

# Teste Sensorial

## - Doce de Leite Prime -

### Tipo Exportação

Elaborado para:



Preparado por:



causas & efeitos

## FLUXO DE ANÁLISE

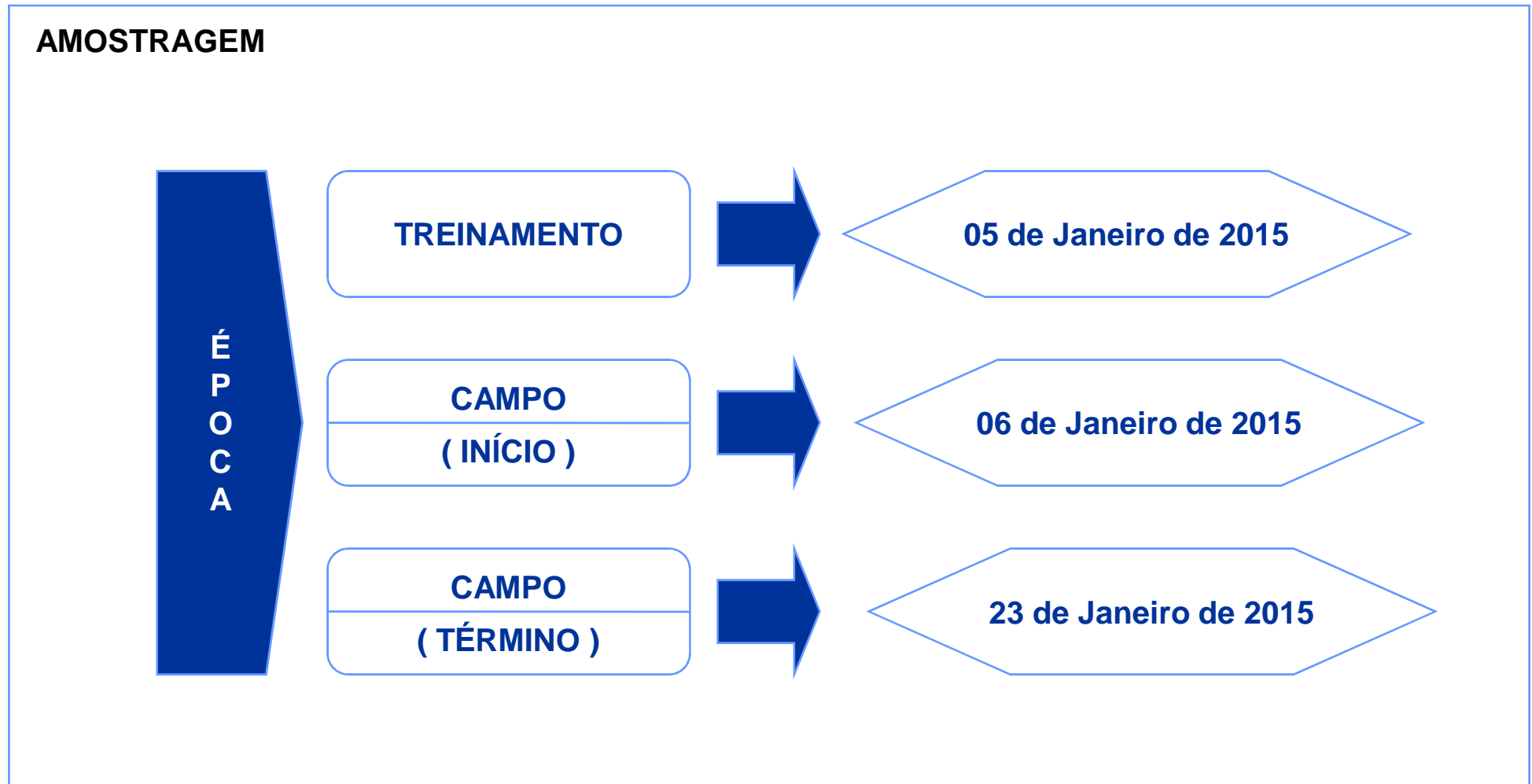
	Página
• Introdução.....	03
• Perfil da Amostra.....	06
• Análise dos dados >> Freqüência de consumo.....	08
• Análise dos dados >> Atributos importantes na compra.....	10
• Análise dos dados >> Avaliação dos fatores (escala hedônica).....	12
• Análise dos dados >> Intenção de compra.....	19
• Análise dos dados >> Item que mais agradou no produto.....	21
• Análise dos dados >> Conclusão.....	23



# INTRODUÇÃO



## INTRODUÇÃO



## INTRODUÇÃO

### OBJETIVOS

Sabe-se que o estudo do comportamento do consumidor é fundamental para entender o que o leva a consumir ou não um determinado produto e quais fatores estão envolvidos no processo de compra de um alimento.

Atingir o sucesso no lançamento de novos produtos é essencial para todas as empresas, porém é particularmente importante para a indústria de alimentos, cujo mercado consumidor é dinâmico e ávido por novidades, exigindo que as prateleiras dos supermercados sejam continuamente renovadas.

Desta forma, o objetivo deste estudo foi conhecer as características do consumidor de doce de leite assim como sua preferência com relação a um doce de leite tipo exportação.

### METODOLOGIA

Estudo quantitativo junto a consumidores de doce de leite, através de entrevistas pessoais na capital de São Paulo, com amostragem probabilística e questionários estruturados com escala hedônica, contendo perguntas fechadas elaborados em conjunto com o cliente.



