

**UNIVERSIDADE SANTO AMARO – UNISA**

**CURSO: TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

**RENATA DIAS GOMES – RA 4250893**

**PROJETO INTEGRADOR EM GESTÃO COMERCIAL II:  
PEPSICO INC**

**PRAIA GRANDE**

**2022**

**UNIVERSIDADE SANTO AMARO – UNISA**

**CURSO: TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

**RENATA DIAS GOMES – RA 4250893**

**PROJETO INTEGRADOR EM GESTÃO COMERCIAL II:  
PEPSICO INC**

Trabalho do curso de Tecnologia em Gestão Comercial II da Universidade de Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial para aprovação da disciplina Projeto Integrador em Gestão Comercial II.

**PRAIA GRANDE**

**2022**

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	4
<b>2. HISTÓRICO DA EMPRESA</b> .....	5
<b>3. ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA</b> .....	6
<b>4. PROPOSTA DE SOLUÇÃO</b> .....	8
<b>5. OBJETIVO</b> .....	9
<b>6. PROGRAMA</b> .....	10
<b>6.1 Ambiente Socioeconômico do País</b> .....	10
<b>6.2 Características culturais</b> .....	11
<b>6.3 Desenvolvimento do produto</b> .....	12
<b>6.4 Comunicação</b> .....	19
<b>7. BENEFÍCIO, VANTAGEM E LUCRATIVIDADE</b> .....	24
<b>8. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES</b> .....	26
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	27
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	28

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Distribuição do mercado alimentício na Inglaterra em 2020.....	6
<b>Figura 2:</b> Salgadinhos favoritos dos ingleses.....	7
<b>Figura 3:</b> Embalagem da batata Ruffles Original.....	13
<b>Figura 4:</b> Logotipo da banda britânica The Rolling Stones.....	13
<b>Figura 5:</b> Moodboard da campanha de propaganda do produto.....	20
<b>Figura 6:</b> Ônibus inglês usado como inspiração para o merchandise.....	21
<b>Figura 7:</b> Guarda Real usada como inspiração para o merchandise.....	21

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Análise SWOT da batata chips Ruffles Fish and Chips.....	14
---	----

## 1. INTRODUÇÃO

O projeto integrador em questão busca, através de um olhar voltado às teorias da Gestão Comercial, realizar uma intervenção mercadológica na empresa PepsiCo Inc, realizando o planejamento para o lançamento hipotético de uma vertente do produto *Ruffles*, pensado para ser comercializado no mercado inglês, na região do Reino Unido, especificamente na Inglaterra, levando em consideração diversos aspectos mercadológicos e culturais presentes no país para a adaptação desse produto às preferências do local em questão.

Ao longo da realização desse trabalho, serão abordados o histórico da empresa, a problemática levantada, uma proposta de solução para essa problemática, os objetivos desse trabalho, o programa pensado para o lançamento desse produto, considerando aqui uma série de dados estatísticos a serem analisados para que o produto seja lançado de maneira satisfatória no local em questão, como questões demográficas, econômicas, geográficas, culturais e políticas, buscando adaptar o produto da melhor forma à realidade local.

## 2. HISTÓRICO DA EMPRESA

A PepsiCo Inc. é uma empresa de capital aberto especializada na fabricação, comercialização e distribuição de produtos alimentícios, tendo como seus principais produtos a categoria de alimentícios de conveniência, ou seja, salgadinhos, snacks, bebidas, entre outros.

A empresa é considerada uma gigante desse mercado, consolidada como uma empresa transnacional de alimentos sediada nos Estados Unidos da América, sendo considerada uma das principais empresas no mundo dentro do setor alimentício de conveniência.

De acordo com suas informações institucionais, a empresa foi criada no ano de 1965 por meio da fusão das empresas Pepsi, que tinha como foco a fabricação e comercialização de bebidas gaseificadas, principalmente o refrigerante homônimo, e a Frito-Lay, que tinha como sua principal função a fabricação e comercialização de snacks diversos, como salgadinhos, amendoins, entre outros.

Alguns produtos renomados da empresa presentes no mercado são o refrigerante Pepsi, a bebida isotônica Gatorade, a linha de chás Lipton, as linhas de salgadinhos Cheetos, Doritos e Ruffles, a linha de snacks com amendoim, a linha de produtos Toddy, a linha de aveia Quaker, entre outros produtos.

A fabricação, comercialização e distribuição desses produtos ao redor do mundo fez com que a empresa fosse considerada o segundo maior negócio no segmento de bebidas e alimentos no mundo, ficando atrás apenas da gigante Nestlé e, dentro desse cenário, a PepsiCo teve, no ano de 2021, uma receita aproximada de 79 bilhões de dólares e conta com um quadro de funcionários composto por 309000 colaboradores em suas instalações ao redor do mundo.

### 3. ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA

Por suprir a demanda de uma necessidade básica para a manutenção da vida humana, o mercado alimentício é um dos maiores do mundo e, dentro desse contexto, não são considerados apenas os produtos presentes no mercado que fazem parte das refeições cotidianas das pessoas, como o trivial arroz e feijão, mas leva-se também em consideração os petiscos que são consumidos ao longo do dia como refeições rápidas, e a existência de uma grande variedade desses produtos nas prateleiras dos mercados é uma prova disso.

