



II Simpósio de Engenharia de Produção

As Contribuições da Engenharia de Produção
para a Indústria de Serviços

PESQUISA DE MERCADO – ANÁLISE DE UMA FUTURA EMPRESA DE SUCOS NATURAIS EM SÃO JOÃO DA BARRA/RJ

Getúlio da Silva Abreu - getulio-abreu@hotmail.com

Aldo Shimoya - aldoshimoya@yahoo.com.br

Resumo

O artigo mostra uma pesquisa de mercado simplória, para instalação de uma futura empresa de sucos naturais, numa pequena propriedade, denominada sítio Situação, localizada na BR 356 s/n, no município fluminense de São João da Barra. A extensão territorial da propriedade é de 120.000,00 m², com plantações de frutas típicas da região e da propriedade em estudo, por exemplo: coco-da-baía, goiaba, carambola, banana, caju, laranja, abacaxi, melão e manga. A ideia é propor a criação de uma microempresa de sucos naturais. A metodologia trata-se de um estudo de caso, com busca de dados e observações in loco. Os resultados encontrados na pesquisa de mercado foram satisfatórios. Dos 61 entrevistados, 68,85% disseram que o empreendimento daria certo e 83,61% deixaria o mercado concorrente para comprar na fictícia empresa CamSucos® Naturais. Avaliou-se também a preferência das pessoas quanto aos sabores de sucos naturais existentes em maior escala no município. Existe uma parcela bem significativa de adeptos aos frutos existentes no sítio Situação. O coco-da-baía contou com a maior preferência, 32,75% e a goiaba 22,70%. O artigo permitiu analisar o potencial do futuro mercado consumidor de maneira simples e fácil. Esse foi apenas um primeiro passo para realçar a criação da empresa CamSucos® Naturais. Para isso acontecer na prática será necessário investir em mão de obra e maquinários. E se isso acontecer, com certeza os pequenos empreendedores terão sucesso financeiro.

Palavras-chave: Mercado consumidor, Pesquisa de mercado, Sucos naturais.

Abstract

The article shows a simplistic market research for future installation of a natural juice company, in a small property, called Situation farm, located on the BR 356 s/n, in São João da Barra city. The territorial extent of the property is 120,000.00 m², with plantations of exotics fruits and the property under study, for example: coconut, guava, star fruit, banana, cashew, orange, pineapple, melon and mango. The idea is to propose the creation of a



natural small juice company. The methodology employed is a case study with data mining and in loco observations. The results found in the market research were satisfactory. Of the 61 respondents, 68,85% of the interviewees said that the project would work and 83,61% would leave the competitor market to buy in the fictitious CamSucos® Naturais Company. We also evaluated the preference of people about the flavors of juices available on a larger scale in the city. There is a pretty significant followers portion of the fruits of the Situation farm. The coconut juice was of the greatest preference, that is, 32.75% and followed by guava with 22.70%. The article allowed us to analyze the potential of the future consumer market in a simple and easy way. This was only a first step to enhance the CamSucos® Naturais company's launching. To become it true, it will be necessary to invest in labor force and machinery. And if that happens, certainly small entrepreneurs will succeed financially.

Keywords: Consumer Market, Market Research, Natural Juices.

1. Introdução

O município de São João da Barra, situado no norte do estado do Rio de Janeiro tem uma população estimada em 2013, segundo o Censo 2010, de 33.951 habitantes e uma área de 455.044km². Há uma expectativa de crescimento econômico e populacional para o ano de 2020 de, aproximadamente, 10 vezes o número populacional de seus habitantes.

Visando aproveitar os recursos naturais do município, o presente artigo mostrará uma pesquisa de mercado simplória, para instalação de uma futura empresa de sucos naturais, numa pequena propriedade, denominada Sítio Situação, localizada na BR 356 s/n, no município sanjoanense, cujo proprietário é o Sr. Fernando Ribeiro Abreu, hoje falecido.

