

Prof. Elisabete Maria Sampaio Sá
UC – Princípios de Empreendedorismo



Projeto de Empreendedorismo – EasyTea



Grupo n° 7

Aura Camila Ramirez Antunes – A92349- a92349@alunos.uminho.pt

Bruna Filipa Alves Santa Cruz – A92353- a92353@alunos.uminho.pt

Clara Inês Vasconcelos Silva – A92366 – a92366@alunos.uminho.pt

Inês Araújo Gonçalves – A92359 – a92359@alunos.uminho.pt

Margarida Esteves Domingues – A92351- a92351@alunos.uminho.pt

Tomás Gomes Ribeiro – A92356 – a92356@alunos.uminho.pt

Andrea Hidalgo Migueláñez – E10148 – e10138@alunos.uminho.pt

Declaração de Autoria

“Eu, abaixo-assinado, declaro que sou co-autor do trabalho que o meu grupo submete neste relatório; que conheço, compreendo e aprovo o material que aqui se apresenta; que as informações aqui apresentadas são verdadeiras; que as ideias ou os extratos de texto de outros autores estão devidamente assinalados e as suas fontes claramente referenciadas; e que conheço e compreendo as consequências da violação do Código de Conduta Ética da Universidade do Minho. Assim, certifico que não há qualquer ação de plágio no presente projeto, sendo que reconheço que tal prática punida por lei pode originar graves sanções disciplinares e legais, assim como a expulsão do Curso de Licenciatura.

Adicionalmente, declaro que o presente relatório foi exclusivamente elaborado pelos elementos deste grupo e autorizo a sua submissão em plataformas de deteção de cópia ou plágio.

Finalmente, declaro que o presente relatório, em parte ou no todo, não foi previamente submetido para outra finalidade ou para outras disciplinas.”

Aura Camila Ramirez Antunes

Bruna Filha Alves Santa Cruz

Clara Inês Vasconcelos Silva

Inês Araújo Gonçalves

Margarida Esteves Domingues

Tomás Gomes Ribeiro

Alvarez Hidalgo Miguelanca

Índice

0. Sumário Executivo	4
1.0. Oportunidade e proposta de valor	4
1.1. A nossa proposta de valor	4
1.2. Problema detetado	4
1.3. EasyTea – Solução Proposta	5
1.4. Alternativas	7
2.0. Caracterização do Mercado	8
2.1. Tendências	8
2.2. Mercado pequenos eletrodomésticos de cozinha	9
2.3. Target Market	9
2.4. Desenvolvimento do processo de compra	10
2.5. Influências na decisão do cliente.....	10
2.6. Critérios mais valorizados durante a escolha	11
2.7. Especificações exigidas	11
2.8. Atributos básicos necessários.....	11
3.0. Tendências da Indústria	12
3.1. Concorrência.....	12
4.0. Estrutura da indústria	13
4.1. Mapa da Indústria.....	13
4.2. Nível de Concentração/Fragmentação.....	13
4.3. Implicações para novos entrantes.....	13
5.0. Plano Operacional	14
5.1. Previsão Capacidade Produtiva Inicial.....	15
6.0. Go to Market Plan	15
6.1. Mercados Prioritários	15
6.2. Plano de Entrada	18
6.3. Plano de Comunicação	18
6.4. Canais de Distribuição	19
6.5. Estratégia de Pricing	20
7.0. Projeções Financeiras	21
8.0. Conclusão	22
9.0. Anexos	23
10.0. Bibliografia	36

0. Sumário Executivo

Foi no outono de 2021 que o mundo dos *kitchen gadgets* cresceu, aquando da criação da marca EasyTea, caracterizada por tornar o dia-a-dia dos amantes de chá mais fluídos e despreocupados.

Na origem desta nova empresa estão sete empreendedores, que se distingue pela qualidade de um produto que vêm substituir as convencionais chaleiras que ocupam precioso espaço nas bancadas de cozinha e muitas vezes adicionam barulho e confusão à estética do espaço, sendo assim o aliado perfeito para quem em sua casa não dispõe de muito espaço para colocar eletrodomésticos.

