

Referências bibliográficas

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL J. F. **Comportamento do Consumidor**. 9 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

BRADLEY, F. **Strategic marketing: in the costumer driven organization**. Chicester, Hoboken, John Wiley, 2003.

BRASIL. Ministério da Indústria e Comércio. Secretaria de Comércio Exterior. **Importações efetivas**. Disponível em: <<http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>>. Acesso em fev. 2008.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

CHURCHILL, J. G. **Marketing research: methodological foundations**. Orlando: The Dryden Press, 1999.

CLEMENTE, E. S. **O mercado de vegetais minimamente processados: seminário sobre hortaliças minimamente processadas**. Piracicaba: ESALQ, 1999.

DICKSON, P. R. **Marketing management**. The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers, 1994.

EMBRAPA HORTALIÇAS. Centro Nacional de Pesquisa de Hortaliças. Disponível em: <<http://www.cnph.embrapa.br/paginas/produtos/equipamentos>>. Acesso em fev. 2008.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research**. Reading, Addison-Wesley, 1975.

GALE, B. T. **Gerenciando o valor do cliente: criando qualidade e serviços que os clientes podem**. São Paulo: Thomson Pioneira, 1996.

GARVER, M. S. Best practices in identifying customer-driven improvement opportunities. **Industrial Marketing Management**, v. 32, p. 455-466, 2003.

GHOSE, S. Visually representing consumer perceptions: issues and managerial insights. **European Journal of Marketing**, v. 28, n.10, p. 5-18, 1994.

HAWKINS, D. I.; MOTHERSBAUGH, D. L.; BEST, R. J. **Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing**. 10 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

JUNQUEIRA H.; LUENGO R. F. A. Mercados diferenciados de hortaliças. **Horticultura Brasileira**, Brasília, DF, v.18 n.2, p. 95–99, 2000.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LANA, M. M.; VIEIRA, J. V.; SILVA, J.B.C.; LIMA, D. B. Cenourete e Catetinho: minicenouras brasileiras. **Horticultura Brasileira**. Brasília, DF, v. 19, n. 3, p. 376–379, 2001.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MCKENNA, R. **Marketing de relacionamento**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

MORETTI, C. L. **Manual de processamento mínimo de frutas e hortaliças**. Brasília, DF: Embrapa Hortaliças; Sebrae, 2007.

NANTES, J. F. D.; KANESIRO, M. A.; OLIVEIRA, J. E. D. Tendências de consumo de alimentos. São Paulo, **Nutrição em Pauta**, p. 36–39, 1999.

PETER, P. P.; OLSON, J. C. **Consumer behavior and marketing strategy**. 6th. ed. New York: McGraw Hill, 2005.

PORTER, M. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústria e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 1986.

PSILLAKIS, C. N. **Hortícolas minimamente processadas**: uma necessidade do mercado. Grupo Horta, 2004.

RENEKER, M. H. A qualitative study of information seeking among members of an academic community: methodological issues and problems. **Library Quarterly**, V. 63, N. 4, p. 487-507, Oct. 1993.

SATO, G. S.; MARTINS, V. A.; BUENO, C. R. F. Análise exploratória do perfil do consumidor de minimamente processados na cidade de São Paulo. **Informações Econômicas**. São Paulo, v. 37, n. 6, p. 62–71, jun. 2007.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SCHLIMME, D. V. Marketing lightly processed fruits and vegetables. **Hortscience**, Maryland, vol. 30, fev. 1995.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor:** comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

VERGARA, S. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997.

VIEIRA, J. V.; SILVA, J. B. C.; CHARCHAR, J. M.; RESENDE, F. V.; FONSECA, M. E. N.; CARVALHO, A. M.; MACHADO, C. M. M. Esplanada: Cultivar de cenoura de verão para fins de processamento. **Horticultura Brasileira**, Brasília, DF, v. 23, n. 3, p. 851, 2005.

7 Anexos

7.1 Roteiro utilizado nas entrevistas individuais

1. Abordar a pessoa a ser entrevistada.
 - ❑ Abordar somente as pessoas que estejam comprando hortaliças.
 - ❑ Explicar que está realizando uma pesquisa sobre hortaliças.