A extensão territorial da propriedade é de 120.000,00 m², com plantações de frutas típicas da região e da propriedade em estudo, por exemplo: coco-da-baía, goiaba, carambola, banana, caju, laranja, abacaxi, melão e manga. A ideia é propor a criação de uma microempresa de sucos naturais. Visto que a demanda de pessoas aumentará e o consumo de bebidas naturais é um ramo promissor no século XXI. Sem falar da busca por produtos com menor número possível de agrotóxicos, os chamados frutos orgânicos.



No modelo de pesquisa de mercado, foram explorados questões bem simples para conhecer o perfil dos possíveis clientes potenciais locais. Uma das perguntas, segundo o Anexo A, foi saber quais os sabores de frutas as pessoas mais tinham preferência. Foram colocadas frutas que não são pertencentes à localidade e as que fazem parte do cultivo da maioria dos agricultores de São João da Barra. Foi possível conhecer através de simples gráficos que as pessoas têm preferência por sabores de frutas oriundas do município.

A demanda populacional da cidade tenderá a aumentar por conta da instalação do maior porto da América Latina, que foi um empreendimento logístico da empresa LLX Logística S.A, localizado no distrito de Açú. Sabe-se que quando um empreendimento do porte do porto do Açú aparece, a tendência é que a cidade comece a perder espaço rural. E a maioria das extensões de terras rurais seja desapropriada.

Visando aproveitar a agricultura de subsistência da localidade, o artigo propõe de maneira verídica a criação de uma empresa de sucos naturais, cujo nome fantasia seria CamSucos Naturais©, com práticas de sustentabilidade. Onde os produtos serão extraídos na própria unidade, e a mão de obra adotada será a mesma utilizada no cultivo das árvores frutíferas. Pensou-se numa empresa pequena, para os gastos não serem amplos demais. Porém, caso a ideia seja levada a frente, será possível habitar uma propriedade ampla, em meio a tantos planos de urbanizações nos em tornos do pacato município sanjoanense.

O trabalho teve o cuidado de conhecer o ambiente de estudo, propor implementação de uma pequena empresa e através de comentários respaldados na engenharia de produção, obter um mecanismo de produção sustentável. É inquestionável que as gerações futuras da região não saberão mais o que é um fruto produzido num sítio pequeno. Tais produções poderão sair de cenário. Como forma de manter a identidade rural do município, mas adequando a sua realidade de crescimento, criar uma empresa dentro de uma pequena fazenda, seria uma boa ideia, haja vista a diminuição dos produtores rurais da região.

A engenharia de produção contém amplos mecanismos de gerência e planos de projetos. O engenheiro de produção é capaz de realizar estudos que visem analisar o potencial do mercado consumidor, propondo criação de novos produtos e empresas. Por isso, o artigo em questão foi realizado por estes profissionais. Assim sendo, utilizou-se de uma técnica chamada pesquisa de mercado, que tem seus pilares no *marketing* e projeto do produto. Por



isso, a criação da pequena empresa, de nome fantasia CamSucos® Naturais, seria algo vantajoso aos herdeiros do pequeno produtor rural.

2. Metodologia

O método utilizado nesta pesquisa foi o estudo de caso, que permite analisar o problema com maior profundidade, portanto trata-se de um método da pesquisa quantitativo, de caráter descritivo e com aplicação de um questionário de entrevista pessoal. Foram realizadas entrevistas pessoais no município de São João da Barra, para viabilizar a implantação da empresa.

Gil (2010) argumenta que a finalidade de um estudo de caso não é proporcionar o conhecimento exato das características e propriedades de uma população, mas sim gerar uma visão global do problema ou identificar os possíveis agentes que o influenciam ou são por ele influenciados. Hair *et al.* (2010) afirma que em situações onde procura-se descrever características de mercado ou na avaliação de estratégias de *marketing*, apresentam maior propensão a serem respondidas através da abordagem descritiva.

