

## AS PESQUISAS DE MARKETING EM PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO NA PADARIA E CONFEITARIA SABOR REAL

*Eliziane FRANCESCHI<sup>1</sup>, Alarissa PEREIRA<sup>1</sup>, Ivan Carlos FIORESI<sup>1</sup>, Samanta Luzia RISSON<sup>1</sup>, Uilhan Gustavo SARTORI<sup>1</sup>, Zenicléia Angelita DEGGERRON<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Graduandos do Curso de Administração Unidade em Erechim. Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS);<sup>2</sup> Profa. Orientadora Unidade em Erechim. Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS).  
E-mails: eliziane-franceschi@uergs.edu.br; alarissa-pereira@uergs.edu.br; ivan-fioresi@uergs.edu.br; samanta-  
risson@uergs.edu.br; uilhan-sartori@uergs.edu.br; zenicleia-degerrone@uergs.edu.br.

### Resumo

O presente estudo teve por objetivo avaliar a aceitabilidade de um novo produto elaborado pela Padaria e Confeitaria Sabor Real de São Valentim (RS). Para desenvolver este estudo, utilizou-se uma pesquisa de natureza descritiva, sendo que as informações foram coletadas através de técnicas quantitativas, com 198 clientes, durante o mês de setembro e outubro de 2018. Dentre os principais resultados da pesquisa, a maioria dos clientes possuem entre 21 a 30 anos, sendo a maioria do sexo feminino, e possuem uma renda estimada entre 1 a 2 salários mínimo. Também se verificou que 55% dos clientes afirmaram que comprariam os doces feitos com ampolas saborizadas e consumiriam em diversos eventos comemorativos. Com este resultado, a Padaria e Confeitaria Sabor Real passou a produzir este produto para festas e eventos sob encomenda.

### INTRODUÇÃO

As pequenas e médias empresas localizados em municípios de pequeno porte, têm grande dificuldade em realizar planejamento de marketing. Além disso, normalmente faltam nestas empresas pessoas com capacitação para fazê-lo, por isso, a gestão do marketing nas micro e pequenas empresas (MPE) é informal e simples, e não se apropria de ferramentas que permitem testar ou explorar a implantação de novos produtos em seu portfólio.

Dessa forma, as pesquisas de marketing se constituem em importantes estratégias que as pequenas empresas podem utilizar para a melhoria do seu despenho organizacional, através de inovações em produtos e serviços. Por isso, Malhotra (2011, p. 6) destaca que uma pesquisa de marketing é definida como “a identificação, coleta, análise, disseminação e uso de informações de forma sistemática e objetiva para melhorar a tomada de decisões relacionadas com a identificação e solução de problemas e oportunidades de marketing”.

Por isso, este trabalho tem por objetivo avaliar a aceitabilidade de um novo produto elaborado pela Padaria e Confeitaria Sabor Real de São Valentim (RS). Além disso, os objetivos específicos, buscaram: (i) Conhecer o perfil dos clientes da Padaria e Confeitaria Sabor Real; (ii) identificar o tipo e tamanho do doce requerido pelos clientes; (iii) perceber qual seria o valor médio do produto que os clientes estariam dispostos a pagar; e (iv) verificar em quais ocasiões os doces poderiam ser adquiridos para consumo.

A realização deste estudo, se justifica pela necessidade de verificar a viabilidade de introdução de novos produtos para pequenas empresas, além de correlacionar os conhecimentos obtidos no Componente Curricular de Gestão de Marketing I ao contexto das pequenas e médias empresas.

### MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho, se caracteriza como sendo uma pesquisa descritiva, de natureza quantitativa. Para Santos e Candeloro (2006, p.72), a pesquisa de natureza quantitativa é a que tem o objetivo de mensurar algumas variáveis, transformando os dados alcançados em ilustrações como

tabelas, quadros, gráficos ou figuras. Ainda, conforme Santos e Candeloro (2006), as pesquisas de delineamento descritivo têm como objetivo descrever as características de um fenômeno ou um fato, estabelecendo relações entre suas variáveis.

A pesquisa contou com a participação de 189 clientes, selecionados por critérios de conveniência, de maneira direta ou indireta (MALHOTRA, 2012). As abordagens foram realizadas no empreendimento, e também foram enviadas através de e-mail, facebook e whatsapp, entre os dias 29 de setembro a 11 de outubro de 2018.

O instrumento de coleta de dados utilizado para realizar esta pesquisa, foi através de um questionário *on line* com 20 (vinte) questões fechadas de escolha múltipla. Os dados coletados através dos questionários foram tabulados no *Microsoft Excel*, utilizando técnicas de estatística descritiva.

O produto testado, foi o doce (brigadeiro) com ampola saborizada. O pequeno recipiente, aplicado sobre o doce (brigadeiro), guarda uma bebida alcoólica ou não alcoólica. Quando é pressionada, a ampola saborizante libera o líquido, que pode ser apreciado ao consumir o doce.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

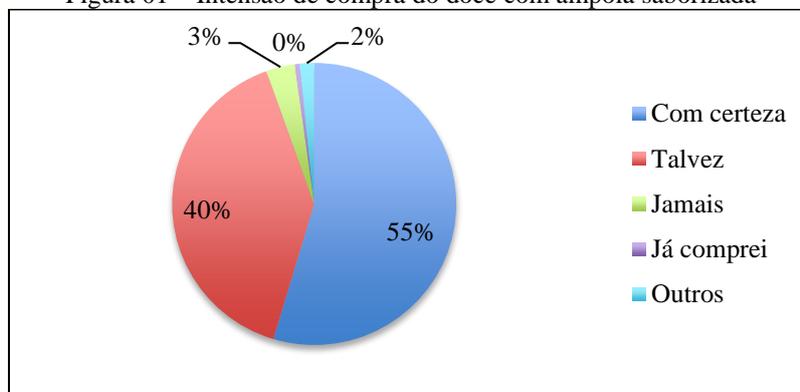
A Padaria e Confeitaria Sabor Real está localizada no município de São Valentim/RS, que segundo dados do IBGE (2018), a cidade possui uma população estimada de 3.341 habitantes, e possui cerca de 5 empresas do ramo de padarias e confeitarias.

