



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A MARCA E O CONSUMIDOR

MOCOCA S/A PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
A MARCA E O CONSUMIDOR
MOCOCA SA PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

MÓDULO GESTÃO DA MARCA

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

JOICE DE SOUZA LIMA CAMPOS,RA/1012018200449
NAIARA PIOVESAN CANDIDO,RA/1012019100433
ROBERTA ELLEN MONTANINI,RA/1012019200187

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO	5
3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO	6
3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE	7
3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	8
3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	9
3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES	10
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA	11
3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA	11
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	13
4. CONCLUSÃO	14
REFERÊNCIAS	15
ANEXOS	16

1. INTRODUÇÃO

A empresa Mococa Alimentos, atua há mais de 90 anos no mercado brasileiro e possui foco no bem estar de seus consumidores. Produzindo alimentos que fazem parte do dia a dia de seus clientes, sua missão é participar da vida das pessoas.

Se desenvolveu buscando criar soluções para enriquecer e melhorar a alimentação dos brasileiros, tornando assim, a primeira marca no Brasil a produzir o leite em pó.

Pensando mais uma vez em seus consumidores, a Mococa Alimentos também foi a primeira marca nacional a adotar o leite condensado em embalagem Tetra Pak, preservando assim o sabor, a textura, e a qualidade do alimento por longos períodos. Além de proporcionar também vários benefícios do ponto de vista ambiental.

Dessa maneira, a empresa além de se dedicar muito no bem estar de seus consumidores, também adota políticas de responsabilidade social, segurança do trabalho e do meio ambiente. Firmando assim, sua integridade, reputação e comprometimento com seus colaboradores, consumidores, fornecedores e com a sociedade.

Seu mais recente lançamento, foi o Leite Sem Lactose Mococa, voltado para consumidores intolerantes, que agora podem adquirir um produto de qualidade que foi desenvolvido, para a melhor qualidade de vida desse público.

Contudo, a marca se desenvolveu criando produtos essenciais, práticos, com preços acessíveis e acima de tudo, sempre zelando pela qualidade em cada produção.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Mococa S/A Produtos Alimentícios de CNPJ: 52.502.507/0003-09 tem como atividade principal a fabricação de laticínios, localizada na rua Gabriel Pinheiro nº 1030, Centro da Cidade de Mococa/SP, cep: 13.730-090.

A história da empresa Mococa S/A começou em 1919 quando a Dona Izabel Barretto criou a fábrica Mococa, ainda de fabricação de manteiga artesanal. Em 1930 iniciou-se a produção de manteiga em escala industrial, já em 1947 teve a primeira máquina suíça de empacotar na indústria nacional, em 1950 a inauguração de uma nova fábrica em Mococa que atualmente funciona no mesmo endereço. Em 1956 foi a primeira empresa a produzir leite em pó e ano após ano novos produtos foram sendo criados e produzidos, as embalagens sendo inovadas, por fim em 1990 Mococa conquistou o mercado internacional.

Com uma grande variedade de produtos, como leite condensado, creme de leite, bebidas lácteas, molhos, leite em pó, cereais, leite de coco, coco ralado, queijo ralado, manteiga e chantilly.

Por mais de noventa anos os produtos da marca Mococa, sinônimo de tradição, qualidade e confiança, estão presentes em milhares de lares brasileiros, em forma de sobremesas, tortas, bolos, molhos, bebidas, manteigas e muito mais. Isto só foi possível porque a marca se manteve fiel ao sabor das coisas simples do campo, prezando pela saúde, nutrição e prazer da família brasileira.

Infelizmente, atualmente a empresa fechou a fábrica de leite UHT em Cerqueira César (SP). E, com isso, foram deixados de produzir cerca de 500 mil litros de leite longa vida por dia.

3. PROJETO INTEGRADO

Nesta etapa do PI são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real.

3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO

A marca mocoquense está presente na mesa de muitas famílias por sua qualidade e por seus benefícios, pois procura levar aos seus clientes preços acessíveis, ela está presente em todo o mercado nacional e também em outros países da América Latina e África.

Os produtos da marca são tão tradicionais, a empresa chegou a receber um e-mail de uma cliente, que depois de alguns anos morando no exterior, retornava ao Brasil e aqui chegando procurou o Leite em Pó Mococa por ser aquele com o sabor e aroma que remetia à sua infância.

A primeira campanha publicitária na TV foi em 1989 e renovado em 2015 a campanha é em forma de desenho animado e com um jingle que grudou como chiclete na cabeça de muitas pessoas. Popularizando desde então os produtos da Vaquinha. Confira: [... a vaquinha Mococa está mugindo, a vaquinha Mococa está dizendo mu...puro leite é Mococa], o objetivo era uma mudança estratégica no conceito de comunicação.