De acordo com uma reportagem publicada pelo jornal CNN Brasil no ano de 2021, o mercado alimentício no Brasil teve um crescimento de 16,9% de crescimento no seu faturamento, resultando em uma receita de R\$ 922,6 bilhões, o que mostra que esse mercado tem um enorme potencial, e esse é um fenômeno que não ocorre apenas em nosso país.

Segundo dados disponibilizados pelo governo britânico, o mercado alimentício do país também se encontra aquecido, tendo gerado uma receita aproximada de £116,2 bilhões, sendo uma grande parcela desse valor gerada exclusivamente pelo setor de fabricação e distribuição de comidas e bebidas.

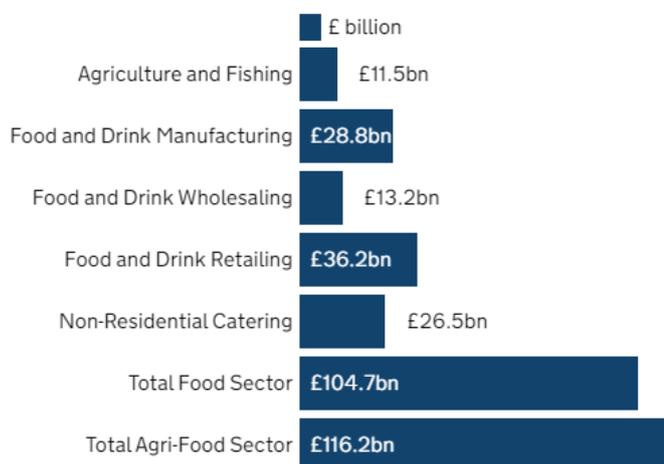


Figura 1: Distribuição do mercado alimentício na Inglaterra em 2020

Fonte: UK Government

Ao analisar o gráfico em questão, podemos perceber que os setores de fabricação e distribuição de comidas e bebidas é correspondente a aproximadamente 67,29% do valor total referente ao mercado alimentício na Inglaterra, o que pode ser considerado uma grande parcela desse mercado.

Para aplicar esses dados à empresa PepsiCo Inc, podemos recorrer a uma pesquisa realizada pelo jornal britânico The Sun, que buscou descobrir qual é o salgadinho favorito dos ingleses.

## Britain's Favourite Crisps



Figura 2: Salgadinhos favoritos dos ingleses

Fonte: The Sun

Analisando a imagem em questão, encontram-se no topo da pirâmide, os produtos Walkers Cheese and Onion (Walkers Queijo e Cebola), Pringles Original e Doritos, que podem ser considerados os produtos com maior procura dentro do mercado de petiscos no país analisado.

Através disso, podemos apontar que Pringles e Walkers são categorizados como um salgadinho do tipo batata chips e são produzidos por empresas concorrentes, enquanto Doritos é um salgadinho do tipo tortilha e é produzido pela PepsiCo, o que mostra uma certa preferência dos ingleses pelas batatas chips.

Dentro desse contexto, surge uma problemática referente à ausência de uma batata chips da PepsiCo em nível de competição com os salgadinhos mais vendidos no Reino Unido e, por meio dessa análise, surge a oportunidade de lançar as suas batatas chips Ruffles em nível de competição com a concorrência que já está consolidada no mercado Inglês.

#### **4. PROPOSTA DE SOLUÇÃO**

Com base na problemática discutida anteriormente, surge uma proposta de solução para colocar a PepsiCo como uma líder do mercado inglês e possibilitar a competição direta com as marcas Walkers e Pringles, trazendo sua batata chips Ruffles para o mercado em questão.

Realizando uma pesquisa voltada à cultura culinária britânica, foi possível encontrar, de acordo com documentos disponibilizados pelo Governo Britânico, arquivos que mostram que a receita de Fish and Chips é considerada uma das mais tradicionais no país e é considerada um patrimônio cultural do país, e é composta por batatas fritas e iscas de peixe empanadas.

Dentro desse contexto, surge a proposta de solução que toma como base a adaptação do produto Ruffles à realidade presente na Inglaterra, tomando como base a criação de um sabor da batata voltada às preferências do paladar britânico, desenvolvendo, dessa forma, o sabor Ruffles Fish and Chips com o intuito de competir com as marcas de batata chips Pringles e Walkers.

## **5. OBJETIVO**

O Projeto Integrador em Gestão Comercial II tem como objetivo, a partir de estudos realizados através dos materiais disponibilizados pela Universidade Santo Amaro – UNISA e materiais obtidos através de pesquisas, propor o planejamento do lançamento do produto hipotético Ruffles sabor Fish and Chips, desenvolvido pela empresa PepsiCo no mercado Inglês, realizando a análise de diversos dados para a realização desse lançamento.

## 6. PROGRAMA

Dentro dessa seção do trabalho, serão analisados e discutidos diversos tópicos relacionados ao mercado em que o produto Ruffles Fish and Chips será lançado, a fim de entender seu funcionamento e traçar decisões estratégicas voltadas ao lançamento do produto em questão.