A marca tem como público-alvo homens e mulheres consumidores de chá que procuram uma solução mais rápida e pratica para o momento de preparação desta bebida que é um ritual diário para milhões de pessoas. O EasyTea encontra-se de momento numa fase de introdução no mercado, sendo que o plano passa por iniciar de forma forte com vendas online (*website* próprio) bem como a venda em pontos de retalho de confiança e bem estabelecidos, já que é crucial dar a conhecer a sua marca a um público que não é um habitual utilizador do e-commerce.

1.0. Oportunidade e proposta de valor

1.1. A nossa proposta de valor

O nosso produto inovador, pensado nos amantes de chá e na praticidade exigida pelos consumidores nos dias de hoje, surge como um *kitchen gadget* que pretende substituir as chaleiras tradicionais e que foi pensado tendo em conta os princípios de sustentabilidade e funcionalidade. O objetivo principal tem por base a poupança de água e de tempo na hora de fazer o chá.

1.2. Problema detetado

Contrariamente ao que a maioria possa pensar, a tarefa de fazer um chá não é assim tão simples, ainda que a utilização de saquetas de chá seja a forma mais rápida e prática. Quando estamos doentes, atarefados, ou até atrasados para o trabalho, esta tarefa parece-nos interminável.

Segundo a *Marktest*, 69,7% dos portugueses bebem chá todos os dias, sendo que as mulheres apresentam uma taxa de consumo de 82,5%, e os homens de 55,5%. Regista-se ainda um maior consumo de chá em idade acima dos 65 anos (74,5%), sobretudo nas classes média (70,3%) e média alta (76,2%).

Segundo um estudo da *Consumer Trends*, 64,4% dos portugueses prefere chá quente, o que é uma vantagem para o nosso produto, 29,4% diz que é indiferente e apenas 6,1% prefere chá frio.

Tomamos a liberdade de entrevistar alguns indivíduos, de idades compreendidas no intervalo de idades do nosso público-alvo, com o intuito de descobrir a viabilidade deste tipo de produto, assim como a frequência do seu consumo de chá, quais os entraves que verificam durante a sua preparação e quanto estariam dispostos a pagar por um produto como o EasyTea.

Após uma minuciosa análise das entrevistas, chegámos à conclusão de que as pessoas se demonstram bastante curiosas em relação ao produto e que, realmente, o chá está bastante presente nas suas vidas, ainda que não seja uma presença diária na vida de todos. Como a maioria dos interrogados descreveu, o processo de elaboração do chá passa sobretudo por colocar a água a aquecer na chaleira e, posteriormente, colocar numa chávena com a saqueta. No entanto, todos se mostraram interessados em conhecer uma alternativa mais rápida e eficiente.

Conseguimos também apurar que, a maioria dos inquiridos considera o tempo de preparação como um entrave, a título de exemplo, na entrevista 3, o inquirido refere “(o tempo) Definitivamente é um entrave para o fazer (chá), acho que se fosse mais rápido beberia chá muito mais frequentemente.”

Por fim, foi possível ter noção de quanto estariam dispostos a pagar, sendo que os valores referidos vão dos 10 aos 70 €, no máximo.

1.3. EasyTea – Solução Proposta

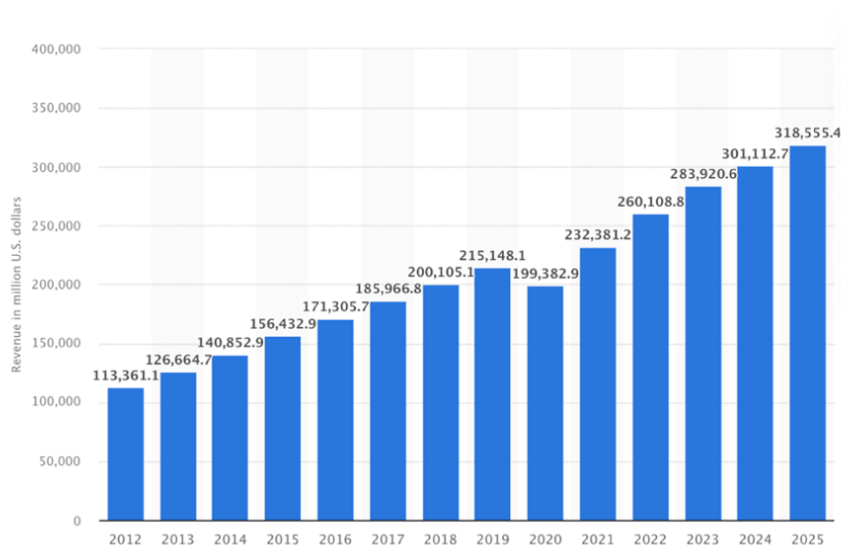
A solução proposta por este produto consiste numa peça que encaixa na torneira, funcional e prática. Esta peça tem incorporada uma resistência que ferve a água quando se abre a torneira e que, ao colocar uma saqueta de chá (até chá a granel ou cevada) na peça de encaixe, faz um chá muito rapidamente.