A primeira etapa da pesquisa foi levantar informações de todo o sítio Situação. Os dados foram confirmados via fotos de máquina digital, e depois disso, através da aplicação do questionário (Anexo A), executou-se uma estudo de viabilidade de implementação da empresa CamSucos® Naturais.

2.1. Passos da pesquisa de mercado realizada

A pesquisa de mercado foi baseada nos seguintes passos, também abordados por Gomes (2005): a) Definição do público alvo; b) Definição da coleta de dados; c) Definição do método de pesquisa de dados primários; d) Definição da amostra; e) Elaboração do questionário; f) Aplicação da pesquisa; g) Tabulação dos dados e confecção de gráficos; h) Análise dos resultados; i) Tomada de decisão.

O público alvo desta pesquisa foram os moradores da cidade de São João da Barra, que segundo o Censo 2010, são estimados em 33.951 habitantes. Os dados foram levantados *in loco*, nos diversos bairros e distritos sanjoanenses, através de um questionário próprio (Anexo A).

A amostra foi definida segundo as seguintes informações: a) tamanho da população; b) erro amostral; c) distribuição da população e d) nível de confiança. Baseando-se na Tabela 1, sendo o universo amostral de 33.951 moradores, nível de confiança de 95%, erro amostral de 10% e *split* de 80/20, chega-se a conclusão que 61 pessoas deverão ser entrevistadas.

Tabela 1 – Tabela determinante do tamanho da amostra com nível de confiança de 95%

POPULAÇÃO	ERRO AMOSTRAL = +/- 3%		ERRO AMOSTRAL = +/- 5%		ERRO AMOSTRAL = +/- 10%	
	SPLIT 50/50	SPLIT 80/20	SPLIT 50/50	SPLIT 80/20	SPLIT 50/50	SPLIT 80/20
100	92	87	80	71	49	38
250	203	183	152	124	70	49
500	341	289	217	165	81	55
750	441	358	254	185	85	57
1.000	516	406	278	198	88	58
2.500	748	537	333	224	93	60
5.000	880	601	357	234	94	61
10.000	964	639	370	240	95	61
25.000	1.023	665	378	243	96	61
50.000	1.045	674	381	245	96	61
100.000	1.056	678	383	245	96	61
1.000.000	1.066	678	383	245	96	61
100.000.000	1.067	683	384	246	96	61

Fonte: Gomes (2005)

O split na Tabela 1 representa a variação das respostas na pesquisa, ou seja, o grau de homogeneidade da população. O split de 80/20 caracteriza uma amostra mais homogênea quanto ao nível de renda, idade e sexo, enquanto o split de 50/50 indica muita variação entre as respostas, sendo a população mais heterogênea. Após estes passos, o questionário foi elaborado e a pesquisa foi realizada.

3. Revisão de literatura

3.1. Pesquisa de mercado

Malhotra (2011) afirma que a pesquisa de *marketing* é 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 oportunidade de *marketing*. A pesquisa de marketing, segundo Acnielsen (2010), é uma forma de sociologia aplicada que se concentra na compreensão de comportamentos, atitudes e preferências de



consumidores numa economia de mercado e, ainda, busca entender os efeitos comparativos de sucessos de campanhas publicitárias.

Para Churchill e Iacobucci (2010) a pesquisa de *marketing* desempenha dois importantes papéis no sistema de *marketing*. Em primeiro lugar, faz parte do processo de *feedback* da inteligência de *marketing*. Ela abastece os tomadores de decisões com dados sobre a eficiência do *mix* de marketing atual e fornece percepções para as mudanças necessárias. Em segundo lugar, a pesquisa de marketing é a principal ferramenta para explorar novas oportunidades no mercado.