Partindo dessas análises, essas informações serão divididas em quatro partes, sendo elas: ambiente socioeconômico do país, características culturais, desenvolvimento do produto e comunicação.

As informações presentes nos tópicos a seguir foram obtidas por meio de dados oficiais disponibilizados pelo governo britânico através de sua comunicação digital.

### 6.1 Ambiente Socioeconômico do País

#### Dados gerais

- Nome do país: England (Inglaterra);
- Chefe do governo: Rishi Sunak (Primeiro-Ministro);
- Tipo de governo: Monarquia Parlamentarista;
- Símbolo e cores: A Inglaterra tem como seu símbolo o leão e suas cores são branco, simbolizando a pureza, e vermelho, simbolizando a coragem.

#### População

- População total: 55,98 milhões (em 2018);
- Taxa de crescimento populacional: Taxa média de 0,5% de crescimento ao ano;
- Taxa de natalidade e mortalidade: A taxa de natalidade, em 2020, foi de aproximadamente 1,58 a cada 1000 habitantes, enquanto a taxa de mortalidade foi de 9,4 a cada 1000 habitantes no mesmo ano;

- Nível de escolaridade ou alfabetismo: A Inglaterra conta com 99,5% de sua população alfabetizada, contando com um dos melhores índices do mundo;
- Estágio de desenvolvimento econômico: Avançado;
- Renda per capita: £4.581,64
- Balança comercial: -£15,66 bilhões;
- Indicações de risco: 10,1% (em 2022).

#### Urbanização

- % de população urbana: 83%
- % de população rural: 17%

#### Características físicas do país

- Área: 130.279km<sup>2</sup>;
- Clima: Temperado oceânico;
- Recursos naturais: Carvão, gás, petróleo, minério de ferro, chumbo, zinco e ouro;
- Topografia: Áreas mais baixas ao sul, leste e centro e áreas mais altas norte e oeste.

#### Ambiente político

- Indicações de risco: Não há conflitos atualmente na Inglaterra.

## 6.2 Características culturais

- Religião: A Inglaterra é predominantemente cristã;
- Grupos étnicos: A população inglesa é predominantemente branca, porém, por ser um país aberto a refugiados e imigrantes, parte de sua população é composta por indianos, paquistaneses, negros caribenhos, negros africanos e chineses;
- Valores dominantes: Respeito, empatia e senso de justiça;

- Fragmentação linguística: Não há fragmentação linguística na Inglaterra, entretanto, pelo mesmo motivo da presença de diversos grupos étnicos no país, há uma série de variações da Língua Inglesa advindas dos sotaques dos imigrantes e refugiados;
- Cultura: Há diversos aspectos culturais da Inglaterra a serem ressaltados.
  - Folclore: São figuras folclóricas relevantes Robin Hood e o Rei Arthur;
  - Artes: Os principais representantes das artes no país são os pintores Thomas Lawrence, conhecido pelas obras Retrato do papa Pio VII (1819) e Retrato de Jorge IV do Reino Unido (1821), William Hogarth, conhecido pelas obras Sátira sobre a Falsa Perspectiva (1754) e Breakfast Scene de Marriage à la Mode (1743) e Charles Edward Perugini, conhecido pelas obras A Summer Shower (1888) e A Girl Reading (1878);
  - Dança: Há sete danças típicas no país, sendo elas Morris Dance, Reel, Hornpipe, Anglaise, Quickstep, Jig e Strathspey;
  - Música: A Inglaterra foi berço de diversos movimentos de contracultura na música, tendo como seus principais representantes The Beatles, Queen, Pink Floyd e Rolling Stones, além de nomes como Elton John e David Bowie;
  - Escultura: Os principais escultores da Inglaterra são Henry Moore, escultor de West Wind (1928) e Family Group (1950) e Thomas Banks, escultor de Thetis Dipping Achilles in the River Styx (1789);
  - Literatura: As principais produções literárias advindas da Inglaterra são os Sonetos, de William Shakespeare, Morte no Nilo, de Agatha Christie, Alice no País das Maravilhas, de Lewis Carroll, Frankenstein, de Mary Shelley e 1984, de George Orwell.
- Superstições e curiosidades: Uma superstição inglesa é manter ferraduras atrás de portas para trazer sorte, enquanto uma curiosidade relevante do país é que o seu povo é conhecido por ser extremamente pontual.

### **6.3 Desenvolvimento do produto**

#### **Produto**

- Categoria: Alimentício;

- Local de uso: Qualquer lugar;
- Sabores, perfumes existentes e as modificações propostas: Há no mercado a presença dos sabores churrasco, cebola e salsa e queijo. A modificação proposta em questão, para o mercado inglês, é a criação do sabor Fish and Chips, um prato típico do país;
- Embalagem: A embalagem da linha de batata chips Ruffles varia de acordo com seu sabor, entretanto, são características fixas a presença de linhas diagonais alternadas entre a cor azul e uma cor que represente o sabor em questão, além do logotipo, do ícone da batata e da tipografia informando o sabor em questão.