Neste aparelho, a solução inicia-se quando se coloca o chá na peça de encaixe e se abre a torneira. Seguidamente, dá-se então a libertação de água e, nesse momento, a resistência ferve-a em cerca de 7-8 segundos. Esta resistência que é carregada por uma bateria, é acionada por um botão. Depois, ao entrar em contacto com a saqueta de chá, a água extrai as suas propriedades solúveis e, no final, somos presenteados com um saboroso chá, que foi rápido de fazer, prático e fácil.



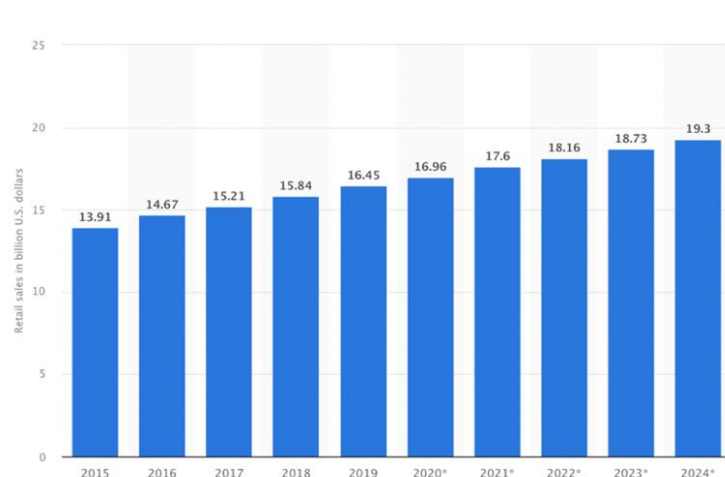
Além de todas estas qualidades, o EasyTea é também um produto mais higiénico do que as chaleiras convencionais, uma vez que não têm uma superfície de contacto tão grande e não é preciso pegar constantemente nele para encher com água, como é o caso das chaleiras. Esta característica é especialmente importante nos tempos em que vivemos, em situações de escritório, cafés ou nos bares de espaços de convívio público como bibliotecas/universidades.

Por fim, é um produto bastante mais sustentável do que as chaleiras. Ora veremos, quantas vezes não aquecemos cerca de 1L de água quando tudo o que queríamos era apenas uma chávena de chá? As chaleiras mais antigas podem levar até 5 minutos a aquecer 1L de água, já para não falar que, em ambientes como aqueles anteriormente descritos, cada indivíduo prefere aquecer a sua própria água para fazer chá individualmente. Portanto, o EasyTea não só veio facilitar a vida dos amantes de chá como veio também oferecer uma estratégia mais higiénica e sustentável de o fazer.

Value of the global tea market from 2012 to 2025 (in million U.S. dollars)

Como podemos ver no gráfico, através do estudo realizado pelo *website Statista*, o valor do mercado global de chá está a crescer constantemente, o que, para o nosso produto é uma vantagem, visto que foi pensado especialmente para fazer chá, apesar de ser adaptável.

Além disto, é ainda possível verificar, através do *Statista*, o constante aumento do valor que os retalhistas retiram das vendas de *kitchen gadgets* nos EUA, o que nos leva a afirmar que este tipo de mercado está a evoluir e a crescer.

Kitchen gadgets retail sales value in the United States from 2015 to 2024 (in billion U.S. dollars)**1.4. Alternativas**

A seguinte tabela representa o nosso produto em relação a alguns produtos da concorrência, sendo que uma das chaleiras tem um *price point* mais baixo e a outra é das mais caras do mercado, neste momento.

Decidimos avaliá-los consoante algumas características que consideramos relevantes neste tipo de produtos.