Os autores Churchill e Iacobucci (2010) mencionam que todos os dias, os gerentes são chamados a tomar decisões por meio do uso inteligente da pesquisa de *marketing*. O *marketing* pode criar estratégias para melhorar a atração e retenção, se a empresa entende seus clientes. Esta compreensão vem através de pesquisa de mercado.

Entender o que os consumidores necessitam, segundo Baxter (2000) é fundamental para identificar, especificar e justificar uma oportunidade de produto. Isso é feito pela pesquisa de necessidades de mercado, ou simplesmente pesquisa de mercado, que se baseia em quatro fontes informativas:

- a) Capacidade de *marketing* da própria empresa;
- b) Pesquisa bibliográfica;
- c) Levantamentos qualitativos do mercado;
- d) Levantamentos quantitativos do mercado.

Boyd e Westfall (1978) afirmam que a pesquisa mercadológica é a busca e análise objetiva e sistemática de informações relevantes para identificação e solução de qualquer problema no campo mercadológico. Segundo Teixeira (1997), deve-se diferenciar pesquisa mercadológica (de *marketing*: fazendo o mercado) da simples pesquisa de mercado (*market*: mercado). A primeira baseia-se num conceito amplo, envolvendo não só os estudos de mercado, mas também os estudos sobre marcas, propaganda, produtos, design, embalagens, imagem etc. É considerada uma das principais ferramentas para a gestão estratégica de marketing de qualquer negócio, desde estudos para decisão de empreender até estudos sobre mudança de ramo e/ou abandono de produtos.



A pesquisa deverá responder às seguintes questões fundamentais, segundo Cobra (1992):

- Quem? (descreve o consumidor);
- Qual? (mostra quais produtos ou serviços atendem às necessidades);
- Onde? (indica em que local o consumidor faz suas compras);
- Quando? (define o período/horário de compra e recompra – sazonalidade);
- Quanto? (aponta a quantidade adquirida, qual o formato e acondicionamento);
- Como? (revela que utilização é feita do produto ou serviço).

Teixeira (1977) salienta que a pesquisa de mercado pode ser utilizada como recurso auxiliar na solução de problemas enfrentados por dirigentes de negócios em geral, nas seguintes situações:

- a) Problemas de natureza qualitativa ou administrativa: para a produção e distribuição de uma nova mercadoria, ou melhoria das já existentes, é necessário definir: marcas, nomes, desenhos, cores, embalagens; métodos de distribuição, venda e forma de entrega; estratégias para determinação do preço; forma de propaganda mais adequada; definição de sistemas de incentivos;
- b) Problemas de natureza quantitativa: estes podem ser: índices de importância e bem estar dos consumidores atuais e potenciais das diferentes regiões e modificações verificadas nesses índices, no tempo; quantidade de um produto que o mercado pode absorver; cálculo das quotas de um produto que podem ser vendidas nas diversas regiões; estabelecimento de prioridades - zonas de concentração de esforços; controle da eficiência e rendimento do pessoal de distribuição e venda; controle do rendimento da propaganda; pesquisa da preferência do público por determinadas marcas; escolha dos mercados para teste da aceitação de produtos novos.

Para finalizar, Teixeira (1997) aduz que não existem, entretanto, regras pré-determinadas, 'receitas prontas', para a determinação das informações a serem geradas pelo sistema. A rigor, o maior ou menor grau de qualidade das informações dependerá de trabalho conjunto dos especialistas em sistemas e dos executivos. Os primeiros, ao contrário do que muitas vezes acontece, não devem alhear-se completamente dos problemas imprevistos que



antecedem as tomadas de decisão, sob a alegação de que “o sistema pode fornecer a informação que o executivo quiser”.

4. Resultados e discussões

4.1. Produção frutífera de São João da Barra

O município de São João da Barra tem algumas práticas agrícolas diversificadas. Segundo informações do IBGE (2011), com base no Censo 2010, a cidade conta com lavouras permanentes e temporárias. No grupo de lavouras permanentes: a banana, o coco-da-baía, a goiaba e a laranja. Nas lavouras temporárias: o abacaxi e o melão.