# ANÁLISE DOS DADOS

Perfil da Amostra

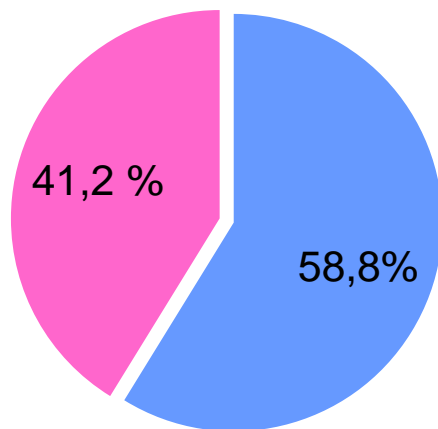


## PERFIL DA AMOSTRA

### PÚBLICO ALVO

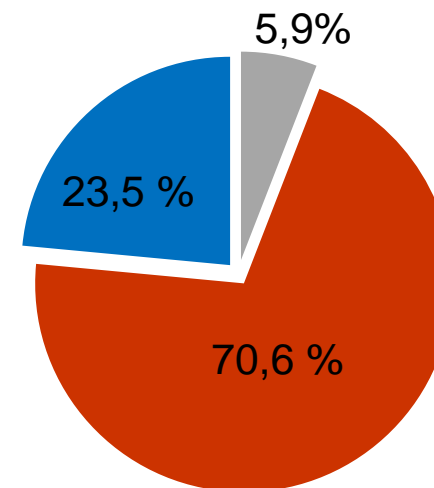
Entrevistados um total de 153 consumidores de doce de leite, com as seguintes características:

#### Sexo



■ Masculino ■ Feminino

#### Faixa Etária



■ Até 25 anos ■ 26 a 40 anos ■ Acima 40 anos

**Base (Total da Amostra) RU – 153 casos**



# ANÁLISE DOS DADOS

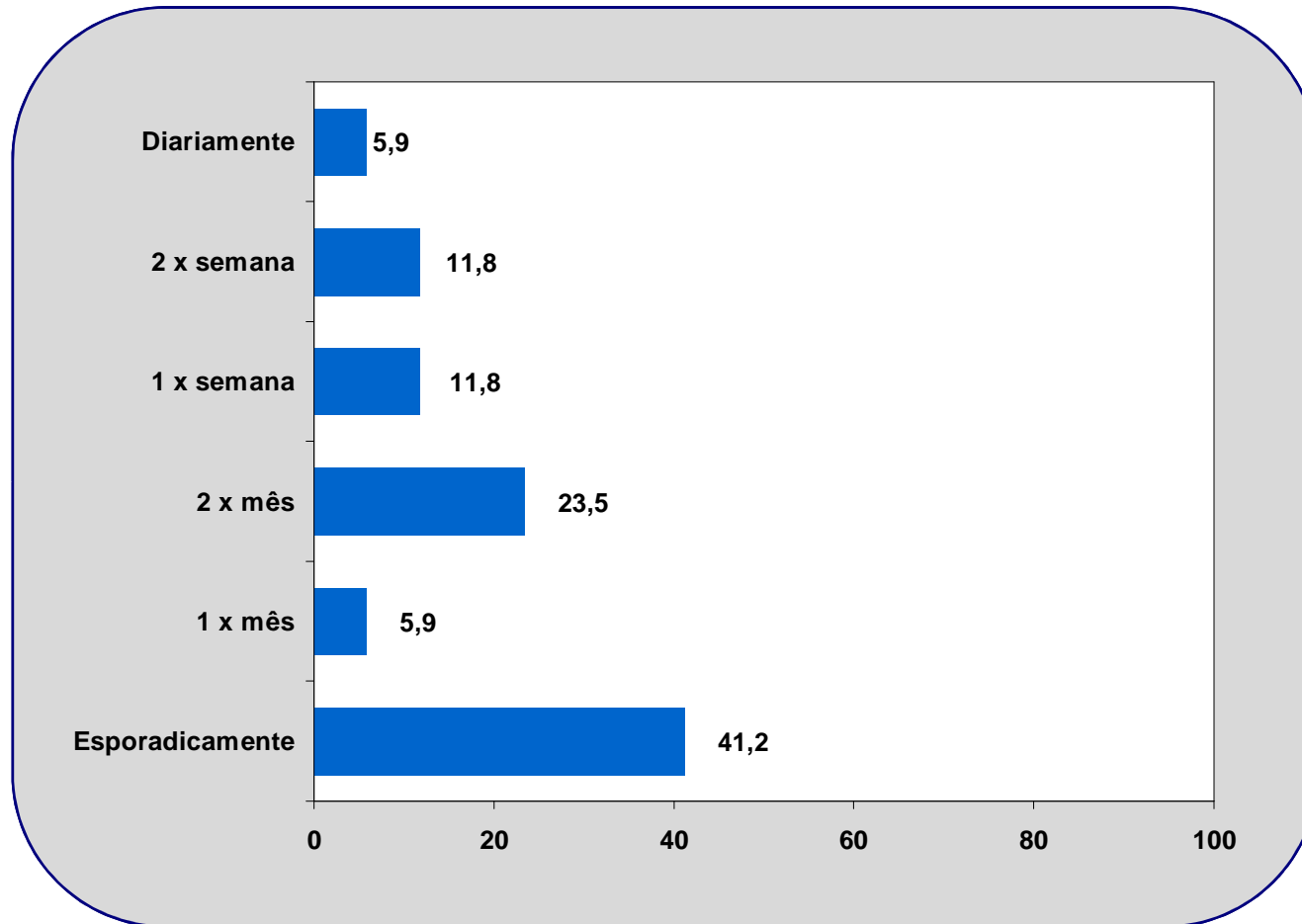
Frequência de consumo





❖ P1 – Qual sua freqüência de consumo ?

(Em %)