Hoje uma ferramenta muito útil e importante são as redes sociais, o site exclusivo, instagram e o facebook estão levando a todos os clientes novidades e até mesmo receitas para serem feitas com os produtos da empresa, o objetivo com essas iniciativas é alcançar um público ainda mais amplo.

3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO

Dentre os vários tipos de produtos que a Mococa oferece, vamos destacar a bebida láctea Mocoquinha, que possui sabor de chocolate e é muito bem aceita pelos consumidores.

O produto, tem como público alvo as crianças, que podem consumir essa bebida em momentos alegres, como viagens, passeios e até mesmo como lanche na escola. Ou quem sabe, até substituir o lanchinho da noite em dias corridos ou em alguma emergência.

Além de agilidade e praticidade, podemos citar como benefício deste produto, as vitaminas que ele possui. Enriquecido com vitaminas A e D, o Mocoquinha é o companheiro ideal para acompanhar as crianças na hora do lanche.

Contudo, o produto Mocoquinha possui um preço mais acessível diante de seu principal concorrente. Há uma diferença de mais ou menos 51% entre os produtos. Porém o valor que a marca Mococa conquistou com seus consumidores, faz com que seu produto ganhe destaque no comércio, e seja escolhido não só pelo seu preço mais baixo, mas sim pelo conjunto entre preço e a qualidade do produto, que é similar a de seu concorrente.

3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

A fidelização do cliente é uma estratégia criada para atrair e manter o freguês. Afinal, é ele que sustenta o empreendimento. E saiba que: clientes eventuais trazem lucro, mas quem realmente paga os custos, seja ele qual for, são os seus fregueses: os clientes assíduos.

A empresa mantém um bom relacionamento com os seus clientes, cria o cadastro deles, tenta conhecer bem cada um e até mesmo chamá-los pelo nome, criando um vínculo de atenção. Dá brindes para os mais assíduos, oferece cartão fidelidade e claro o mais importante têm receptiva às críticas e sugestões e proatividade na resolução de problemas.

A forma de fidelização e estreitamento de relacionamento adotada pela empresa que “encurta a distância” entre ela e o cliente são as seguintes:

Central de atendimento SAC: 0800 707 0033 o telefonema é gratuito, único e disponível para atendimento ao consumidor.

Atendimento online pelas plataformas: Facebook, Instagram, e whatsapp pelo número: (62) 9-8157-0087.

No site da empresa há uma guia destinada ao fale conosco, com todas as informações ditas acima. E no facebook é possível acompanhar, curtir e comentar postagens, além de deixar uma mensagem publica na página da empresa ou caso deseje um contato mais direto e privado há opção de enviar mensagem, que será respondido o mais breve possível.

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O que dizer sobre nós, como somos todos consumidores, visamos muito somente sobre a compra, mas pelo estudo sabemos que isso vai muito além.

Para satisfazer nossos desejos e prazeres, as atividades mentais podem ser o julgamento que se faz da qualidade de determinado produto. Assim, as atividades mentais dizem respeito ao processo de informação e tomada de decisão.

Já as atividades físicas envolvem visitas a lojas e até mesmo conversa com vendedores. Como podemos observar o comportamento do consumidor é físico e mental.

Existe outro tipo de consumidor que se classifica como industrial, que faz compra de bens, serviços em nome da empresa para uso nos processos de fabricação, distribuição ou vendas da empresa.

Não podemos mais dizer que o comportamento do consumidor é o estudo de como as pessoas compram, certo? O comportamento do consumidor envolve o entendimento de um conjunto de decisões que um indivíduo, um grupo ou até mesmo uma organização toma sobre: selecionar, comprar, usar e descartar bens, serviços, ideias, experiências e até mesmo o tempo, para satisfazer suas necessidades e desejos.

Apresentando a empresa alimentícia Mococa S/A Produtos Alimentícios, podemos observar que o consumo dos produtos, está cada vez em alta, devido a qualidade e a variedades de produtos atuando como food service, com leite condensado bag, leite condensado desnatado, creme de leite, chantilly e chocolate.

Sua marca é muito conhecida pela “famosa vaquinha”. Tem agradado o paladar de muitas famílias, assim como as pequenas e grandes empresas, tem plena confiança e fidelidade com os produtos fornecidos pela empresa.

3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

As expectativas dos clientes definem sua satisfação, o que também influencia a fidelização e novas compras realizadas por ele.

Se o cliente sentir que não entregou o que ele esperava, possivelmente não voltará a utilizar os produtos. Por outro lado, se o mesmo tiver sua expectativa satisfeita ou superada, não só comprará novamente, como também dividirá a experiência positiva com outras pessoas.