Ainda segundo o IBGE (2011), a produção dos seguintes frutos de lavouras permanentes em 2010 foi:

- a) Banana: área plantada de 5 hectares e produção de 35 toneladas;
- b) Coco-da-baía: área plantada de 90 hectares e produção de 2430 mil frutos;
- c) Goiaba: área plantada de 70 hectares e produção de 2100 toneladas;
- d) Laranja: área plantada de 6 hectares e produção de 54 toneladas.

Para os frutos temporários, ainda segundo informações do IBGE (2011), a produção em 2010 foi:

- a) Abacaxi: área plantada de 160 hectares com produção de 4160 mil frutos;
- b) Melão: área plantada de 8 hectares e produção de 80 toneladas.

Com a interpretação desses dados é possível identificar o potencial produtivo de frutas do município. Realmente, a produção de coco-da-baía e goiaba merece destaque. O pequeno sítio Situação conta com a produção de ambas. Assim sendo, reforça-se ainda mais a ideia de instalar na pequena propriedade uma empresa de produção de sucos naturais.

4.2. Ambiente de estudo

O sítio Situação, futuro local de instalação da CamSucos® Naturais possui uma área de 120.000,00 m². Pela Figura 1 verifica-se a existência diversificada de frutos na pequena propriedade. As maiores plantações são de coco-da-baía e goiaba, mas é interessante dizer

que existe o cultivo de outros frutos em menor quantidade, como a carambola, a manga e o caju.

Figura 1 - Plantações e frutos do sítio Situação



Todos os frutos cultivados no sítio Situação possuem um cultivo voltado à subsistência, assim sendo, as práticas de controle de pragas e patológicos são pequenas. E não existe uma preocupação grande com contratação de agrônomos. O pequeno produtor rural dispõe de incentivos da prefeitura do município e mantém a sua produção com seu conhecimento próprio. Desse jeito, será possível auxiliar o produtor em novas descobertas e ajudá-lo a desenvolver novas tecnologias.

4.3. A pesquisa de mercado

Com o objetivo de ter uma visão preliminar do ambiente externo da cidade de São João da Barra, ouviram-se os seus futuros clientes para saber o que realmente pensam, esperam e querem da empresa. Utilizou-se um relatório de pesquisa, de confecção própria e aplicado a 61 pessoas de diferentes idades e sexos.

Os entrevistados foram abordados de maneira amigável e respeitosa, que segundo Gomes (2005) deve ser utilizado também, sempre que possível, o termo “senhor” ou “senhora”. Na entrevista, não foi dado nenhum estímulo às respostas, mas a proposta da empresa e a finalidade da pesquisa foram detalhadas aos participantes. As vestimentas utilizadas também trouxeram uma seriedade na aparência do entrevistador.

A Figura 2 e a Figura 3 contêm dados da faixa etária e estado civil, respectivamente, da amostra entrevistada. Dos 61 entrevistados, 29 deles, têm idade acima de 45 anos.