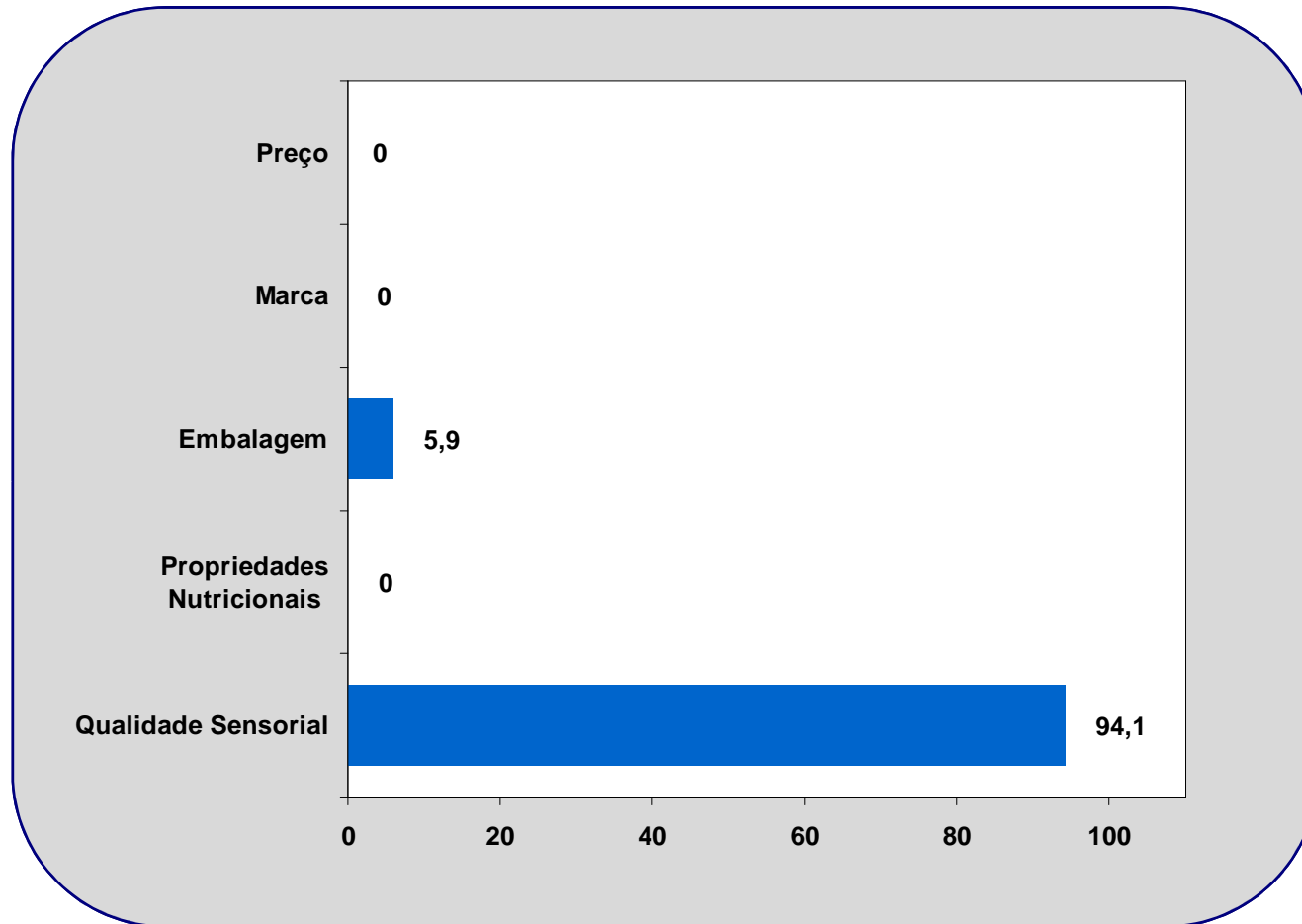
Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

## ANÁLISE DOS DADOS

Atributos importantes na compra

❖ P2 – O que é mais importante na compra do doce de leite ?

(Em %)



Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

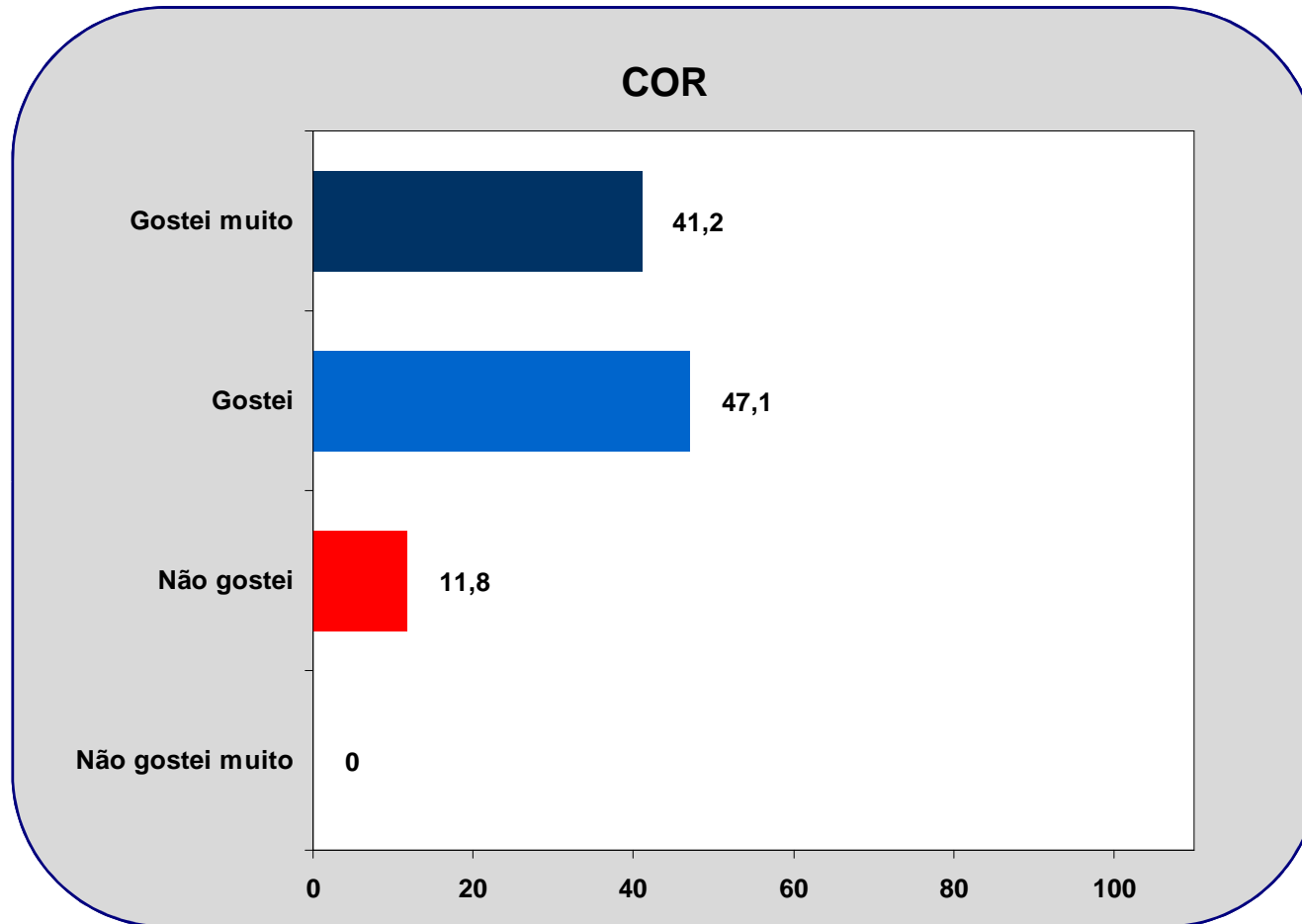
# ANÁLISE DOS DADOS

Avaliações – Escala hedônica



❖ P3 – Gostaríamos da sua opinião sobre o doce de leite em relação a...

