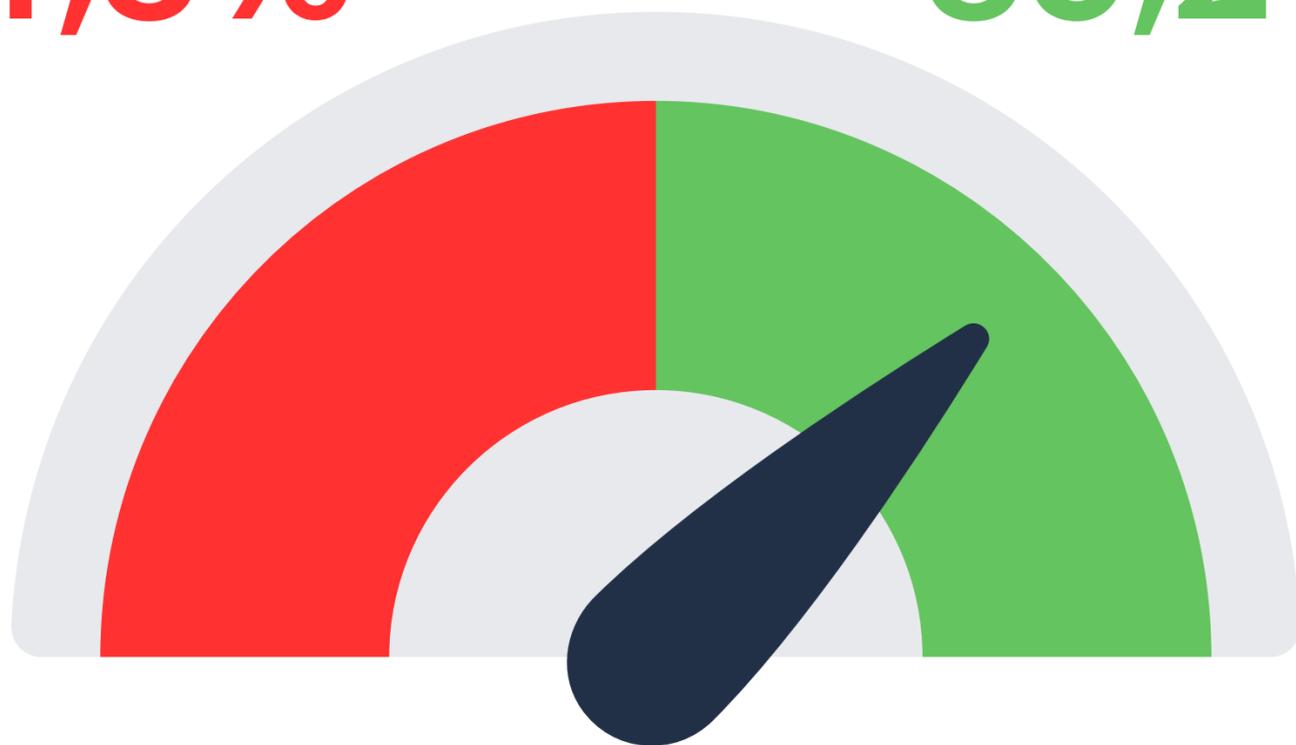
Base válida: 100 respondentes.

Q26) Você acredita que uma embalagem especial para queijo poderia refletir os valores e a imagem da marca da Galeria do Queijo?