Inicialmente a pesquisa identificou o perfil dos clientes, sendo que a maioria dos pesquisados são do sexo feminino. Além disso, a maioria respondeu ter idade entre 21 e 30 anos. Em relação ao nível de escolaridade, verificou-se que grande parte possui ensino superior incompleto (40,8%).

Já em relação ao poder aquisitivo, a maior parte dos clientes possuem renda entre 1 e 2 salários mínimos (40%), seguidos de um percentual que recebem até um salário mínimo (30,6%). No que diz respeito à ocupação profissional, 35,7% dos clientes, estão empregados em empresas do setor privado.

Em relação a intensão de compra do produto que seria implantado pela Padaria, 55% dos pesquisados, afirmaram que comprariam os doces com ampolas saborizadas, conforme pode ser observado na figura abaixo. E cerca de 40% dos clientes talvez compraria, pois os mesmos ainda não tinham conhecimento do produto.

Figura 01 – Intensão de compra do doce com ampola saborizada



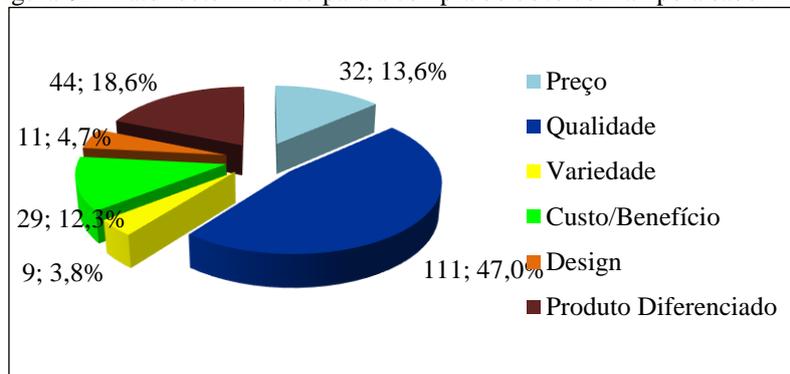
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Com relação ao tipo e tamanho do doce, verificou-se que a maioria dos clientes prefere o brigadeiro (60,3%) e o tamanho deveria ter um padrão médio (61,1%). Com relação à bebida que combinaria com os doces, quase 50% dos entrevistados optou pela Amarula (49,5%), e como segunda opção seria, o café (26,4%) com pouco mais de um quarto das intenções. Em relação ao preço em que as pessoas estariam dispostas a pagar por unidade, a maioria dos clientes estariam dispostos a pagar entre R\$ 1,26 a R\$ 1,50.

Em relação a primeira palavra que veio a mente sobre o doce com ampola saborizante, 93,9% das pessoas associaram o doce com "eu quero" e "uau", pois os maiores números representam palavras positivas.

A pesquisa também identificou que o fator que determinaria a compra do doce, seria a qualidade, com 47% das respostas, conforme figura 02. Em segundo lugar os clientes atribuíram que o outro fator determinante para compra seria o produto diferenciado (18,6%), pois, seria um produto novo no mercado, já o terceiro fator seria o preço (13,6%) a ser pago pelos clientes.

Figura 02– Fator determinante para a compra do doce com ampola saborizada



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em relação, a prospectação de vendas, 175 clientes acreditam que o doce será bem vendido no mercado local, pois nenhuma outra empresa local, elabora este tipo de produto para festas e eventos. E por fim, o doce em ampola saborizada, segundo 76% dos clientes, poderia ser servido em festas de casamentos, aniversários, formaturas e em eventos corporativos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada na Padaria e Confeitaria Sabor Real, localizada no município de São Valentim-RS, teve como principal objetivo identificar o perfil dos consumidores e avaliar a intenção de compra de doces feitos com ampolas saborizadas, a fim de verificar a possível produção pela Padaria e Confeitaria Sabor Real de São Valentim-RS.

A pesquisa identificou que a maioria dos consumidores são mulheres, sendo que estas possuem entre 21 e 30 anos, e renda familiar entre 1 e 2 salários mínimos. Além disso, a maioria dos clientes gostaria de consumir o produto com uma ampola de amarula, sendo que estariam dispostos a pagar entre R\$1,00 a R\$1,50 pelo produto, e poderiam ser consumidos em diferentes tipos de eventos.

Por fim, a Padaria e Confeitaria Sabor Real adotou a venda do produto sob encomenda, tendo em vista que nesta pesquisa de Marketing o produto teve uma aceitação de mais de 90% dos entrevistados.

## REFERÊNCIAS

IBGE. IBGE *Cidades*. 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-valentim/panorama>>. 2018

MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

SANTOS, V.& CANDELORO, R. J. *Trabalhos Acadêmicos - Uma Orientação Para a Pesquisa e Normas Técnicas*. Porto Alegre: Age, 2006.