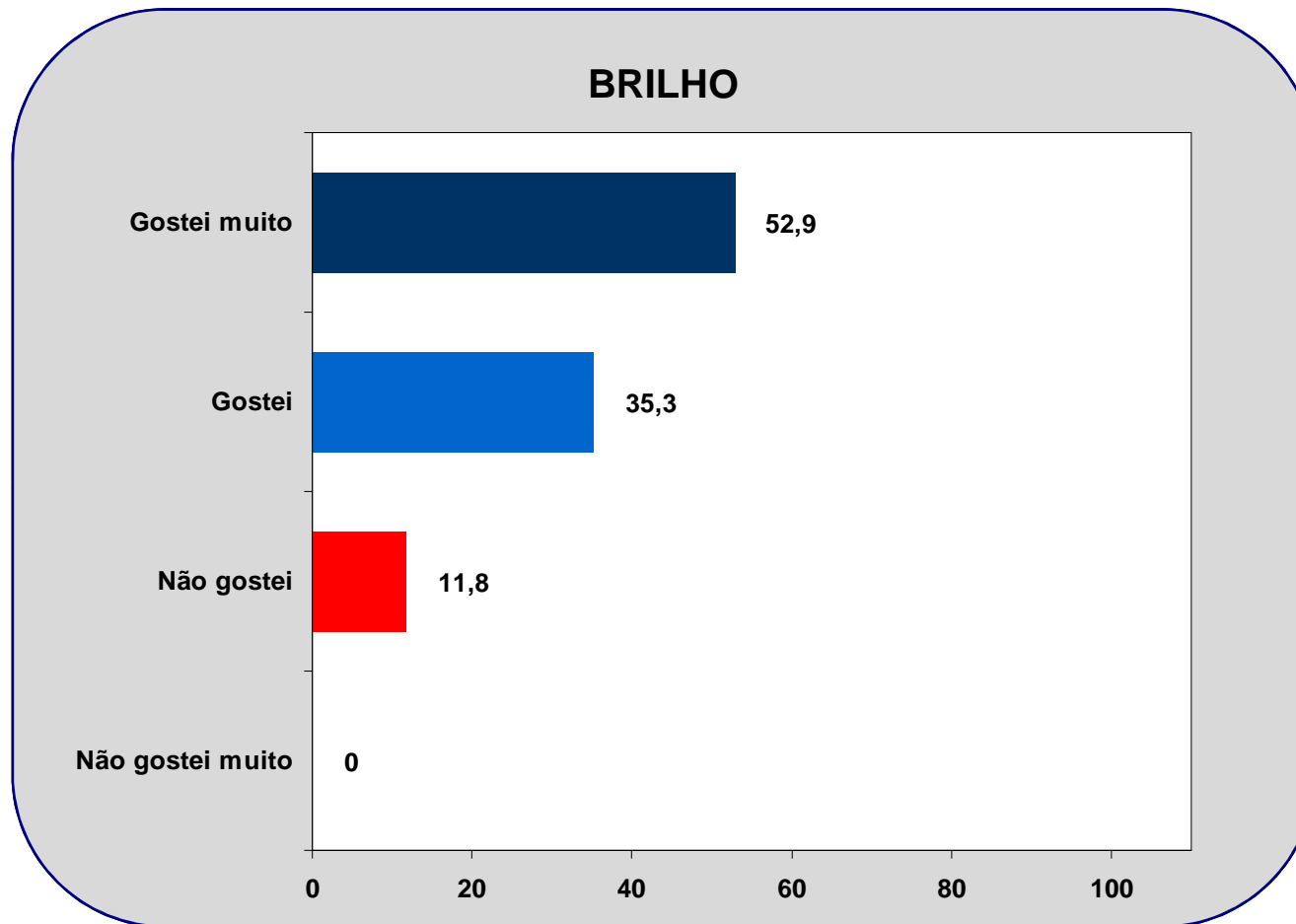
(Em %)



Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

❖ P4 – Gostaríamos da sua opinião sobre o doce de leite em relação a...