Embalagem especial - valor e imagem da marca

14,8%

85,2%



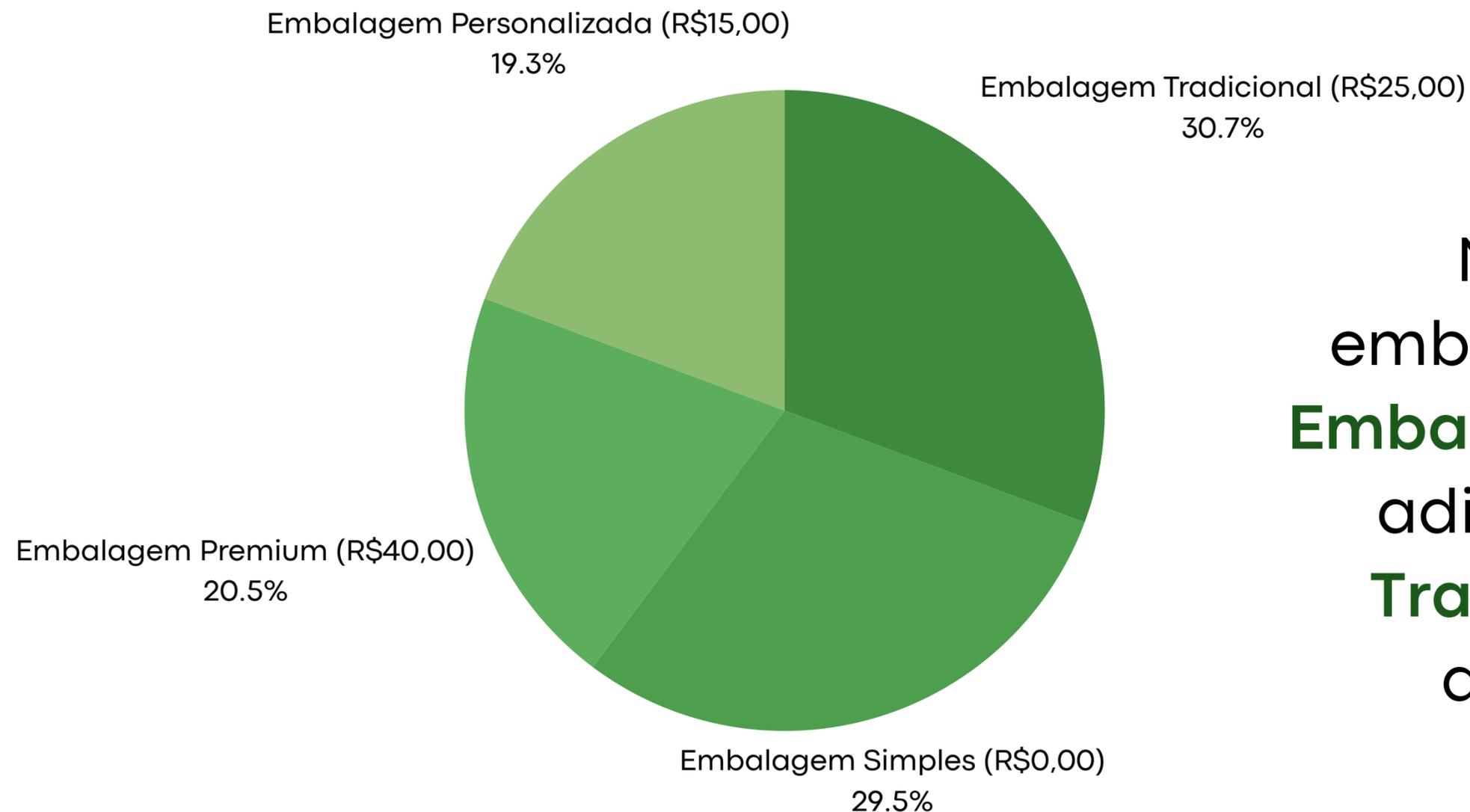
85,2% acreditam que uma embalagem especial aumenta o valor percebido do queijo como presente

Base válida: 100 respondentes.

Q28) Você acredita que uma embalagem especial pode aumentar o valor percebido do queijo como presente?

5. Precificação

Precificação



Na pesquisa, as duas embalagens preferidas são a **Embalagem Simples** (sem custo adicional) e a **Embalagem Tradicional** (com um custo adicional de R\$25,00).

Base válida: 100 respondentes.

Q31) Qual estilo de embalagem de queijo você preferiria para presentear alguém, considerando qualidade e preço?

6. Conclusões

A pesquisa alcançou o 70% de interesse, estabelecido como ideal, portanto **é recomendável a introdução de uma nova embalagem** para presente

No entanto, apenas 65,9% dos respondentes consideram que uma embalagem mais atraente aumenta o valor do produto e pode influenciar na decisão de compra.

Mais de 80% dos respondentes consideram dar o queijo como presente e acreditam que uma embalagem especial contribuiria para valor e imagem da marca da Galeria do Queijo

Além disso, 29,5% dos respondentes preferem embalagem simples, sem custo adicional.

6. Conclusões

Portanto, podemos concluir que uma embalagem especial contribuiria certamente para aumentar o valor percebido do queijo como presente.

Entretanto, é importante ressaltar que a maioria dos respondentes não atribuem valor para personalização, e sim para informações claras sobre o produto e qualidade da embalagem