A empresa Mococa S/A Produtos Alimentícios, vem se aprimorando para atender todas as necessidades dos seus clientes.

Agradando todas as idades, desde de crianças até a terceira idade. A qualidade dos produtos têm sido destaque.

Produtos de qualidade e com ótimos preços é o alvo no mercado consumidor, assim a empresa tem oferecido seus produtos com baixo teor em açúcar, gorduras, produtos zero lactoses, com muitas vitaminas e minerais.

Visando pela saúde e bem-estar. Atualmente a empresa está com um feedback positivo, e através do site é possível fazer reclamações e ou elogios, oferecendo contato diretamente com os clientes, assim podendo resolver quaisquer eventualidades.

Está disponível no site mais informações sobre a empresa, sobre os ingredientes dos produtos, linha completa de variedades dos produtos fornecidos, e-mail, contatos, localização.

A empresa disponibilizou também umas listas de várias receitas deliciosas com a utilização da linha e dicas para datas comemorativas.

Uma empresa dedicada ao meio ambiente, saúde, qualidade, variedades, bom atendimento e ótimos preços.

3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES

A Mococa S/A Produtos alimentícios é uma das melhores marcas disponíveis no mercado, produzindo principalmente produtos derivados do leite, como manteigas, bebidas lácteas e queijos para uso caseiro e profissional.

Pensando nos nossos consumidores a empresa que está no mercado há 103 anos, sempre em busca de renovação, melhorias, bem-estar e saúde, mantendo a qualidade e a tradição.

Realizamos a nossa pesquisa usando o método qualitativo e o quantitativo, através do canal pela internet nos sites anexado abaixo :

Disponível em:

https://br.indeed.com/cmp/Mococa-S_a-Produtos-Aliment%C3%ADcios/interviews

Com o avanço da tecnologia a empresa optou por um site para avaliações, entrevistas e perguntas.

Onde podemos acessar as pesquisas e perguntas sobre equilíbrio de trabalho e vida pessoal, estabilidades e promoções, gestão, cultura e muito mais. Feedback bem positivo, onde foi possível avaliar, os clientes e os colaboradores.

Disponível em:

<https://comidasimples.com.br/curiosidades/melhores-marcas-de-leite-condensado/>

<https://www.reclameaqui.com.br/mococa-produtos-alimenticios/achocolatado-mocoquina_-lkXUnrpKDnvk3IO/>

Obtemos positivities sobre a qualidade dos produtos comparados com outras marcas conhecidas no mercado.

A empresa deixou espaços para os clientes interagirem com a empresa através das redes sociais, dvidas e sugestões, SAC, fale conosco, reclame aqui, onde poderão dar suas opiniões positivas e ou negativas.

Observamos que os clientes têm unido sabor, valor, qualidade, praticidade e benefícios. Pois atendemos vários grupos de consumidores. Os clientes não se resignam à qualidade, mas por outro lado estão em buscas de valores que cabem no bolso, e mudar para um concorrente fica para a segunda opção.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA

A Formação para a Vida  um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEOB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA

- **Tpico 1:** Marca pessoal: aqui é onde serão elaboradas estratégias para que você crie exatamente o que quer mostrar para o mercado de trabalho.

É preciso definir suas características e avaliar o que precisa ser melhorado para a construção de sua reputação. Mas precisamos deixar claro que criar uma

marca pessoal não é inventar um personagem perfeito e sim criar sua autenticidade.

Mostre quem você é de verdade, além de suas experiências e cursos citados no seu currículo. Torne-se uma referência, seja autêntico, aprenda com as grandes marcas e seja visível.

- **Tópico 2:** Vitrine pessoal: ter foco e estar sempre ligado às tendências, facilita a criação de uma vitrine pessoal atrativa. Usar termos simples para tratar assuntos complexos, faz com que haja um engajamento no mundo virtual.

Crie conteúdos com foco nos seus negócios, não tente abranger todos os assuntos, use sempre as mesmas fontes e dê cara a sua marca. Tenha credibilidade, seja honesto e faça sempre o que você diz.

Dessa maneira as pessoas enxergaram sua marca com confiança e transparência. Lembre-se: sua reputação chegará antes de você, onde quer que seja.

O mais importante é avaliar sua carreira em geral, ela é o seu maior patrimônio e te acompanhará por toda vida profissional.

- **Tópico 3:** Networking: a estratégia de cultivar bons contatos, é um canal essencial para o sucesso. Ter uma boa rede de contatos é fundamental, pois ambos os lados podem se beneficiar com isso. Torna-se possível usá-las com a finalidade de fortalecer vínculos e até mesmo estreitar negociações comerciais. Ou seja, essa boa relação influencia o surgimento de oportunidades.