Figura 3: Embalagem da batata Ruffles Original

Fonte: Elma Chips

Para o lançamento do sabor Fish and Chips no mercado inglês, é pensado que as linhas diagonais azuis sejam alternadas com as cores vermelho e branco, para remeter à bandeira do Reino Unido. Além disso, pensa-se que também seria interessante adaptar o logotipo em questão, acrescentando à imagem da língua, a bandeira do Reino Unido, fazendo uma clara alusão à banda britânica The Rolling Stones.



Figura 4: Logotipo da banda britânica The Rolling Stones

Fonte: Site oficial da banda The Rolling Stones

- Sazonalidade: O produto em questão não foi pensado para ser um produto sazonal, portanto, teria sua presença contínua no mercado;

- **Preços:** Ao realizar uma pesquisa de mercado, os produtos concorrentes tem um valor médio de £2,75 para o consumidor final. Uma vez que a PepsiCo já está consolidada como uma grande fabricante de petiscos e bebidas, já há toda uma estrutura de produção existente na empresa, logo, é possível diminuir os custos de produção da batata chips em questão devido à possibilidade de sua produção em larga escala. Supondo que o custo de produção de um pacote de batatas de 57g seja £0,30, é possível que esse mesmo pacote seja vendido ao distribuidor a um valor de £1,25, garantindo à empresa um lucro de aproximadamente 75% por unidade e, dentro desse contexto, o preço sugerido ao consumidor final seria de £2,50, garantindo uma margem de lucro de 50% por unidade vendida ao lojista e, dessa forma, estabelecendo um valor competitivo em relação às outras opções presentes no mercado.
- **Imagem desejada o produto:** Espera-se que a batata chips Ruffles Fish and Chips, dentro do mercado inglês, se consolide com a imagem de um produto tipicamente britânico, que consiga trazer os sentimentos que comer um tradicional prato de Fish and Chips pode trazer.
- **Análise SWOT:** O quadro a seguir expõe uma Análise SWOT do produto em questão, considerando suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

**Quadro 1:** Análise SWOT da batata chips Ruffles Fish and Chips

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	<p><b>Forças:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem de um produto tipicamente britânico dentro do mercado de batatas chips;</li> <li>• Identificação do público-alvo com o produto por remeter à cultura local.</li> </ul>	<p><b>Fraquezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabor exótico em relação às batatas chips já presentes no mercado.</li> </ul>
FATORES EXTERNOS	<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausência de sabores de batatas chips com sabores tipicamente ingleses no mercado em questão;</li> <li>• Grande mercado alimentício no país.</li> </ul>	<p><b>Ameaças:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrentes já consolidados no mercado;</li> </ul>

Fonte: da autora.

- **Slogan atual do produto:** A batata da onda! – O slogan atual remete às ondulações presentes na batata.

- Slogan novo do produto: O sabor que nada na onda! – O novo slogan, além de remeter às ondas presentes na batata, também faz referência ao sabor Fish and Chips, ao utilizar a palavra “nada”, que faz referência ao peixe.
- Estratégia de lançamento: No cenário de lançamento da batata chips Ruffles Fish and Chips, seria implementada uma estratégia de marketing associada à banda The Rolling Stones, criando uma imagem de identificação da população inglesa ao produto. Além disso, seriam espalhadas peças de marketing por locais de grande circulação de pessoas, como metrô, estações rodoviárias e vias principais, a fim de divulgar o novo sabor de Ruffles.

### Mercado

- Tipo de mercado: De acordo com Ivan Thompson (2006, p. 1), há algumas categorias as quais podemos setorizar o mercado, sendo eles:
  - Segundo o ponto geográfico: Nessa categoria, o tipo de mercado seria considerado um Mercado Nacional, uma vez que o produto seria comercializado somente na Inglaterra;
  - Segundo o tipo de cliente: Nessa categoria, o tipo de mercado seria considerado o Mercado Industrial, pois a PepsiCo se enquadra nessa categoria ao comprar matérias primas para a produção de novos produtos;
  - Segundo a concorrência estabelecida: Nessa categoria, o tipo de mercado seria considerado um Mercado de Concorrência Perfeita, pois há vasta concorrência e não há poder suficiente em nenhum deles para influenciar os preços de mercado e os índices de vendas;
  - Segundo o tipo de produto: Nessa categoria, o tipo de mercado seria considerado um Mercado de Produtos ou Bens, pois há a venda de produtos materiais, no caso, a batata chips Ruffles Fish and Chips;
  - Segundo o tipo de recurso: Nessa categoria, poderíamos considerar dois tipos de mercado, sendo eles o Mercado de Matéria Prima, pois há necessidade de compra de materiais em seu estado natural para a produção de bens e, além disso, o Mercado de Força de Trabalho, pois há a necessidade de contratação de empregados para atuarem em algumas etapas desse processo de produção.
- Objetivos de mercado: Dentro do que foi posto anteriormente, os objetivos de mercado elencados nesse contexto são aumentar o reconhecimento da marca e do produto Ruffles Fish

and Chips e, a partir da consolidação desse produto no mercado, aumentar a fidelização dos clientes.