Produtos	EasyTEA	Jarro Elétrico Russel Hobbs 24991-70	Jarro Elétrico SMEG KLF03PGEU
Características			
Potência energética	3000W	2400W	2400W
Preço (mais baixo disponível)	-	29,99€	159,00€
Tempo de ferver para 1L	~ 30 segundos (*)	~ 1 minuto	-
Capacidade	Não aplicável (sem limite)	1 Litro	1,7L
Funções	Água quente	Água quente	Água quente
Material	Aço inoxidável, cerâmica e plástico	Aço inoxidável	Aço Inoxidável e plástico
Adaptabilidade (**)	5	2	2
Praticidade (**)	5	3	3
Facilidade de uso (**)	5	4	4
Segurança (**)	5	5	5
Espaço de ocupação (**)	1	4	4

(*) Se o EasyTea demora cerca de 7/8 segundos a aquecer água para uma chávena de cerca de 250 ml, então, de acordo com cálculos realizados, demora cerca de 30 segundos a aquecer 1L de água.

(**) De 1 a 5, sendo 1 o nível mais baixo e 5 o nível mais alto.

2.0. Caracterização do Mercado

2.1. Tendências

O mercado em que o EasyTea se insere é o mercado dos pequenos eletrodomésticos de cozinha.

2.2. Mercado pequenos eletrodomésticos de cozinha

A receita no segmento de pequenos eletrodomésticos para cozinha em todo o mundo chega a \$ 126.398 milhões em 2021 e o volume deverá totalizar 2.103,13 milhões de unidades até 2026.

Em Portugal, a receita no mercado de pequenos eletrodomésticos para cozinha chega a \$ 242 milhões em 2021. Espera-se que o mercado cresça 3,02% anualmente (CAGR 2021-2026). No segmento de pequenos eletrodomésticos de cozinha, o volume deve chegar a 3,56 milhões de unidades até 2026. O volume médio por pessoa no segmento de Pequenos Eletrodomésticos é estimado em 0,40 peças em 2021.

A principal razão para o crescimento do mercado de pequenos eletrodomésticos é o aumento da renda disponível dos consumidores em todo o mundo. O aumento da renda disponível impulsiona as necessidades do consumidor. A inovação no design do produto resultou no aumento da eficiência operacional de pequenos eletrodomésticos para cozinha. Assim, a demanda por pequenos eletrodomésticos deve crescer durante o período de previsão.

Estes dados mostram que o EasyTea tem grande possibilidade de se integrar no mercado e a probabilidade dos consumidores se interessarem pelo seu produto é grande, isto também porque a evolução social e dos seus estilos de vida o impulsionam. Os pequenos eletrodomésticos estão a ganhar popularidade devido às mudanças nos padrões de estilo de vida do consumidor, o que impulsionou ainda mais a demanda por esses pequenos eletrodomésticos. Os consumidores têm vindo a ganhar mais experiência em tecnologia e no uso pequenos eletrodomésticos para economizar tempo.

O mercado global de pequenos eletrodomésticos está a crescer significativamente nos próximos anos, aumentando os padrões de vida dos consumidores, especialmente nas regiões em desenvolvimento. A urbanização é cada vez mais comum e por isso cada vez mais pessoas vivem nas cidades e em menos espaço. Há também cada vez mais famílias solteiras, e para além disto atualmente os objetivos de vida das pessoas é totalmente diferente dos objetivos de vida das pessoas de há 30 anos atrás, atualmente pessoas viajam muitos mais, aproveitam muito mais a vida com novas experiências e por isso também podem ter menos tempo.

Para além dos “objetivos modernos de vida” a cozinha não deixou de ser um lugar extremamente importante para a vida das pessoas, e por isso esta tem de ser o mais confortável e prática possível. Os aparelhos devem ser funcionais e fáceis de usar.

A conveniência no uso de eletrodomésticos compactos, devido à facilidade de manuseio e manutenção, está a alimentar o crescimento do mercado de eletrodomésticos de pequeno porte. O aumento no número de *millennials* usando eletrodomésticos para cozinha com designs compactos e múltiplas funcionalidades deve impulsionar ainda mais o mercado de eletrodomésticos para cozinha no período previsto.