Figura 2 - Faixa etária da amostra

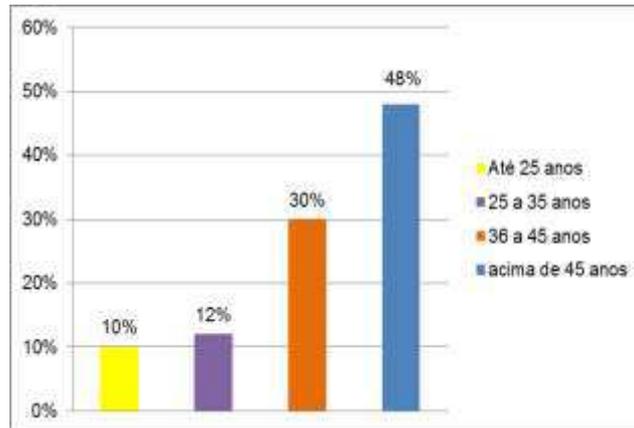
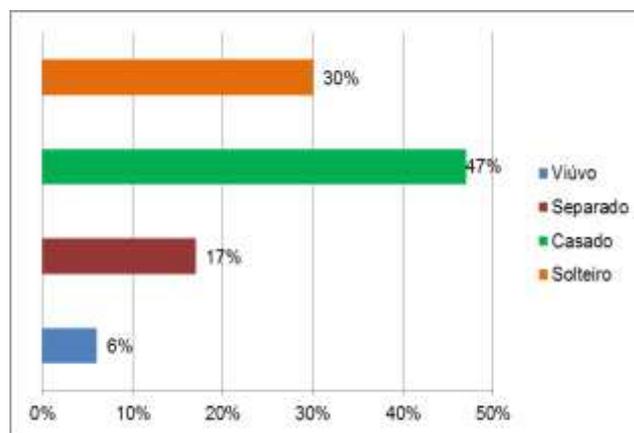


Figura 3 - Estado civil dos entrevistados



Pela Figura 4, onde foi perguntado se a empresa teria aceitação, ou seja, daria certo aos olhos do consumidor, 42 entrevistados disseram sim, ou seja, 68,85% sanjoanenses. Muitos moradores acharam interessante uma possível instalação desta empresa no município.

Num segundo momento, foi perguntado ao entrevistado se ele deixaria o mercado concorrente para comprar na CamSucos® Naturais. 83,61% disseram que sim, ou seja, 51 entrevistados, conforme a Figura 5. Esse parâmetro reforçou o conceito que as pessoas estão mais convictas de que o consumo de bebidas naturais é mais favorável a sua saúde, além de valorizar o cultivo de frutos na própria cidade.

Figura 4- Daria certo a empresa CamSucos® naturais?

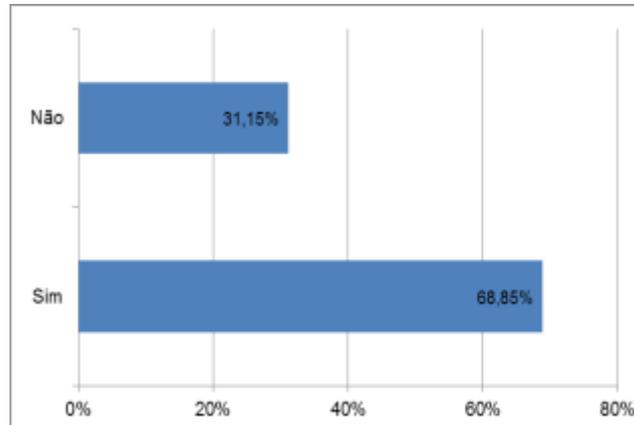
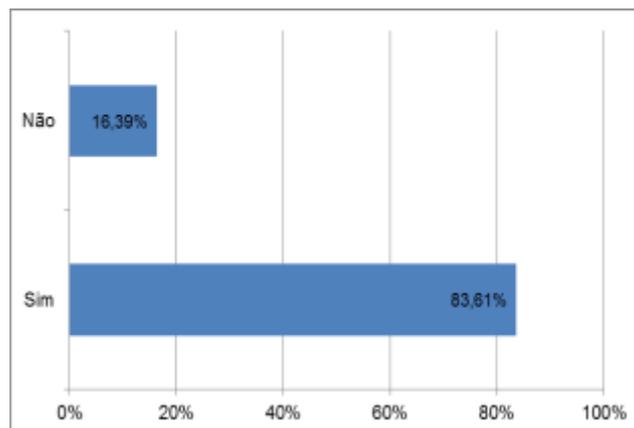


Figura 5 – Percentual de entrevistados que comprariam na CamSucos® Naturais



Os moradores têm uma grande tendência de aceitabilidade dos produtos locais, o que ensinaria qualquer empreendimento de produtos agrícolas na região sanjoanense, principalmente.