2. Perguntar a pessoa entrevistada se é ela quem costuma fazer as compras de frutas e hortaliças para a sua casa?
 - ❑ Caso positivo, pedir que liste as hortaliças que costuma comprar?
 - ❑ Ao mencionar a cenoura: sugerir que se atenha a essa hortaliça.

3. Investigar sobre cenoura em geral:
 - ❑ Tipos de cenoura que conhece.
 - Procurar fazer com que se lembre do maior número possível

 - ❑ Se costuma comer cenoura e por quê.

 - ❑ Quais os tipos que costuma comprar e com que frequência.
 - Listar

 - ❑ Por que compra ou não compra de determinado tipo.
 - Explorar os motivos principais e secundários de ambos

 - ❑ Onde compra. Por que compra nesses estabelecimentos.
 - Feiras
 - Supermercados

 - ❑ Em quais situações costuma comprar.
 - No dia-a-dia
 - Em ocasiões especiais

- Para pratos específicos
- ❑ Como a cenoura costuma ser consumida.
 - Na salada, na sopa, o arroz.
 - Crua, cozida, refogada.
- ❑ Compra por decisão própria ou por solicitação de alguém?
 - Identificar as pessoas

4. Ao relacionar os tipos de cenoura que conhece, caso a Baby tenha sido citada, sugerir explorá-la melhor, perguntando:

- ❑ Se já comeu a Baby.
- ❑ Onde comeu.
- ❑ O que acha dela. (explorar o máximo possível)
 - Gostosa , macia, dura, amarga
 - Bonita, estranha
 - Cara, barata
 - Interessante
- ❑ Quais as diferenças entre a Baby e os outros tipos de cenoura. (explorar o máximo possível)
 - Mais cara, mais prática, melhor para cozinhar, ...
- ❑ Por que compra ou não compra a Baby. (explorar)
 - É barata, para o lanche das crianças, ...
- ❑ Frequência com que costuma comprar a Baby.
 - Uma vez/mês, duas, ...
- ❑ Se sabe quais as marcas oferecidas no mercado.
 - Listar as marcas lembradas
- ❑ Qual a marca que costumam comprar e por que?

- Listar
- ❑ Onde costumam compra-la ou procura-la.
 - Listar os estabelecimentos e explorar os motivos da escolha
- ❑ Em quais situações costuma comprar.
 - Em almoços de confraternização familiar, como aperitivo em uma recepção de amigos, ...
- ❑ Tentar identificar fatores sociais que possam influenciar a decisão de compra da Baby, bem como os respectivos estilos de vida.
 - Manter status
 - Vida corrida
- ❑ Procurar identificar os fatores pessoais ou demográficos influenciam o comportamento de compra da Baby.
 - Incentivar o filho pequeno a comer cenoura
- ❑ Procurar entender como é tomada a decisão de compra da Baby.
 - Decide antes da compra em função do cardápio
 - Decide dentro do estabelecimento, no momento da compra
- ❑ Pedir que relate experiências positivas ou negativas com a cenoura Baby.
 - Meu filho só come se for Baby
 - Quando abri a embalagem o produto estava estragado
- ❑ Pedir que explique o porque de outras pessoas comprem ou não comprarem a Baby.
 - Tem bom gosto, tem muito dinheiro para gastar, para inovar

7.2

Roteiro utilizado nos grupos de foco

ROTEIRO PARA DISCUSSÃO NO GRUPO DE FOCO

INTRODUÇÃO

- Agradecimento e boas vindas
- Trata-se de um grupo informal – espero que todos fiquem bem à vontade
- A identidade de vocês não será revelada em momento algum
- Posso perguntar coisas óbvias - sejam tolerantes comigo
- Lembrem-se: Não há respostas certas ou erradas, trata-se de saber o que vocês pensam sobre cenoura, que é o assunto do qual vamos falar.
- A reunião será gravada, pelo fato de ser quase impossível o registro, por escrito, de todas as discussões.

GERAL

Gostaria de conhecer cada um de vocês. Por favor, se apresentem e digam se possuem empregada doméstica e se costumam comer fora ou em casa.

Todos vocês comem cenoura? Alguém que não coma? Por quê?

Quem toma a decisão de compra da cenoura na casa de vocês? E quem é que compra?