2.3. Target Market

O EasyTea não é um produto universal e que atende todo o tipo de cliente por isso é importante fazer uma segmentação de mercado baseada em critérios como:

B2C: portugueses, pois o português tem bastante hábito de beber chá, 20-80, classe média e média alta, sustentabilidade.

- **Demográfica:** Os consumidores alvo da EasyTea são essencialmente pessoas com um bom rendimento e poder de compra, pois pelas características do produto, este não será barato.
- **Psicografia:** O consumidor-alvo tem um estilo de vida mais atarefado e/ou adora chá e, por isso, sente a necessidade de ter produtos práticos. Porventura gosta de servir chá a quem o visita e tem preferência por chá quente.
- **Comportamental:** O consumidor poderá beber chá com muita (+3 vezes por semana) ou pouca frequência. E poderá ser um consumidor que sinta ou não, a necessidade de utilizar o produto sempre que faz o chá, isso dependerá de fatores como, o tempo/disponibilidade. Também o consumidor poderá usar o produto em diferentes momentos, como no trabalho, em casa, quando está doente, quando tem um convívio, etc...
- **Geográfica:** O consumidor reside em Portugal, onde inicialmente se lançará o produto.

B2B: Canal HORECA e empresas que contenham sala de *break*

O processo de criação de valor do cliente passa por destacar a proposta de valor da marca.

A proposta de valor do EasyTea é trazer mais praticidade e rapidez a fazer o chá. A criação de valor do cliente passa por destacar a capacidade de aquecimento em segundos da água, e consecutivamente a preparação do chá em segundos. Para além disto, destacar o facto de ser um produto pequeno e de fácil utilização que se aplica a qualquer torneira e pode ser também portátil.

2.4. Desenvolvimento do processo de compra

O consumidor começa por sentir a necessidade de fazer o chá mais rápido, procura opções de produtos de fazer chá na internet, encontra o EasyTea, avalia o produto, escolhe e compra.

2.5. Influências na decisão do cliente

O risco percebido, o risco percebido pode ser funcional, o produto pode não corresponder às expectativas, o facto de ser um produto totalmente diferente pode deixar dúvidas no cliente sobre a sua funcionalidade;

O preço, por ser um produto sofisticado e inovador, o cliente pode não estar certo do preço e por isso ficar de pé atrás.

O valor a pagar parece mais importante quando o consumidor tem pouca informação sobre o produto, servindo o preço como ponto de partida/referência para a sua avaliação; considera-se incapaz de fazer uma avaliação ou julgamento sobre os vários produtos, mesmo reconhecendo que podem existir diferenças na sua qualidade; Sente que é muito difícil saber qual a qualidade real do produto antes de o experimentar (situação muito frequente)

A sua personalidade como consumidor, uma vez que existem vários tipos de consumidores, alguns que compram por impulso, outros são mais racionais, outros poderão comprar de forma a satisfazer o seu prazer (hedonismo) ou até mesmo fazem compras casualmente, entre outros tipos de consumidores.

Também o ambiente em que o cliente se encontra na hora da compra pode influenciar.

A conveniência, hoje em dias é muito importante haver a possibilidade de ter o produto através de encomenda.

2.6. Critérios mais valorizados durante a escolha

Na hora da escolha, o cliente vai ter em conta vários critérios para a tomada de decisão de compra.

O Preço é um dos critérios que quase sempre está presente no momento de avaliação. O cliente também avalia o tipo de material de que é feito o produto. A versatilidade do produto, é importante perceber até que ponto o produto dará utilidade ao cliente, perceber em que situações se pode utilizar e com que produtos (chá, cevada, café?). A localização da loja e acessibilidade são bastante importantes também principalmente com a emergência do comércio eletrónico, é importante saber como podemos ter o produto em mãos, com o mínimo de esforço.

2.7. Especificações exigidas

Os atributos que não podem faltar no produto são os que dão sentido ao produto e que estão inseridos na proposta de valor: rapidez em fazer o chá e facilidade de uso.

2.8. Atributos básicos necessários

Funcionalidade e segurança esses devem ser os atributos inseridos desde o início no produto, sem esses atributos não há forma de qualquer cliente utilizar o EasyTea.

3.0. Tendências da Indústria

3.1. Concorrência

Como concorrência indireta do Easy Tea consideramos qualquer vendedor de *kitchen tech*, ou seja, produtos de cozinha tecnológicos, e principalmente chaleiras elétricas e, ainda, máquinas de cápsulas de café e chá.