### Consumidor

- Características demográficas

- Idade: O produto pode ser consumido por pessoas de qualquer idade, porém, é indicado que seja consumido por crianças apenas no momento que conseguirem realizar a mastigação correta do produto.;

- Sexo: O produto pode ser consumido por pessoas de qualquer sexo;

- Estado civil: O produto pode ser consumido por pessoas de qualquer estado civil;

- Estágio de ciclo de vida: O produto pode ser consumido por consumidores em qualquer estágio de ciclo de vida;

- Raça, nacionalidade: Não há nenhuma característica que especifique a nacionalidade dos consumidores, entretanto, o produto foi pensado para a comercialização no mercado britânico;

- Religião: Não há restrições religiosas para o consumo do produto.

- Características socioeconômicas

- Classe social: O produto pode ser consumido por pessoas de qualquer classe social;

- Renda: Ao realizar um comparativo do valor do produto em relação ao valor do salário mínimo na região do mercado-alvo, o produto pode ser consumido por pessoas com qualquer renda;

- Ocupação: O produto pode ser consumido por pessoas com qualquer ocupação;

- Educação: O produto pode ser consumido por pessoas com qualquer grau de instrução.

- Características psicológicas

- Personalidade: Consumidores com quaisquer traços de personalidade podem ser considerados o público-alvo do produto em questão;

- Atitudes gerais: O produto tem como público-alvo os consumidores que buscam um petisco rápido com sabores familiares;

- Atitudes em relação ao produto: Em relação a esse tópico, espera-se que o consumidor, após consumir o produto ao menos uma vez, desenvolva uma lembrança voltada a uma experiência positiva com a batata chips Ruffles Fish and Chips, levando-o a repetir a compra;

- Estilo de vida: O produto pode ser consumido por pessoas que levam qualquer estilo de vida, entretanto, é projetado que pessoas que buscam uma alimentação mais natural e saudável evitem o produto. Ainda assim, há um enorme público para o produto em questão.

#### Características da compra

- Processo e ocasião da compra: O processo de compra passa por duas etapas, sendo a primeira a venda do distribuidor ao cliente primário e a segunda a compra do produto em algum estabelecimento comercial. Já a ocasião de compra pode ser considerada qualquer momento que um potencial consumidor queira comprar um petisco, seja para o consumo imediato ou para o consumo posterior;

- Taxa de uso do produto: Por ser um item de consumo único, pode-se dizer que a taxa de uso do produto é baixa, uma vez que, ao finalizar o pacote de batatas chips Ruffles Fish and Chips, o produto terá finalizado, sendo necessário a compra de mais um se houver a vontade de consumir novamente;

- Razões da compra racionais: De acordo com o preço sugerido, o consumidor pode considerar o valor do produto como uma razão racional para a compra, estabelecendo uma relação de custo-benefício ao associar o renome da marca PepsiCo e a expectativa da qualidade de um produto dessa marca ao seu valor reduzido em relação à concorrência;

- Razões da compra emocionais: O consumidor pode comprar o produto em questão por curiosidade, por se tratar de um produto de um novo sabor no mercado, ou por um sentimento de identificação, uma vez que o produto é baseado em um prato típico da Inglaterra e esse é o país-alvo para a venda do produto;

- Influência da compra: Essa influência pode ser realizada através de peças de marketing ou ações que agucem a curiosidade do consumidor a realizar a compra do produto pela primeira vez, e essa influência pode partir de influenciadores na internet, conhecidos que tenha indicado o produto, peças publicitárias. Outro fator de influência a ser considerado é o valor mais baixo em relação aos produtos concorrentes;

- Benefícios buscados na compra: A compra do produto Ruffles Fish and Chips gera como benefício o prazer de comer um petisco e a sensação de saciedade após o consumo do produto.

### Legislação

- Quais as políticas de relação de consumo e defesa do consumidor aplicável ao trabalho desenvolvido: Por se tratar de um produto alimentício, é necessário que a embalagem do produto siga toda a regulamentação vigente em relação a isso e contenha todas as informações nutricionais, ingredientes e especifique os alérgenos através de um aviso;
- Abordagem de aspectos jurídicos preventivos e efetivos aplicáveis ao trabalho desenvolvido: Ao analisar uma relação direta entra a abordagem de aspectos jurídicos preventivos e efetivos a serem aplicadas ao produto, é possível estabelecer apenas uma relação de orientação para o relacionamento com consumidores, uma vez que não há necessidade dessa abordagem nas relações de consumo estabelecidas dentro desse contexto.

### Vendas

- Elabore e desenhe a departamentalização completa de administração de vendas para sua empresa: Para suprir as exigências do mercado, é necessário exercer a departamentalização de administração de vendas na empresa e, dentro disso, para que as exigências internas e externas da empresa sejam cumpridas, seria necessário realizar uma departamentalização funcional, em que seriam delegados gerentes de vendas e cada um deles seria responsável por uma equipe e, dentro desse desenho, haveria uma abordagem divisional com base em setores geográficos, agrupando setores de vendas a cada região e disponibilizando vendedores para que clientes sejam atendidos de acordo com seus aspectos geográficos;
- Desenvolva uma campanha de incentivo aos vendedores: É possível estabelecer uma campanha de incentivo aos vendedores da empresa através de uma relação entre o comprador primário e os vendedores. Ao fechar uma venda com algum estabelecimento, o vendedor cumpre metas e, através delas, pode ser bonificado com percentuais da venda ou com itens dentro de um sistema de pontos na empresa, enquanto o estabelecimento comprador, ao realizar um certo número de vendas pode receber brindes como expositores mais elaborados e produtos de merchandising, estabelecendo, dessa forma, uma relação cíclica de compra e venda.