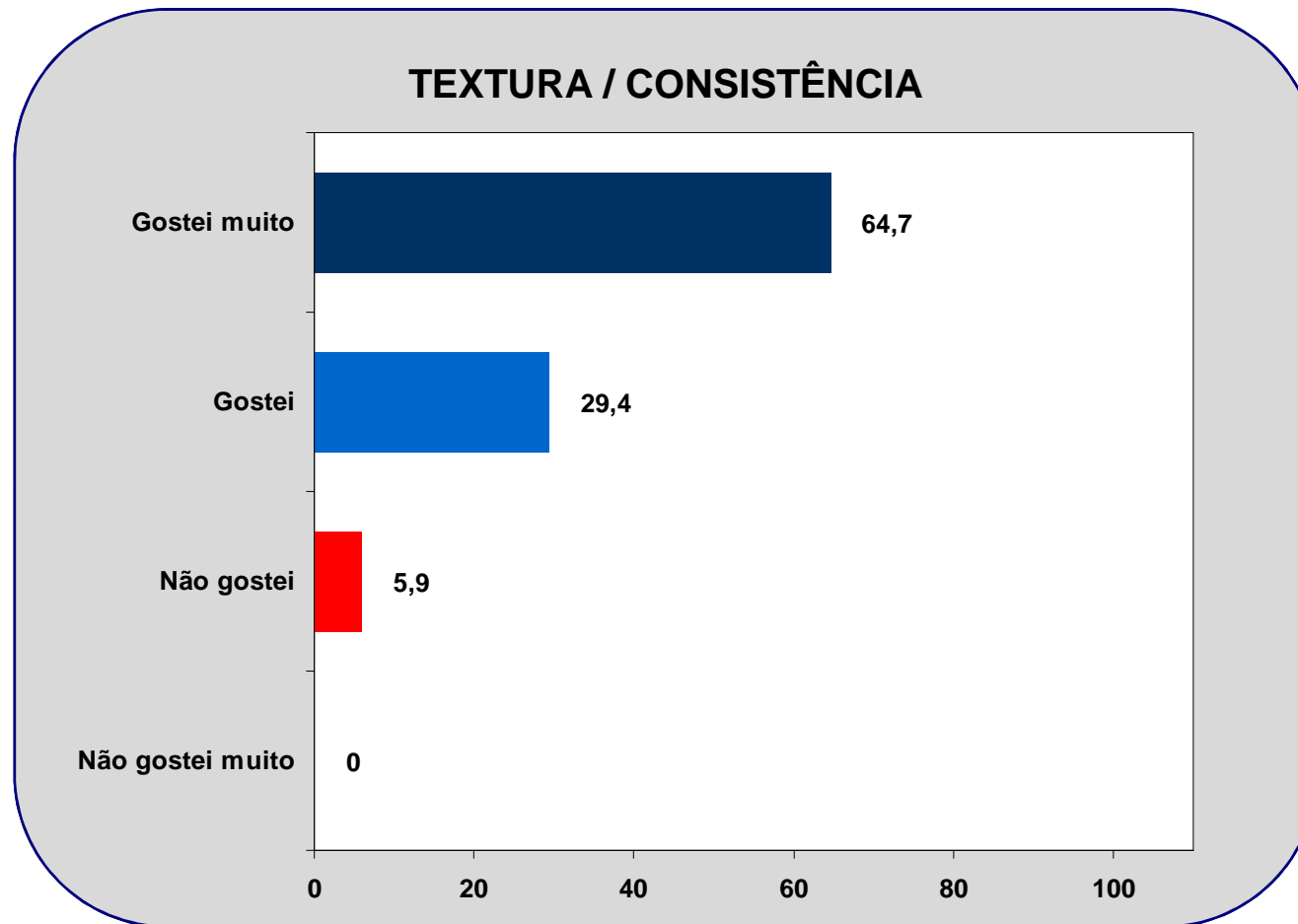
(Em %)



Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

❖ P5 – Gostaríamos da sua opinião sobre o doce de leite em relação a...

(Em %)

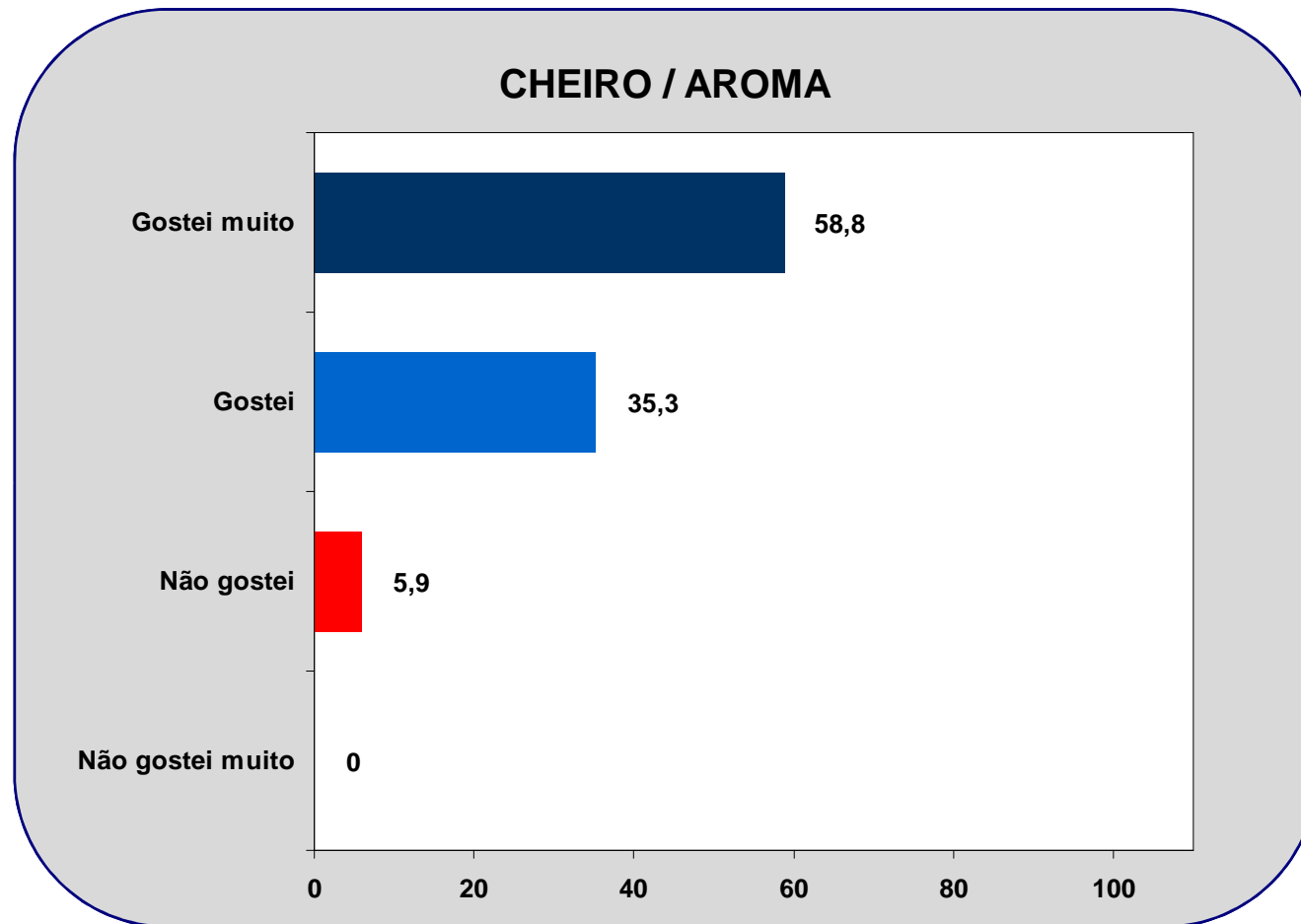


Base (Total da Amostra) RU – 153 casos



❖ P6 – Gostaríamos da sua opinião sobre o doce de leite em relação a...