No que diz respeito ao primeiro e ao segundo concorrentes, consideramos as marcas e lojas de eletrodomésticos, como, por exemplo, a Cidadela Eletrónica que vende marcas como a Smeg e a Philips. Relativamente ao último concorrente, detetamos as marcas com mais sucesso e maior presença no mercado português, sendo estas a Delta, Dolce Gusto e Nespresso. Estas podem representar uma ameaça aquando do lançamento do nosso produto, uma vez que estão bastante inseridas do mercado e já são muito conhecidas. Para além disso, grande parte das pessoas possui uma máquina de café de cápsulas em casa, comprada com esse mesmo propósito, fazer café de forma rápida. Com o lançamento das cápsulas de chá específicas destas máquinas (tanto por parte das marcas em si como outras marcas como o Continente), esses mesmos consumidores podem apenas comprar estas novas cápsulas, pois fica mais económico, ao invés de gastar dinheiro num novo produto. Contudo, estas cápsulas são inimigas do ambiente e isso pode representar um problema grave. Muita gente também não compra uma destas máquinas por achar demasiado caras. Tal como as máquinas, também a chaleira elétrica pode não ser benéfica, sendo que demora algum tempo a aquecer a água e gasta demasiada eletricidade.

Por outro lado, também existem vantagens. São poucas as empresas ou marcas que lançam produtos inovadores para o segmento do chá, não havendo muitas opções que poupem tempo na preparação do mesmo e que sejam também *eco-friendly* como o EasyTea, que apenas utiliza a água necessária e não promove o desperdício. Consideramos também o nosso produto minimamente difícil de imitar por ser diferente e inovador e após pesquisa online não encontramos qualquer tipo de concorrência direta.

Matriz de Análise competitiva oferta		Delta		Nespresso		Dolce Gusto		Smeg		Philips		Easy Tea	
Variáveis	Importância	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score
Tempo de preparação do chá	35,00%	4	1,4	4	1,4	4	1,4	3	1,05	3	1,05	5	1,75
Notoriedade da(s) marca(s)	10,00%	4	0,4	5	0,5	4	0,4	5	0,5	2	0,2	1	0,1
Competitividade preços	10,00%	4	0,4	4	0,4	3	0,3	2	0,2	5	0,5	3	0,3
Inovação	15,00%	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45	2	0,3	5	0,75
Preocupação com o ambiente	20,00%	2	0,4	2	0,4	2	0,4	3	0,6	3	0,6	5	1
Total	90,00%		3,05		3,15		2,95		2,80		2,65		3,90

Rank - classificação das empresas no critério em análise (quanto maior o valor - maior a competitividade) - sugere-se escala 1 a 9 ou 1-5

A importância é a ponderação da importância do fator (totalizar na estrutura 100%)

O total informa a competitividade do(s) produtos concorrentes (quanto maior o valor mais competitivo é).

Com a Matriz de Análise Competitiva de Oferta é possível fazer a comparação do EasyTea com as restantes marcas presentes no mercado, tanto de máquinas de cápsulas

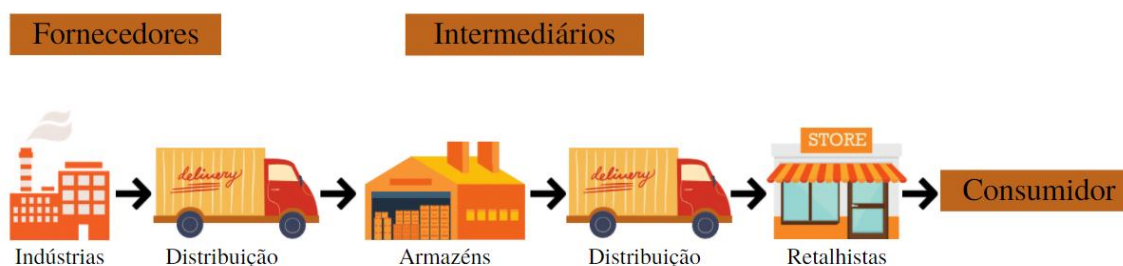
(Delta, Nespresso, Dolce Gusto), como de chaleiras elétricas (Smeg, Philips). Para definir o *rank* de cada variável em cada marca baseamo-nos nos produtos de cada uma.