Como é feita a tomada de decisão? O que é mais importante (atributos) na hora de decidir pela compra da cenoura?
(listar por ordem decrescente de importância)

Vocês podem me dizer quais os motivos que os leva a comprar cenoura? Existe algo ou alguém que influencia a decisão de compra da cenoura?

Existem cenouras sendo comercializadas nas mais diversas formas. Vocês podem me dizer quais as que vocês conhecem?
(usar formulário I)

E quais dessas formas vocês costumam comprar? Por quê?
(usar formulário II)

Quais as formas de se comer cenoura?
(usar formulário III)

Qual dessas formas é a mais comum?
(usar formulário III)

Solicitar que façam uma correlação entre tipos de cenoura e formas de consumo.
(usar formulário III)

Propor a construção do Mapa Multidimensional.

ESPECÍFICO

Agora vamos falar um pouco sobre a cenoura Baby.

- Todos aqui conhecem e já comeram a Baby. Vocês podem me dizer o que acham dela? Ou seja, como vocês a vêem?
- Vocês acreditam que a cenoura Baby é um produto:
 - Natural, higienizado e pronto para o consumo;
 - Caro
 - Mais gostoso que os outros tipos de cenoura
 - Que desperta o interesse das crianças
 - De consumo restrito ou largamente aceito pelos consumidores
 - Atraente (bonito, charmoso)
 - Prático
 - Quem tem mais (ou menos) vitamina que a cenoura normal
 - Difícil ou facilmente encontrado no mercado
 - Para se comer cru ou cozido
 - Muito duro para criança pequena comer cru
 - Que cenoura é tudo igual
- Costumam comprar a Baby? Por que compram? Por que não compram?
- Qual a frequência?
- Qual a marca que costumam comprar e por que? Sabem quais as marcas oferecidas no mercado?
- Onde costumam compra-la ou procura-la?
- Em quais situações vocês compram?
- Como vocês avaliam a Baby?
- Vocês acham que fatores sociais (status, família, grupos de referência) podem influenciar a decisão de compra da Baby?
- E os estilos de vida (vida agitada com pouco tempo para fazer comida, envolvimento social), influenciam a decisão de compra da Baby?
- Como os fatores pessoais ou demográficos influenciam o comportamento de compra da Baby?
- Como vocês compram? Decidem previamente ou decidem no local?
- Já tiveram alguma experiência com a cenoura Baby?

7.3

Questionários aplicados nos grupos de foco

7.3.1

Avaliação dos atributos e crenças para aplicação do modelo multiatributos de Fishbein

7.3.1.1

Avaliação da importância dos atributos

AVALIAÇÃO DOS ATRIBUTOS

Para você,

Uma cenoura que tenha **bom paladar** é:

muito importante $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *pouco importante*

Uma cenoura que seja **doce** é:

muito bom $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *muito ruim*

Uma cenoura que tenha um **gosto marcante** é:

muito bom $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *muito ruim*

Uma cenoura que seja **macia** é:

muito bom $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *muito ruim*

Uma cenoura que seja **crocante** é:

muito bom $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *muito ruim*

Uma cenoura que tenha uma **cor alaranjada intensa** é:

muito bom $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *muito ruim*

Na compra da cenoura o **preço** é:

muito importante $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *pouco importante*

Na escolha do tipo de cenoura, o **custo/benefício** é:

muito importante $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ *pouco importante*

Continuação

O grau de **perecibilidade** da cenoura é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

A **quantidade de vitaminas** presente em uma cenoura é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura que seja **prática** é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura com **aspecto saudável** é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

O grau de **versatilidade** em uma cenoura é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

A **disponibilidade** da cenoura no mercado é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura com aspecto de produto **sofisticado** é:

muito bom : : : : : : *muito ruim*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura **visualmente atraente** é:

muito bom : : : : : : *muito ruim*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura que seja visualmente **atraente para crianças** é:

muito bom : : : : : : *muito ruim*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura que seja **boa para cozinhar** é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura que se possa **comer crua** é:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura que se possibilite a **elaboração de pratos mais bonitos e sofisticados**:

muito importante : : : : : : *pouco importante*
 6 5 4 3 2 1 0

Uma cenoura que seja **geneticamente modificada (transgênica)**:

muito bom : : : : : : *muito ruim*
 6 5 4 3 2 1 0

Avaliação das crenças em relação à cenoura Comum

A cenoura **Comum** tem um paladar:

Muito bom ____:____:____:____:____:____:____:____ Muito ruim

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito doce : : : : : : Sem doce

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** tem um gosto de cenoura:

Muito intenso ____:____:____:____:____:____:____ Pouco intenso

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito macia : : : : : : Muito dura

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito crocante ____:____:____:____:____:____ Pouco crocante

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** possui uma cor alaranjada:
Muito intensa ____:____:____:____:____:____ Pouco intensa
6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito cara $\frac{\quad}{6} : \frac{\quad}{5} : \frac{\quad}{4} : \frac{\quad}{3} : \frac{\quad}{2} : \frac{\quad}{1} : \frac{\quad}{0}$ Muito barata

A relação custo/benefício da cenoura Comum é:
 Muito boa : : : : : : Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito perecível : : : : : : Pouco perecível

6 5 4 3 2 1 0

A quantidade de vitaminas presente na cenoura **Comum** é:
Muito grande ____:____:____:____:____:____ Muito pequena
6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito prática : : : : : : Pouco prática

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** tem um aspecto:

Muito saudável _____ Pouco saudável _____

6 5 4 3 2 1 0

Continuação

A cenoura **Comum** é:

Muito versátil : : : : : : : Pouco versátil
 6 5 4 3 2 1 0

Encontrar a cenoura **Comum** no mercado é:

Muito fácil : : : : : : : Muito difícil
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Comum** é:

Muito sofisticada : : : : : : : Pouco sofisticada
 6 5 4 3 2 1 0

Visualmente, a cenoura **Comum** é:

Muito atraente : : : : : : : Pouco atraente
 6 5 4 3 2 1 0

Para as crianças, a cenoura **Comum** é:

Muito atraente : : : : : : : Pouco atraente
 6 5 4 3 2 1 0

Para cozinhar, a cenoura **Comum** é:

Muito boa : : : : : : : Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Para comer crua, a cenoura **Comum** é:

Muito boa : : : : : : : Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Para ornamentação de pratos, a cenoura **Comum** é:

Muito boa : : : : : : : Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Qual a probabilidade da cenoura **Comum** ser geneticamente modificada (transgênica):

Muito provável : : : : : : : Pouco provável
 6 5 4 3 2 1 0

Avaliação das crenças em relação à cenoura Ralada

A cenoura **Ralada** tem um paladar:

Muito bom ____:____:____:____:____:____:____:____ Muito ruim

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:

Muito doce : : : : : : Sem doce

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** tem um gosto de cenoura:

Muito intenso : : : : : : Pouco intenso

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:

Muito macia : : : : : : Muito dura

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:

Muito crocante ____:____:____:____:____:____ Pouco crocante

6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** possui uma cor alaranjada:
Muito intensa ____:____:____:____:____:____ Pouco intensa
6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:

Muito cara : : : : : : Muito barata

6 5 4 3 2 1 0

A relação custo/benefício da cenoura **Ralada** é:
 Muito boa ____:____:____:____:____:____:____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:

Muito perecível : : : : : : Pouco perecível

6 5 4 3 2 1 0

A quantidade de vitaminas presente na cenoura **Ralada** é:
Muito grande ____:____:____:____:____:____ Muito pequena
6 5 4 3 2 1 0

Continuação

A cenoura **Ralada** é:
 Muito prática _____ Pouco prática
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** tem um aspecto:
 Muito saudável _____ Pouco saudável
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:
 Muito versátil _____ Pouco versátil
 6 5 4 3 2 1 0

Encontrar a cenoura **Ralada** no mercado é:
 Muito fácil _____ Muito difícil
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Ralada** é:
 Muito sofisticada _____ Pouco sofisticada
 6 5 4 3 2 1 0

Visualmente, a cenoura **Ralada** é:
 Muito atraente _____ Pouco atraente
 6 5 4 3 2 1 0

Para as crianças, a cenoura **Ralada** é:
 Muito atraente _____ Pouco atraente
 6 5 4 3 2 1 0