### Distribuição no país

- Canais a serem utilizados no país: A PepsiCo tem uma das maiores fábricas de petiscos localizada na região de Leicester, na Inglaterra. Considerando isso e o fato de que a extensão territorial da Inglaterra não é muito grande, a distribuição do produto no país pode ser realizada com fretes rodoviários ou ferroviários, além de implementar centros de distribuição locais para

atender a demanda dos comerciantes de cada região. Dentro desse desenho, poderíamos considerar o seguinte sistema: Indústria > Centrais de Distribuição > Varejistas > Compradores Finais, considerando que, dentro desse sistema, os varejistas em questão geralmente tratam de mercados ou lojas de conveniência;

- Sugestão de novos canais: A fim de atingir o maior número de consumidores possível, é interessante pensar em novos canais de distribuição que se adequem à vida cotidiana que é cada vez mais dinâmica e, por conta disso, é possível pensar que, nessa relação de consumo, o produto pode ser disponibilizado em canais mais adequados a essa dinamismo da modernidade, portanto, por ser um petisco, o produto poderia ser disponibilizado em canais como aplicativos de venda de comidas, máquinas de venda localizadas em pontos estratégicos como metrô, rodoviárias, entre outros.

#### Concorrência

- Concorrentes diretos: Os concorrentes diretos do produto são aqueles que vendem, de certa forma, uma mesma linha de produtos ao mesmo público em questão, portanto, podem ser considerados concorrentes diretos os produtos Walkers e Pringles, que tratam de batatas chips;
- Concorrentes indiretos: Já os concorrentes indiretos, dentro do mercado de petiscos, podem ser considerados aqueles que tentam aplicar uma abordagem mais saudável a esses produtos, portanto, podem ser considerados concorrentes indiretos os snacks saudáveis como castanhas e produtos semelhantes das marcas Sevenhills, Stock'd e Zeina.
- Comparativo de preço: Já foi mencionado, anteriormente, que o preço sugerido do produto Ruffles Fish and Chips ao consumidor final é de £2,50. Dentro desse contexto, ao realizar uma rápida pesquisa de mercado, é possível encontrar, nos produtos de concorrência direta, um valor médio de £2,75 para os produtos da marca Walkers, enquanto os produtos da marca Pringles têm um valor médio de £2,60. Já em relação à concorrência indireta, há uma discrepância maior entre os valores dos produtos em relação ao Ruffles Fish and Chips, pois são produtos que podem ser categorizados como premium. Dentro desse cenário, os petiscos da marca Sevenhills têm um custo médio de £11,10, os produtos da marca Stock'd têm um custo médio de £8,00 e os produtos da marca Zeina têm um custo médio de £9,75.

#### 6.4 Comunicação

## Propaganda de lançamento do produto

Desenvolver uma campanha de propaganda do produto contendo

- Tema: O prato típico inglês, Fish and Chips, agora transformado em um petisco em formato de batata, trazendo para a divulgação algumas características típicas da cultura inglesa;
- Objetivo: Divulgar o lançamento da batata chips Ruffles Fish and Chips ao mercado inglês, a fim de consolidar o produto como um dos principais petiscos disponíveis no mercado;
- Mídias escolhidas e os layouts correspondentes: as mídias escolhidas para a campanha de propaganda seriam outdoors espalhados pela cidade e mídias digitais. Dentro disso, devido à associação do logotipo da marca Ruffles à banda The Rolling Stones e à cultura inglesa, a campanha teria uma temática voltada a símbolos do país sob a estética da banda em questão, promovendo peças publicitárias com um design atrativo a serem espalhados pelas cidades e pelas mídias digitais.



Figura 5: Moodboard da campanha de propaganda do produto

Fonte: Fortuna Dey

- Sustentação do ponto de venda: Uma estratégia de sustentação do ponto de venda é a montagem de gôndolas para a apresentação do produto em varejistas. A estética pensada para essas gôndolas consiste em um ônibus tradicional londrino, no qual serão expostos os produtos e, ao lado dele, um totem de um membro da guarda real segurando um saco do petisco Ruffles Fish and Chips, demonstrando uma associação de uma figura tipicamente inglesa ao produto, auxiliando, dessa forma, em alguns aspectos emocionais relacionados à compra do produto e, além disso, gerando também uma certa identificação dos consumidores em relação ao petisco em questão.



Figura 6: Ônibus inglês usado como inspiração para o merchandise

Fonte: British Guide



Figura 7: Guarda Real usada como inspiração para o merchandise

Fonte: British Guide

### Campanha de promoção e merchandising

- Tema: Pontos turísticos da Inglaterra;
- Objetivo: Tomando como base o fato de que a população britânica tem muito orgulho de sua origem e são patriotas, a campanha de promoção de lançamento do produto Ruffles Fish and Chips terá como objetivo utilizar esses sentimentos da população para alavancar suas vendas e se consolidar como um produto forte dentro do mercado inglês de petiscos.