A importância atribuída a cada variável foi decidida com base nas entrevistas realizadas, tendo maior percentagem de importância o tempo de preparação do chá, uma vez que foi a variável mais comentada pelos entrevistados.

Assim conseguimos concluir que os nossos principais concorrentes são as marcas de máquinas de cápsulas de chá, destacando-se a Nespresso com um score de 3,15. Ainda assim, o nosso produto tem também destaque em 3 aspetos relevantes: o tempo de preparação do chá, a inovação e a preocupação com o ambiente.

4.0. Estrutura da indústria

4.1. Mapa da Indústria



4.2. Nível de Concentração/Fragmentação

A indústria de que falamos diz respeito a eletrodomésticos pequenos para a casa, com foco principalmente em aparelhos que servem para preparar chá. Esta é uma indústria não muito fragmentada, uma vez que há poucas opções a nível de eletrodomésticos no mercado de chá, apenas as máquinas de cápsulas e as chaleiras elétricas (ambas faladas anteriormente). Contudo, há um alargado leque de marcas a produzir e vender estes dois tipos de produtos.

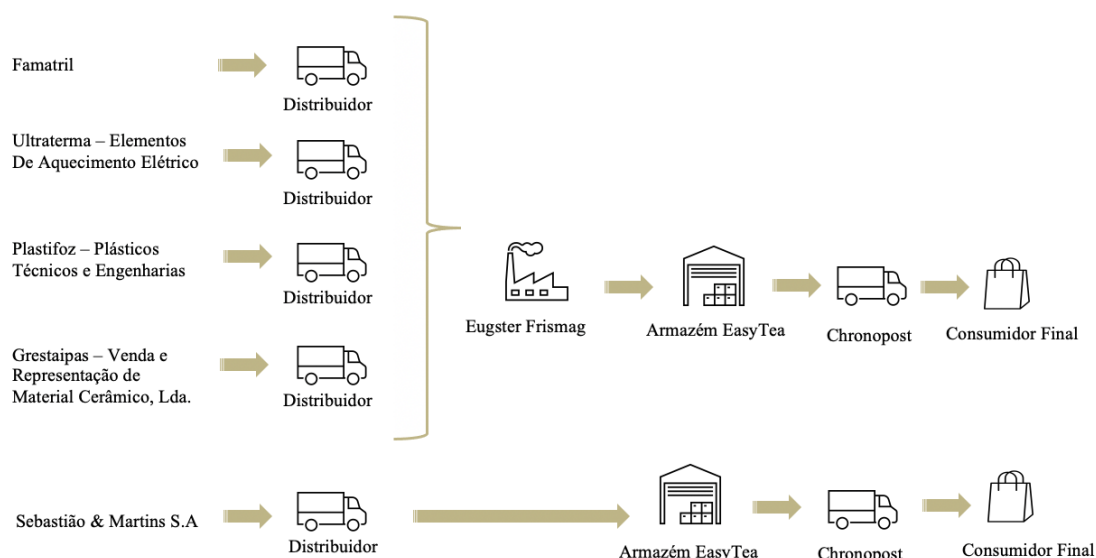
4.3. Implicações para novos entrantes

O mercado de pequenos eletrodomésticos de casa tem vindo a crescer, ainda que não especificamente sendo aparelhos relativos a chá. Isto faz com que seja difícil entrar no mercado.

Assim, são considerados entraves a diferenciação do produto, uma vez que os produtos concorrentes são dominantes no mercado, a necessidade de ter poder de investimento, de forma a conseguir competir com os restantes eletrodomésticos e ter a atenção e confiança dos consumidores e, ainda, o encaixe do produto não ser possível em todas as torneiras.

5.0. Plano Operacional

De forma a evitar perdas, gastos e outros problemas na empresa é crucial a elaboração de um plano operacional. Para se compreender melhor todas as etapas no desenvolvimento do nosso produto elaboramos um esquema de cadeia, que demonstra toda a parte inicial do processo de produção, desde os fornecedores, distribuidores, montagem até à entrega do produto final.