Para cozinhar, a cenoura **Ralada** é:
 Muito boa _____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Para comer crua, a cenoura **Ralada** é:
 Muito boa _____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Para ornamentação de pratos, a cenoura **Ralada** é:
 Muito boa _____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Qual a probabilidade da cenoura **Ralada** ser geneticamente modificada (transgênica):
 Muito provável _____ Pouco provável
 6 5 4 3 2 1 0

7.3.1.4

Avaliação crenças em relação à cenoura Baby

AVALIAÇÃO DAS CRENÇAS - CENOURA BABY

A cenoura **Baby** tem um paladar:
Muito bom : : : : : : *Muito ruim*
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito doce : : : : : : Sem doce
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** tem um gosto de cenoura:
 Muito intenso : : : : : : Pouco intenso
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito macia : : : : : : Muito dura
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito crocante : : : : : : Pouco crocante
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** possui uma cor alaranjada:
 Muito intensa : : : : : : Pouco intensa
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito cara : : : : : : Muito barata
 6 5 4 3 2 1 0

A relação custo/benefício da cenoura **Baby** é:
 Muito boa : : : : : : Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito perecível : : : : : : Pouco perecível
 6 5 4 3 2 1 0

A quantidade de vitaminas presente na cenoura **Baby** é:
 Muito grande : : : : : : Muito pequena
 6 5 4 3 2 1 0

Continuação

A cenoura **Baby** é:
 Muito prática _____ Pouco prática
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** tem um aspecto:
 Muito saudável _____ Pouco saudável
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito versátil _____ Pouco versátil
 6 5 4 3 2 1 0

Encontrar a cenoura **Baby** no mercado é:
 Muito fácil _____ Muito difícil
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** é:
 Muito sofisticada _____ Pouco sofisticada
 6 5 4 3 2 1 0

Visualmente, a cenoura **Baby** é:
 Muito atraente _____ Pouco atraente
 6 5 4 3 2 1 0

Para as crianças, a cenoura **Baby** é:
 Muito atraente _____ Pouco atraente
 6 5 4 3 2 1 0

Para cozinhar, a cenoura **Baby** é:
 Muito boa _____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Para comer crua, a cenoura **Baby** é:
 Muito boa _____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Para ornamentação de pratos, a cenoura **Baby** é:
 Muito boa _____ Muito ruim
 6 5 4 3 2 1 0

Qual a probabilidade da cenoura **Baby** ser geneticamente modificada (transgênica):
 Muito provável _____ Pouco provável
 6 5 4 3 2 1 0

A cenoura **Baby** está direcionada para um público com renda familiar:
 Muito alta _____ Muito baixa
 6 5 4 3 2 1 0

Responda com apenas uma palavra ou pequena frase: Quando você pensa na cenoura **Baby**, o que lhe vem à cabeça? _____

7.3.2

Avaliação dos atributos e crenças para aplicação do modelo multiatributos do Ponto Ideal

PRODUTO IDEAL

A finalidade deste formulário de pesquisa é a obtenção da cenoura ideal, segundo a sua opinião. Para tanto, utilize as escalas de classificação abaixo. Basta apor um “X” no campo correspondente, conforme exemplificado no quadro hachurado:

Para você, a cenoura ideal é aquela que é:						
	X					
Muito macia	Macia	Um pouco macia	Nem macia nem dura	Um pouco dura	Dura	Muito dura

Para você, a cenoura ideal é aquela que tem ou é:

Sabor

Muito doce	Doce	Um pouco doce	Nem doce nem amargo	Um pouco amargo	Amargo	Muito amargo

Sabor

Muito suave	Suave	Um pouco suave	Nem suave nem forte	Um pouco forte	Forte	Muito forte

Crocância

Muito crocante	Crocante	Um pouco crocante	Nem crocante nem mole	Um pouco Mole	Mole	Muito mole

Preço

Preço muito caro	Caro	Um pouco caro	Nem caro nem barato	Um pouco barato	Barato	Preço muito barato

Custo-benefício

Altamente favorável	Favorável	Um pouco favorável	Nem favorável nem desfavorável	Um pouco desfavorável	Desfavorável	Muito desfavorável