Avaliou-se também a preferência das pessoas quanto aos sabores de sucos naturais existentes em maior escala no município de São João da Barra, de acordo com a Figura 6. Existe uma parcela bem significativa de adeptos aos frutos existentes na região, inclusive de posse do sítio Situação. O coco-da-baía contou com a maior preferência, 32,75% e a goiaba 22,70%. Conforme citado, esses dois frutos são os que mais os produtores rurais de São João da Barra produzem. Com certeza seria um forte produto nas vendas da futura empresa.

Analisou-se também a preferência por frutas produzidas em baixa quantidade no município e também aquelas que o município nem mesmo produz (Figura 7). A laranja ficou com o maior percentual (45,72%). Este produto é produzido em pequena escala no município. Em segundo lugar encontra-se a maçã, que não é produzida na região e teve aceitação de 10,78%.

Figura 6 – Percentual de preferências dos sucos quanto aos sabores

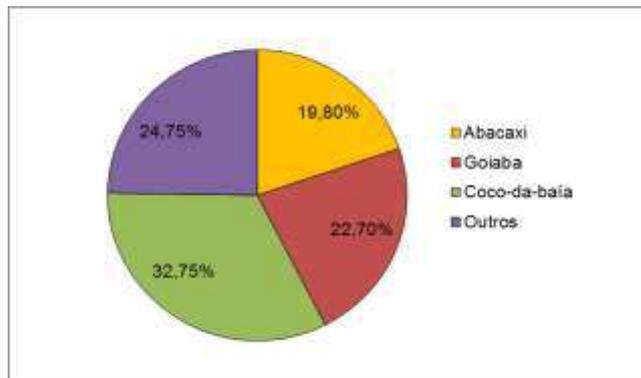
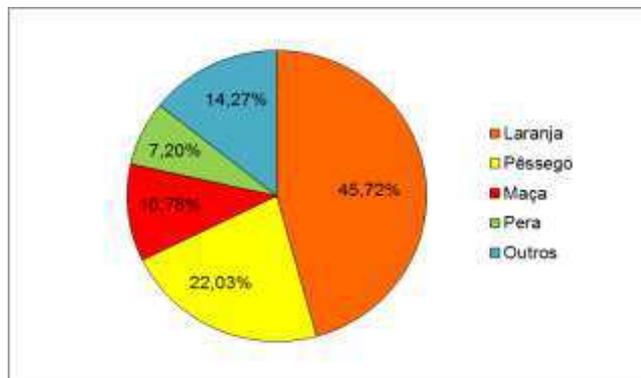


Figura 7 – Percentual de preferências de sabores com ênfase em frutos não típicos



5. Considerações finais

O artigo permitiu analisar o potencial do futuro mercado consumidor do sítio Situação. O estudo de mercado realizado pelos engenheiros de produção trouxe resultados satisfatórios ao iminente negócio.

É possível inovar na questão de bebidas naturais em pequena e longa escala, principalmente se houver um incentivo da administração pública municipal. Não é um aspecto memorável acabar com a cultura rural do município por conta de um avanço



desenfreado da urbanização. É possível relacionar crescimento e desenvolvimento sustentável num mesmo local, com práticas simples de gerência e gestão de agronegócios.

A decisão da futura empresa CamSucos® Naturais decidir se instalar na região de São João da Barra, onde os proprietários possuem uma vasta área de terreno, com plantações de diversas espécies (abundância de matérias-primas) é um fator positivo.

Pode-se alimentar a ideia de que a empresa poderá lucrar com suas vendas, dispondo no mercado produtos de baixo teor de conservantes químicos, mas que sejam altamente saborosos, de qualidade e ideal para saúde. Motivando adultos, crianças e idosos a comprarem cada vez mais na CamSucos® Naturais.