(Em %)

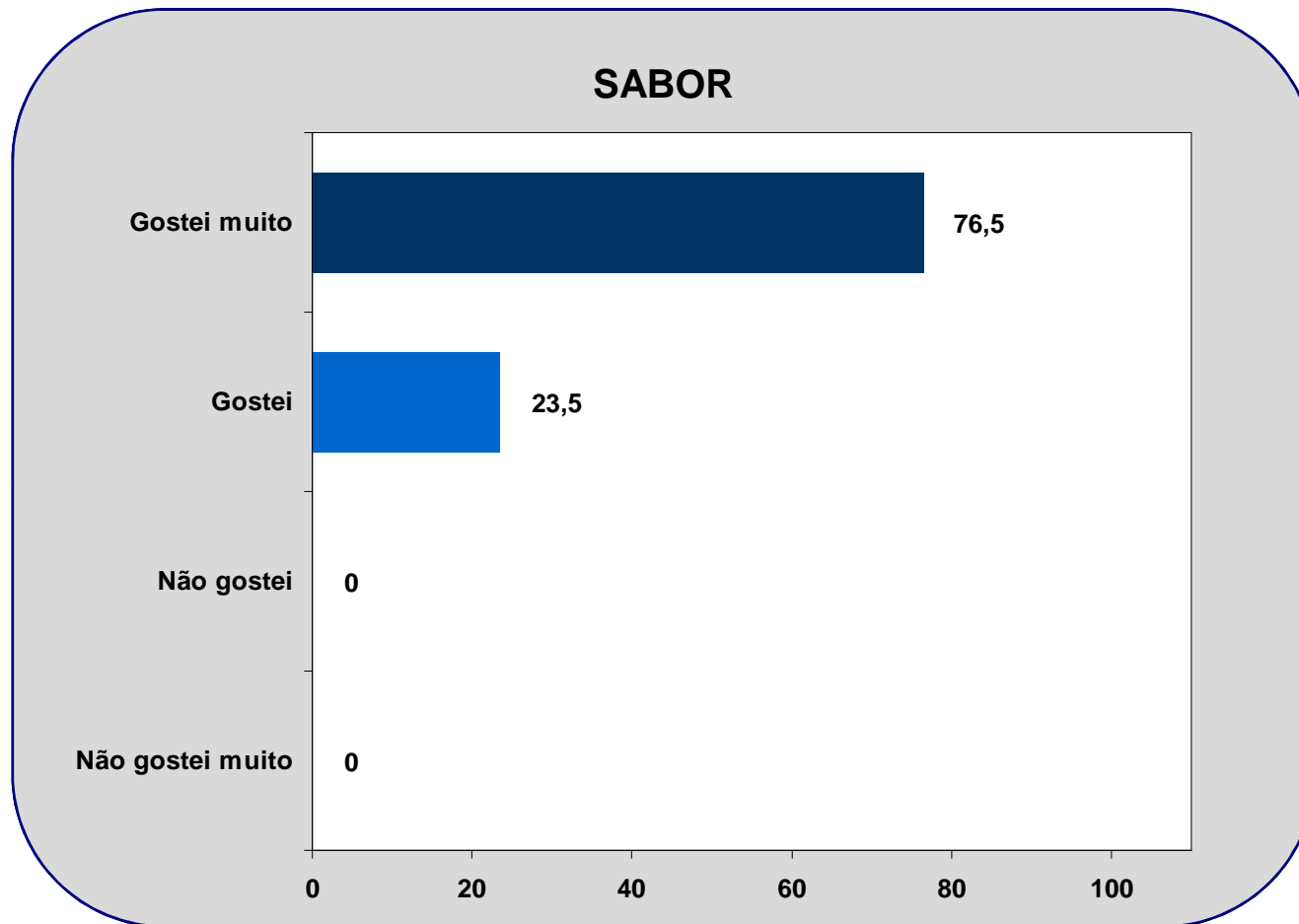


Base (Total da Amostra) RU – 153 casos



❖ P7 – Gostaríamos da sua opinião sobre o doce de leite em relação a...

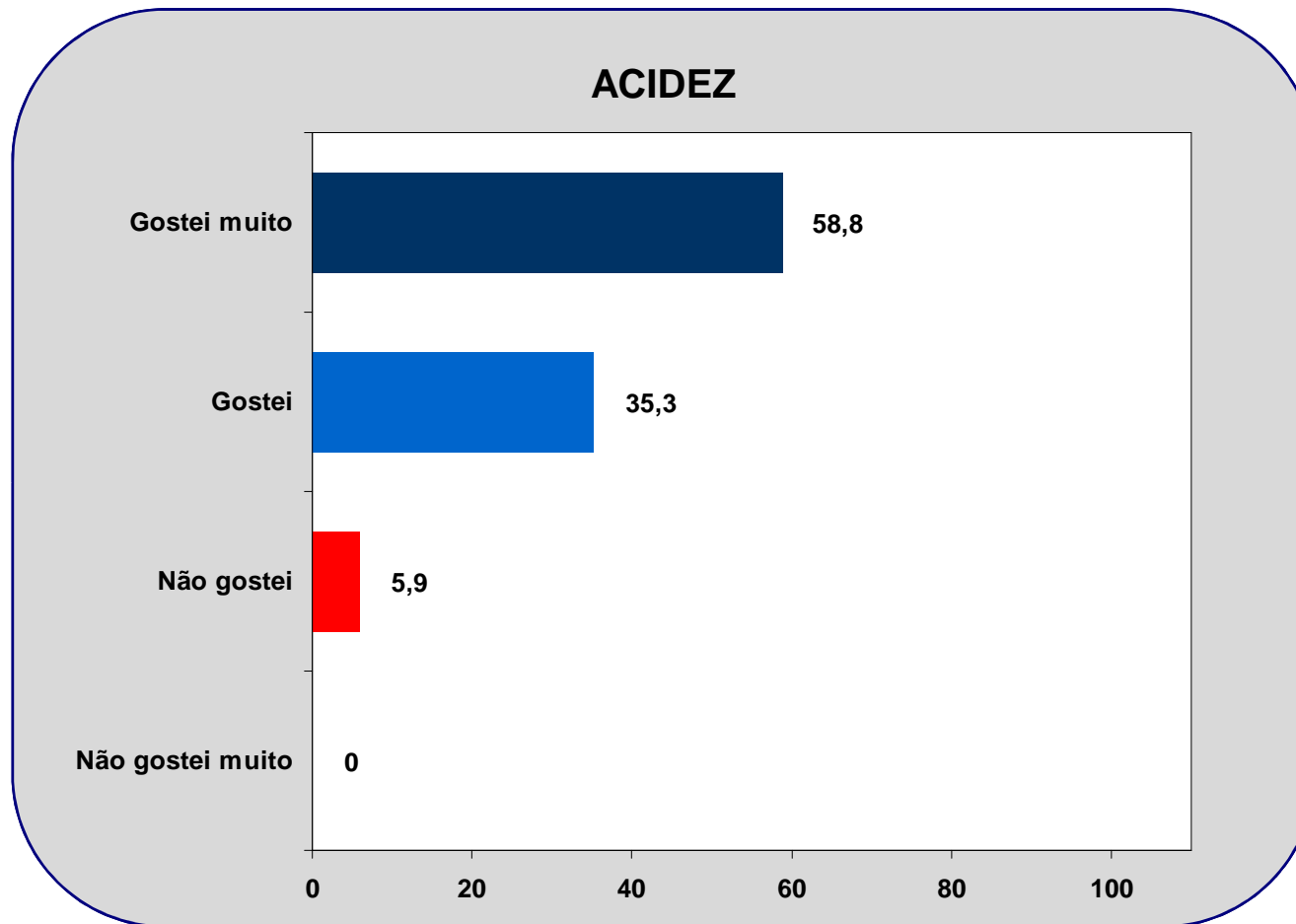
(Em %)



Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

❖ P8 – Gostaríamos da sua opinião sobre o doce de leite em relação a...

(Em %)

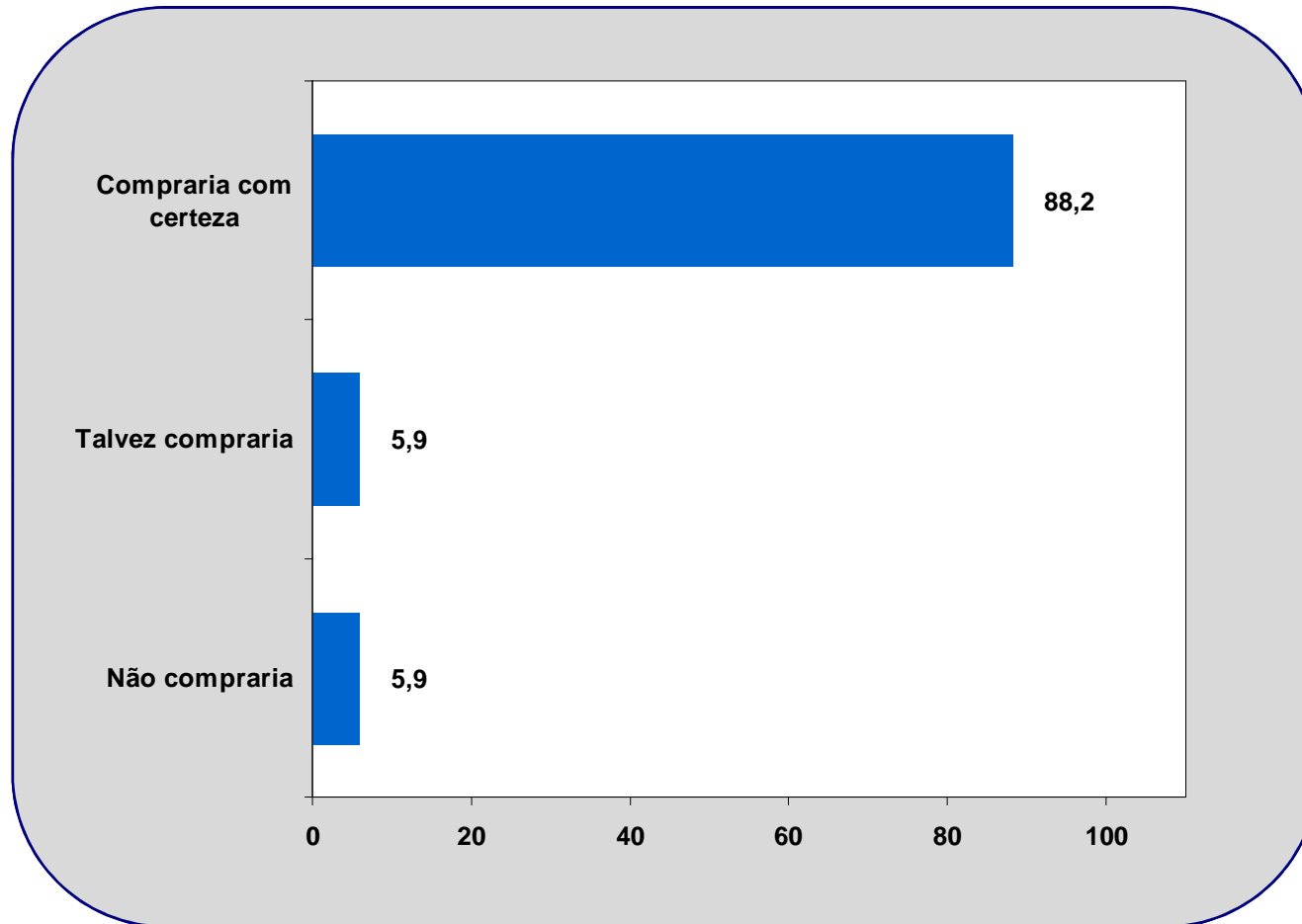


Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

# ANÁLISE DOS DADOS

Intenção de compra

❖ P9 – Caso esse produto (doce de leite) fosse lançado no mercado, o(a) Sr.(a)... (Em %)