Perecibilidade

Muito resistente	Resistente	Um pouco resistente	Nem resistente nem perecível	Um pouco perecível	Perecível	Muito perecível

Quantidade de Vitaminas

Muito rica em vitaminas	Rica em vitaminas	Um pouco rica em vitaminas	Nem rica nem pobre	Um pouco pobre em vitaminas	Pobre em vitaminas	Muito pobre em vitaminas

Praticidade

Muito prática	Prática	Um pouco prática	Nem prática nem trabalhosa	Um pouco trabalhosa	Trabalhosa	Muito trabalhosa

CLASSIFICAÇÃO DAS CENOURAS COMUM, RALADA E BABY

Favor classificar cada um dos tipos de cenoura, em cada uma das categorias, apondo suas respectivas iniciais no campo acima do nível correspondente a sua classificação. Veja o exemplo no quadro hachurado:

MACIEZ						
		R e B			C	
Muito macia	Macia	Um pouco macia	Nem macia nem dura	Um pouco dura	Dura	Muito dura

Sabor

Muito doce	Doce	Um pouco doce	Nem doce nem amargo	Um pouco amargo	Amargo	Muito amargo

Sabor

Muito suave	Suave	Um pouco suave	Nem suave nem forte	Um pouco forte	Forte	Muito forte

Crocância

Muito crocante	Crocante	Um pouco crocante	Nem crocante nem mole	Um pouco Mole	Mole	Muito mole

Preço

Preço muito caro	Caro	Um pouco caro	Nem caro nem barato	Um pouco barato	Barato	Preço muito barato

Custo-benefício

Altamente favorável	Favorável	Um pouco favorável	Nem favorável nem desfavorável	Um pouco desfavorável	Desfavorável	Muito desfavorável

Perecibilidade

Muito resistente	Resistente	Um pouco resistente	Nem resistente nem perecível	Um pouco perecível	Perecível	Muito perecível

Quantidade de Vitaminas

Muito rica em vitaminas	Rica	Um pouco rica	Nem rica nem pobre	Um pouco pobre	Pobre	Muito pobre em vitaminas

Praticidade

Muito prática	Prática	Um pouco prática	Nem prática nem trabalhosa	Um pouco trabalhosa	Trabalhosa	Muito trabalhosa

7.3.3

Avaliação dos sentimentos, atitude e intenção de Compra da Cenoura Baby

AVALIAÇÃO DOS SENTIMENTOS

Pessoal,

Ao comer cenoura (qualquer um dos três tipos) quais os sentimentos que ela desperta em cada um de vocês?

Resposta: _____ .

Para responder a pergunta acima, sugiro ler os quatro parágrafos abaixo.

Até agora, focalizamos exclusivamente o componente cognitivo (conhecimentos e percepções adquiridas por meio da experiência direta com a cenoura e informações correlatas de várias fontes) para tentar compreender as razões por trás das atitudes de vocês frente à cenoura.

As atitudes podem depender, além do componente cognitivo, também do componente afetivo, representado pelos sentimentos associados à cenoura.

Os sentimentos ocorrem durante o consumo de muitos produtos. Algumas experiências de consumo são valorizadas principalmente por sua capacidade de induzir certos sentimentos, sejam eles a tranquilidade que se experimenta ao ouvir as ondas batendo na praia num hotel tropical ou as emoções induzidas enquanto pratica salto em queda livre.

Mesmo para produtos cujo consumo é relativamente isento de emoção (como o saco plástico de lixo), sentimentos na forma de frustração e arrependimento podem ainda ser sentidos se o produto deixar de exercer seu papel adequadamente (por exemplo, o saco de lixo arrebentar, deixando um rastro de sujeira para limpar).