### Target ou público alvo

- Qual o público a ser atingido: O consumidor final é o público-alvo dessa campanha.

### Mecânica e logística

- Passo a passo do funcionamento da promoção: Ao comprar embalagens do produto Ruffles Fish and Chips, o consumidor pode cadastrar um código promocional presente na embalagem em um site promocional. Ao cadastrar 5 códigos, o site gerará um voucher para a retirada de um poster de um ponto turístico da Inglaterra em algum ponto de retirada parceiro. Os pôsteres trarão imagens do Stonehenge, do Big Ben, do Palácio de Buckingham, da London Eye e da Tower Bridge. Além disso, ao final da promoção, os clientes que cadastraram códigos promocionais no site participarão de um sorteio de um roteiro turístico para conhecer todos os locais presentes nos pôsteres promocionais.

#### Previsão de cobertura

- Locais e regiões: A promoção será realizada em todo o território inglês.

#### Timing

- Data e tempo da duração da promoção: A promoção durará um mês a partir da data oficial de lançamento do produto.

#### Campanha de pós venda

- Serviços auxiliares que o cliente pode obter junto com o produto: Por se tratar de um bem de consumo imediato, não há necessidade de serviços auxiliares;
- Garantia e manutenção de serviços: Por se tratar de um bem de consumo imediato, não há necessidade de garantia ou manutenção de serviços;
- Reconhecimento do cliente: Por se tratar de um bem alimentício de consumo imediato, o reconhecimento do cliente pode vir através de uma frase de agradecimento presente na embalagem do produto;
- Canais de distribuição reserva: troca ou devolução: Por se tratar de um bem de consumo imediato, é difícil que haja necessidade de troca ou devolução, entretanto, esse processo deve ser realizado no varejista;
- Comunicações: meio de contato; tipos de informações oferecidas; satisfação; suficiência de canais de distribuição e de comunicação: O processo de comunicações pode ser realizado pelo Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), disponibilizado via e-mail, telefone e mensagem;

- Programa de fidelização: Pode ser realizado um programa de fidelização no momento da promoção de lançamento do produto, uma vez que é necessário cadastrar uma série de códigos promocionais para ter acesso aos prêmios disponibilizados.

## 7. BENEFÍCIO, VANTAGEM E LUCRATIVIDADE

Com base nos estudos e análises abordadas nesse projeto, é necessário compreender um conceito que converge através das palavras benefício, vantagem e lucratividade.

De acordo com o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis, é possível encontrar a seguinte definição para os três termos em questão:

- Benefício: Diferença entre preço de custo e de venda; ganho; lucro;
- Vantagem: Lucro resultante de um negócio;
- Lucratividade: Qualidade ou estado do que é lucrativo.

Por meio das definições retiradas do Dicionário Michaelis, é possível estabelecer uma relação direta entre os termos mencionados, uma vez que todos eles, de alguma maneira, fazem uma referência direta ao conceito de lucro, portanto, é importante compreender a que esse conceito se refere.

No âmbito da sociedade capitalista, caracterizada pela propriedade privada de recursos econômicos, o lucro é a remuneração pelo uso do fator de produção Capacidade Empresarial, considerando-se a combinação dos demais fatores de produção (Terra, Capital e Trabalho). Cada fator recebe uma recompensa pela sua participação no processo de produção, sendo que as remunerações pelo uso da Terra, Capital e Trabalho são, respectivamente, Renda de Terra, Juro e Salário. O lucro é, em suma, a recompensa e a motivação para a instalação e continuidade de um empreendimento na sociedade capitalista. (FUJI, 2004, p. 76)

O lucro é um conceito diretamente ligado ao balanço entre os custos existentes para a produção de um bem ou a oferta de um serviço, e o custo de venda desse bem ou serviço, ou seja, o balanço existente dentro desse processo pode ser considerado o lucro. Dentro desse contexto, podemos considerar que as empresas, dentro da sociedade capitalista, buscam sempre equilibrar suas ações a fim de atingir o maior lucro possível da maneira mais eficiente disponível no momento, para que haja uma maximização de seus ganhos.

O conceito de lucro, nesse contexto, é um importante referencial para orientar as decisões econômicas dos agentes. O conceito de lucro, no âmbito das atividades empresariais – caracterizadas pela busca da maximização da riqueza dos proprietários e dos stakeholders - é um importante indicador de sucesso das empresas (FUJI, 2004, p. 76)

Dessa forma, é possível perceber que o conceito de lucro pode ser aplicado às reflexões realizadas no projeto em questão, uma vez que todas as medidas pensadas para o lançamento de um produto em um determinado país, considerando aqui o processo de elaboração desse

produto, seu público-alvo, mercado, publicidade, entre diversos outros fatores considerados anteriormente, são processos que visam se estabelecer dentro de um certo mercado de maneira efetiva e eficiente a fim de gerar lucro com base nas necessidades e demandas de uma parcela da população, no caso desse trabalho, a necessidade de um lanche rápido que pode ser suprida por um petisco.