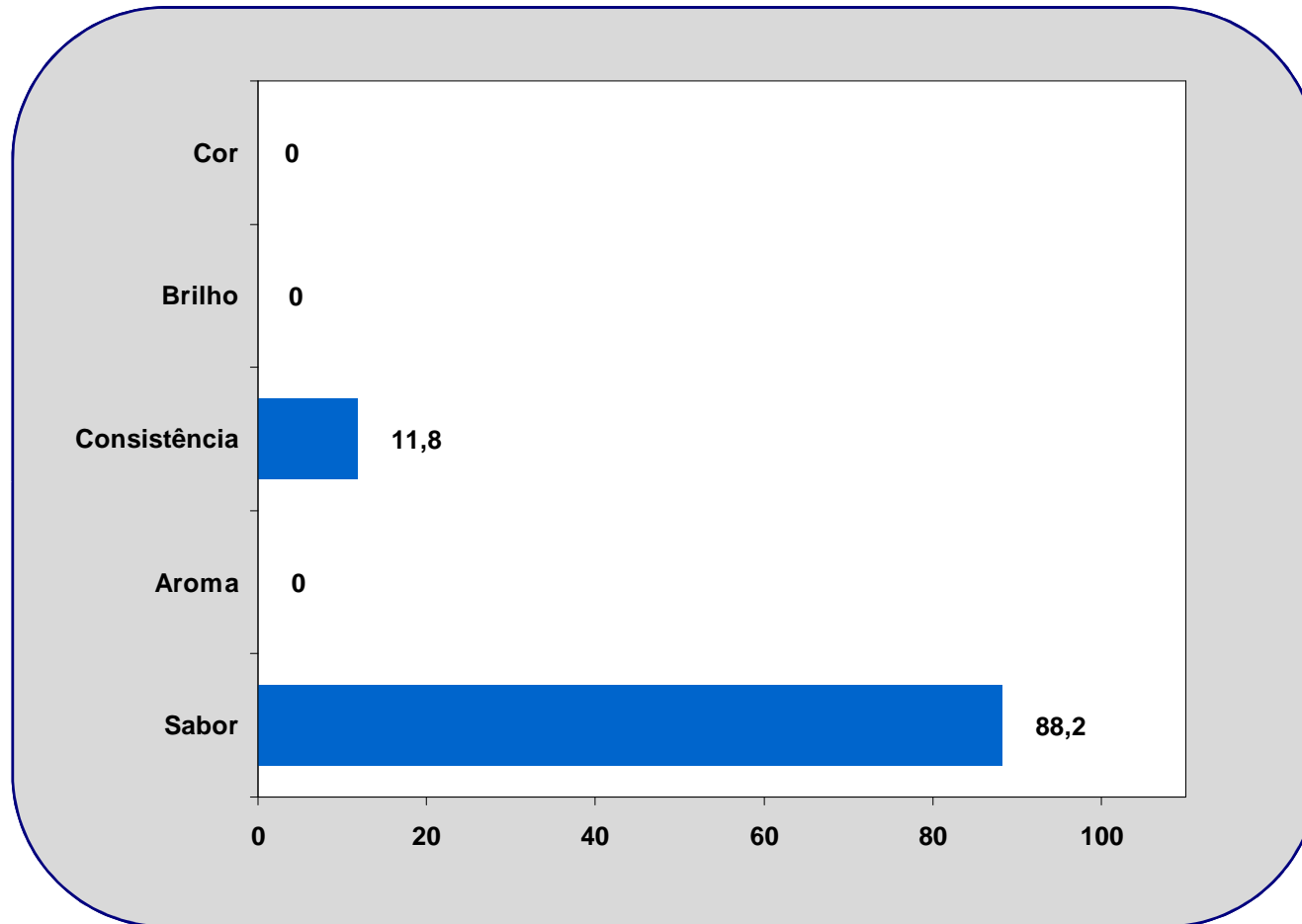


Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

## ANÁLISE DOS DADOS

Item que mais agradou no produto

❖ P10 – Na sua opinião, o que mais lhe agradou no doce de leite que experimentou ? (Em %)



Base (Total da Amostra) RU – 153 casos

# CONCLUSÃO



## CONCLUSÃO

Dentre os consumidores de doce de leite pesquisados, prevaleceu o sexo “masculino” com 58,8% (90 casos) e a faixa etária predominante foi de 26 a 40 anos com 70,6% (108 casos).

41,2% dos entrevistados (63 casos) consomem o doce de leite “esporadicamente”, seguido 23,5% (36 casos) consomem doce de leite “2 x ao mês”, lembrando que esse fato é relevante no que diz respeito a consumo de produtos importados, mercado que o doce de leite Prime irá atuar.

Quase a totalidade da amostra, 94,1% (144 casos) mencionaram “Qualidade sensorial” como o fator mais importante na compra deste tipo de produto. Este resultado demonstra que a análise sensorial é uma ferramenta muito importante no desenvolvimento do produto.

Na opinião dos consumidores em relação a **COR** do produto testado, 47,1% (72 casos) “gostaram” e 41,2% (63 casos) “gostaram muito”, totalizando ótimo índice de 88,3% (135 casos) na aceitação deste atributo.

No atributo **BRILHO**, mais que a metade dos entrevistados 52,9% (81 casos) aprovaram com “gostei muito”.





## CONCLUSÃO

**TEXTURA / CONSISTÊNCIA** com 64,7% (99 casos), **CHEIRO / AROMA** com 58,8% (90 casos) e **ACIDEZ** 58,8% (90 casos) obtiveram índices muito bons com avaliação “gostei muito” dentre os entrevistados, fortalecendo a aceitação do produto frente aos consumidores de doce de leite.

O fator determinante foi **SABOR** com ótimo índice de 76,5% (117 casos) “gostei muito”, seguido de 23,5% (36 casos) “gostei”, indicando aceitação total sobre o produto testado, ou seja, 100% dos consumidores aprovaram o sabor do produto.

Caso esse produto fosse lançado hoje no mercado 88,2% (135 casos) dos entrevistados “comprariam com certeza” o produto.

E para finalizar, na opinião dos consumidores, o **SABOR** 88,2% (135 casos), seguido de **CONSISTÊNCIA** 11,8% (18 casos) foram os fatores que mais os agradaram em relação ao produto testado, validando sua aceitação.



## CONCLUSÃO

A pesquisa de mercado mostrou-se uma ferramenta muito importante para aceitação deste produto no mercado, ao permitir avaliação de características favoráveis ao produto originadas de uma perspectiva do consumidor dentro de diferentes segmentos populacionais.

### Fonte:

Instituto de Pesquisa: Causas & Efeitos Mercados em Estudo S/C Ltda.

Telefones de contato: (11) 2063-7538 / 2272-4579

Site: [www.causasefeitos.com.br](http://www.causasefeitos.com.br)

E-mail: [causas@osite.com.br](mailto:causas@osite.com.br)