Exemplo:

Sentimentos em relação a um produto comestível, como é a cenoura

Com frequência eu experimento os seguintes sentimentos como resultado de *comer chocolate*:

- ☐ Felicidade
- ☐ Deliciado
- ☐ Alegre
- ☐ Culpado
- ☐ Arrependido

Continuação

Lista contendo alguns tipos de sentimento

TIPOS DE SENTIMENTO			
ALEGRES		NEGATIVOS	SENSÍVEIS
Animado	Estimulado	Aborrecido	Afetado
Atento	Excitado	Arrependido	Afetoso
Ativo	Exultante	Cético	Amável
Atraente	Feliz	Cheio	Calmo
Aventureiro	Forte	Crítico	Comovido
Bom	Hilariante	Deprimido	Contemplativo
Brincalhão	Independente	Desafiante	Emocional
Confiante	Inspirado	Desapontado	Esperançoso
Contente	Interessado	Desconfiado	Pensativo
Criativo	Jovial	Desinteressado	Preocupado
Despreocupado	Orgulhoso	Dúbio	Sentimental
Diligente	Prazeroso	Entediado	Solidário
Divertido	Satisfeito	Insultado	Tranquilo
Encantado	Sereno	Irritado	
Engraçado	Vigoroso	Ofendido	
Entusiasmado	Vivo	Ruim	
		Solitário	
		Tedioso	
		Triste	
		Zangado	

CENOURA BABY

1- Você já teve a oportunidade de experimentar a cenoura Baby. Então, para cada uma das frases a seguir, favor marcar com um "X" no espaço correspondente a como você se sentiu após o consumo da cenoura Baby.

	MUITO				NADA
Saciado	☐	☐	☐	☐	☐
Satisfeito	☐	☐	☐	☐	☐
Bem	☐	☐	☐	☐	☐
Alegre	☐	☐	☐	☐	☐
Com prazer	☐	☐	☐	☐	☐
Vigoroso	☐	☐	☐	☐	☐
Com a sensação do dever cumprido	☐	☐	☐	☐	☐
Criativo	☐	☐	☐	☐	☐
Desinteressado	☐	☐	☐	☐	☐
Nutrido	☐	☐	☐	☐	☐
Jovem	☐	☐	☐	☐	☐
Entediado	☐	☐	☐	☐	☐
Atraído pela cor viva	☐	☐	☐	☐	☐
Divertido	☐	☐	☐	☐	☐
Desafiante	☐	☐	☐	☐	☐
Animado	☐	☐	☐	☐	☐

2- Quanto você gosta da cenoura Baby?

Gosto muito	Gosto	Gosto um pouco	Nem gosto nem desgosto	Desgosto um pouco	Não gosto	Não gosto nada

3- Qual é a sua opinião geral sobre a cenoura Baby?

Altamente favorável	Favorável	Um pouco favorável	Nem favorável nem desfavorável	Um pouco desfavorável	Desfavorável	Muito desfavorável

4- A cenoura Baby é:

Muito boa	Boa	Um pouco boa	Nem boa nem ruim	Um pouco ruim	Ruim	Muito ruim

Muito atraente	Atraente	Um pouco atraente	Nem atraente nem repugnante	Um pouco repugnante	Repugnante	Muito repugnante

Muito agradável	agradável	Um pouco agradável	Nem agradável nem desagradável	Um pouco desagradável	Desagradável	Muito desagradável

Muito prazerosa	Prazerosa	Um pouco prazerosa	Nem prazerosa nem desprazerosa	Um pouco desprazerosa	Desprazerosa	Muito desprazerosa

Muito tentadora	Tentadora	Um pouco tentadora	Nem tentadora nem repugnante	Um pouco repugnante	Repugnante	Muito repugnante

Uma coisa muito tola	Tola	Um pouco tola	Nem tola nem inteligente	Uma coisa um pouco inteligente	Inteligente	Muito inteligente

5- Qual das frases a seguir melhor descreve a chance que você tem de comprar a cenoura Baby?

- ☐ Com toda a certeza vou comprar
☐ Provavelmente vou comprar
☐ Estou indeciso se vou comprar
☐ Provavelmente não vou comprar
☐ Decididamente não vou comprar

6- Qual é a possibilidade de você comprar a cenoura Baby?

muito grande ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ impossível

7- Qual é a probabilidade de você comprar a cenoura Baby?

(☐)0% (☐)10% (☐)20% (☐)30% (☐)40% (☐)50% (☐)60% (☐)70% (☐)80% (☐)90% (☐)100%

8- Indique até que ponto você concorda com a seguinte declaração:

"Eu realmente gosto de cenoura Baby."

Concordo plenamente	Concordo um pouco	Concordo ligeiramente	Não concordo nem discordo	Discordo ligeiramente	Discordo um pouco	Discordo fortemente