Assim sendo, é possível lidar com as práticas agrícolas, mediante a mudança geográfica que o município vem passando, sem perder o foco de crescimento econômico e aproveitando a área disponível na propriedade.

É claro que esse foi apenas um primeiro passo para realçar a criação da empresa fictícia CamSucos® Naturais. Para isso acontecer na prática será necessário investir em mão de obra e maquinários. Mas se isso acontecer, com certeza os pequenos aspirantes empreendedores terão sucesso financeiro.

REFERÊNCIAS

- ACNIELSEN. Our History, Disponível em: <<http://www2.acnielsen.com/company/history.shtml>>. Acesso em: 18 out. 2013.
- BAXTER, M. **Projeto de Produto**: Guia prático para o *design* de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2000.
- BOYO, H.; WESTFALL, R. **Pesquisa mercadológica**. Rio de Janeiro: FGV, 1978.
- CHURCHILL, G. A. Jr.; IACOBUCCI, D. **Marketing research**: Methodological foundation, 10 ed., Mason: South-Western, 2010.
- COBRA, M. **Administração mercadológica**. São Paulo: Atlas, 1992.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GOMES, I. M. **Manual como elaborar uma pesquisa de mercado**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005. 90 p.



HAIR Jr. *et al.* **Fundamentos da pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

IBGE, **Produção agrícola municipal 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?uf=rj>> , acesso em 20 jul. 2013.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: Uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

TEIXEIRA, H. de A. **Pesquisa de mercado**. *Perspect. cienc. inf.*, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 223 - 234, jul./dez.1997.

ANEXO A

Questionário de Pesquisa de Mercado

Perspectivas do mercado consumidor e visão futura preliminar

Nome: _____

Escolaridade: () Pós-Graduação () Graduação () Ensino Médio () Ensino Fundamental () Outros

Idade: ___ anos

Estado Civil: () Viúvo () Separado () Casado () Solteiro

1) Você acredita que uma empresa de sucos naturais daria certo ou seria um bom negócio em Campos e regiões vizinhas?
() Sim
() Não

2) Você deixaria o mercado concorrente (empresas de bebidas como refrigerantes e sucos) para comprar na CamSucos® Naturais, tendo em vista sua responsabilidade e compromisso com o consumidor? Principalmente relacionado à saúde alimentar.
() Sim
() Não

3) Entre refrigerantes (Coca-cola, Pepsi...), bebidas de guaraná (Ativo, Guaravita, Guaraviton...) e sucos naturais. O que você prefere?
() Refrigerantes
() Bebidas de guaraná natural
() Sucos naturais
() Outros. Qual? _____

4) Qual destas bebidas você considera ideal para sua saúde?
() Refrigerantes
() Bebidas de guaraná natural
() Sucos naturais
() Outros. Qual? _____

5) Você mudaria seus hábitos, ou já pensou em mudá-los algum dia com respeito à saúde alimentar?
() Não
() Sim

6) Caso seja adepto aos Sucos Naturais (previstos futuramente pela empresa CamSucos® Naturais), Qual sabor/fruta você mais gosta? Tendo em vista as opções da região.

() Abacaxi () Goiaba () Manga () Graviola
() Carambola () Pitanga () Caju () Coco () Mamão
() Melão () Melancia



II Simpósio de Engenharia de Produção

As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

Outros. Qual? _____

7) Caso seja adepto aos Sucos Naturais (previstos futuramente pela empresa CamSucos® Naturais), Qual sabor/fruta você mais gosta? Tendo em vista as opções de outras regiões.

- Laranja Pera Maça Abacate
 Uva Pêssego Framboesa Jaboticaba
 Outros. Qual? _____

8) O que você espera com a vinda desta empresa para São João da Barra, Campos dos Goytacazes e adjacências?