Sabendo disso, é importante considerar essas dicas:

- Manter contato com pessoas que você não vê com tanta frequência;

- Conhecer pessoas novas. Explicar sobre sua área, seu interesse pela do próximo, mantendo sempre uma relação de curiosidades mútuas.
- Manter-se atualizado sobre o mercado e sobre assuntos importantes. Desse modo, você se torna um contato estratégico conceituado.
- Nunca procure por seus contatos apenas para pedir favores. Sempre que puder, fale sobre assuntos variados, puxe uma conversa que mantenha a relação ativa, e ofereça amparo.

- **Tópico 4:** Redes sociais profissionais: são aquelas em que os usuários têm como objetivo criar relacionamentos profissionais com outros usuários, divulgar projetos e conquistas profissionais, apresentar seu currículo e habilidades, conseguir indicações, empregos etc.

Um exemplo é o LinkedIn, a maior rede profissional do mundo.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Elaboramos um pequeno vídeo com o objetivo de demonstrar como utilizar estratégias atualmente chamada de “Branding”, qual a sua importância, e algumas dicas simples, porém, muito importantes para o sucesso da sua marca pessoal ou negócio.

Disponível para acesso:

<https://www.youtube.com/watch?v=hcCm9cdyFWw>.

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que a marca tem interferência na decisão de compra dos consumidores, sendo que, o fator mais relevante dessa interferência, são as relações que a marca tem com o seu cliente, ou seja, todos os posicionamentos que segue em sua estratégia, assim como a qualidade oferecida em seus produtos e serviços.

É importante ressaltar que a marca não é atribuída somente a características como qualidade ou da relação dela com os consumidores, mas ela é composta de um conjunto de elementos, valores e estratégias, que interferem seu posicionamento no processo de compra do consumidor.

Observou-se que os fatores de influência da marca publicidade, lealdade, preço e qualidade são informações importantes para empresa, pois revelam os principais pontos motivadores dos consumidores ao escolherem uma determinada marca. Desta forma, todos os fatores apresentados têm em sua essência influência sobre a decisão de compra dos consumidores. Sendo alguns mais diretamente outros indiretamente. Conclui-se que esses fatores não somente são influenciados como são importantes no processo de decisão de aquisição de um bem e ou serviço a até mesmo escolha de uma marca.

Destaca-se que esta pesquisa sobre a empresa Mococa S/A, a importância para entender melhor a relação que a marca desempenha diariamente nas escolhas dos consumidores, a partir da visão de um público geral.

Após a análise dos dados levantados no presente estudo, conclui-se que a empresa Mococa S/A Produtos Alimentícios, valor da marca sob a ótica dos clientes é um antecedente importante para a intenção de compra dos consumidores. Dado como a alta correlação e a intenção de compra demonstra que, de certa forma, o valor da marca dá impacto na diferenciação sob a ótica dos clientes.

REFERÊNCIAS

COMERCIAL VAQUINHA MOCOCA, disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=bpA7dc5R09g>> acesso em: 08/04/2022

ENTENDA SEU CONSUMIDOR, INFRA.COMMERCE: disponível em:
<https://www.infracommerce.com.br/post/entenda-seu-consumidor-e-saiba-como-atender-suas-expectativas>

FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE: disponível em:

<<https://www.facebook.com/vaquinhamococa/>>

<https://www.instagram.com/mococa_oficial/>

<<https://www.mococa.com.br/>>

acesso em: 14/04/2022

PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES: Disponível em:

<https://br.indeed.com/cmp/Mococa-S_a-Produtos-Aliment%C3%ADcios/interviews>

<<https://comidasimples.com.br/curiosidades/melhores-marcas-de-leite-condensado/>>

<https://www.reclameaqui.com.br/mococa-produtos-alimenticios/achocolatado-mocoquina_-lkXUnrpKDnkv3lO/>

Acesso em: 13/04/2022

ANEXOS



#MOCOCA
LOVERS

Dia do Supermercado

A MOCOCA QUER SABER
QUAL FOI A HISTÓRIA MAIS INUSITADA
QUE ACONTECEU COM VOCÊ NO MERCADO?



QUEM É VOCÊ NO DOMINGO?



Dia da Criatividade

O QUE TE FAZ FICAR
INSPIRADO NA COZINHA?

OUVIR MÚSICA ASSISTIR VÍDEOS DE RECEITA ARRISCAR UMA HISTÓRIA OUTRA COISA? COMENTE!

 Curtir  Amei  Uau 



#MOCOCA
LOVERS

Spotify



DÊ PLAY



Vaquinha Mocooca
@vaquinha_mocooca

4 dicas para uma vida mais leve

- Aproveite Mocoquinha com seu melhor amigo
- Pratique seu esporte favorito
- Prepare uma receita deliciosa com Mocooca
- Passe tempo com quem você ama