## 8. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

<b>Cronograma de Atividades</b>	<b>Mês 1</b>	<b>Mês 2</b>	<b>Mês 3</b>	<b>Mês 4</b>	<b>Total CH</b>
<b>Orientação do Projeto Integrador</b>	<b>6 h</b>				<b>6 h</b>
<b>Pesquisa de Empresas</b>	<b>6 h</b>				<b>6 h</b>
<b>Abordagem em Empresa</b>	<b>4 h</b>				<b>4 h</b>
<b>Coleta de Dados e Informações</b>		<b>5 h</b>			<b>5 h</b>
<b>Análise de Dados e Informações</b>		<b>6 h</b>			<b>6 h</b>
<b>Consolidação dos Resultados</b>		<b>5 h</b>			<b>5 h</b>
<b>Apresentação Escrita da Pesquisa</b>			<b>5 h</b>		<b>7 h</b>
<b>Apresentação Gráfica da Pesquisa</b>			<b>6 h</b>		<b>6 h</b>
<b>Conclusões</b>			<b>1 h</b>		<b>1 h</b>
<b>Formatação do Trabalho</b>				<b>3 h</b>	<b>3 h</b>
<b>Preparação para Entrega</b>				<b>2 h</b>	<b>2 h</b>
<b>Preenchimento da Ficha de Identificação</b>				<b>1 h</b>	<b>1 h</b>
<b>Entrega do Projeto Integrador</b>				<b>X</b>	<b>-</b>
<b>Total de Horas Destinadas ao Projeto</b>	<b>16 h</b>	<b>16 h</b>	<b>22 h</b>	<b>6 h</b>	<b>60h</b>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da elaboração do Projeto Integrador em Gestão Comercial II, foi possível notar de que formas o entendimento das teorias voltadas à Gestão Comercial, no contexto interno do processo de criação de um produto, é algo relevante para a formação de um profissional da área, uma vez que, através desses conceitos, são discutidas e levantadas diversas ideias e uma série de decisões são tomadas para tornar o processo de criação, distribuição e consolidação de um produto no mercado algo eficiente e lucrativo.

Através das pesquisas realizadas para a elaboração desse projeto, foi possível notar que as teorias trabalhadas durante as aulas realmente estão presentes dentro de um contexto real de atuação do profissional da gestão comercial, ainda que a atividade em questão tenha tratado da criação de um produto hipotético a ser lançado em um mercado específico.

Dentro disso, foi possível notar como se dão parte das atividades relacionadas à área de Gestão Comercial dentro da empresa selecionada, a PepsiCo Inc., além de ter sido possível também conhecer um pouco da história dessa empresa, seu histórico, sua posição dentro do mercado alimentício de comidas e bebidas global, seus produtos, sua atuação, seus clientes, seu funcionamento e, além disso, conhecer também como se dá, de maneira hipotética, a campanha de lançamento de um produto.

Foi possível também realizar o aprofundamento em assuntos de suma importância dentro desse contexto, como análises de ambiente socioeconômico de um país alvo do lançamento de um produto, suas características culturais, os processos de desenvolvimento de um produto, o mercado, seus consumidores, as características da compra, a legislação relacionada a esse processo, as vendas, o processo de distribuição, a concorrência e também o processo de comunicação, englobando a propaganda de lançamento de um produto, sua promoção e merchandising e a campanha de pós-venda, compreendendo também o conceito de lucro dentro desse contexto.

Sendo assim, acredito que o desenvolvimento do Projeto Integrados em Gestão Comercial II teve suma importância para o meu desenvolvimento pessoal e profissional pois, através de sua elaboração, pude me aprimorar em ambos os aspectos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENEFÍCIO. *In: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis*. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/beneficio>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

CNN Brasil. **Faturamento da indústria de alimentos cresceu 16,9% em 2021, diz associação**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/faturamento-da-industria-de-alimentos-cresceu-169-em-2021-diz-associacao/>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

FUJI, Alessandra Hirano. O conceito de lucro econômico no âmbito da contabilidade aplicada. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 36, p. 74-86, set.-dez. 2004. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rcf/a/BMyQDXqFgNNKmSvkY4H7tKq/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

HISTORIC UK. **The History of Fish and Chips**. Disponível em: <<https://www.historic-uk.com/CultureUK/Fish-Chips/>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

LUCRATIVIDADE. *In: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis*. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/busca?id=KPEY2>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

PEPSICO. **Nossas Marcas**. Disponível em: <<https://www.pepsico.com.br/pt-br/nossas-marcas/nossas-marcas>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Sobre**. Disponível em: <<https://www.pepsico.com.br/sobre/sobre>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

THOMPSON, Ivan. **Tipos de Mercado**. 2006, 5p. Disponível em: <<http://ciberinnova.edu.co/archivos/plantilla-ovas1-slide/documents-UCN-Canvas/gerencia%20de%20internacionalizacion/Lecturas%20unidad%201/2c.%20Tipos%20de%20Mercado.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

UNITED KINGDOM. **UK Government**. Disponível em: <<https://www.gov.uk/>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

VANTAGEM. *In*: **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis**. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/busca?id=vkoDV>>. Acesso em: 07 nov. 2022.