Internamente - iremos tratar de toda a parte logística, de packaging e gestão de encomendas a partir de um armazém alugado localizado perto da nossa fábrica de montagem Eugster Frismag em Torres Vedras, onde iremos armazenar todo o stock de reserva para servir encomendas efetuadas através do e-commerce, ou para solucionar possíveis falhas de matéria-prima por parte de algum fornecedor ou até mesmo para solucionar alguma encomenda não esperada.

No que corresponde toda a parte **externa** à empresa, encarregam-se pela produção de todas as peças que constituem o produto final: a empresa **Ultraterma – Elementos De Aquecimento Eletrónico** que ficará responsável pela produção da peça de resistência, , o fornecedor **Famatril** fica a cargo de toda a parte metalúrgica do produto, o fornecedor **Plastifoz- plásticos e engenharias**, de plástico para a elaboração da peça de encaixe do

chá e a parte de cerâmica que constitui a rosquilha responsável pelo fornecedor **Gestaipas – Venda e Representação de Material Cerâmico, LDA**. No que diz respeito ao material de *packaging* trabalhamos com a empresa portuguesa, **Sebastião & Martins S.A**. Todos estes fornecedores irão distribuir para a nossa fábrica de montagem, que posteriormente encarregar-se-á por levar até ao nosso armazém o produto final. Através do armazém é onde serão tratadas e enviadas todas as encomendas realizadas através do nosso website. Para fazer essa distribuição enviaremos o nosso produto através da distribuidora chronopost, por ser uma das mais eficientes distribuidoras na zona norte.

(Tentamos estabelecer contacto com os fornecedores referidos de forma a esclarecer questões de logística e orçamentação, mas sem qualquer tipo de resposta até à data)

5.1. Previsão Capacidade Produtiva Inicial

O EasyTea tratando-se de algo inovador no mercado, um produto moderno e recente, a previsão de vendas inicial é difícil de conseguir, é então devido a esta dificuldade que necessitamos de recorrer a dados (já referidos anteriormente) que nos permitiram fazer uma estimação mais realista. Apesar de os dados nos demonstrarem que este produto tem de tudo para ser um sucesso é necessário sermos cautelosos e, assim sendo optamos por fazer a venda através de e-commerce.

Iremos estabelecer um número seguro de stock inicial, uma vez que é difícil estimar o sucesso do produto. E conforme o número de vendas e reação do mercado, faremos as reposições de acordo com os nossos fornecedores, de forma benéfica para ambos.

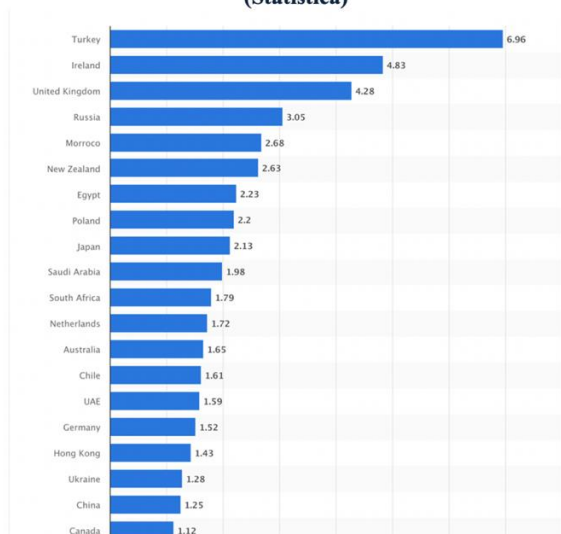
6.0. Go to Market Plan

6.1. Mercados Prioritários

O chá trata-se da segunda bebida com maior consumo em todo o mundo, depois da água.

A cultura do chá foi estabelecida na China séculos antes de chegar aos países de Oeste e no Reino Unido a bebida é reconhecida como um importante marco cultural.

No ano de 2016, a Turquia era o maior consumidor de chá do mundo, com um consumo de chá per capita de aproximadamente 6.96lb por ano. Em contraste, a China possuía um consumo anual de 1.25lb por pessoa, sendo que este país foi em 2015 o maior produtor global deste produto, seguido da Índia e do Quênia.

Annual per capita tea consumption worldwide as of 2016, by leading countries
(Statistica)

Portugal

Analisando o ano de 2015, foram 5971 mil os indivíduos que consumiram chá nos últimos 12 meses, o que em percentagens se traduz em 69.7% dos residentes do Continente com 15 ou mais anos.

O sexo feminino apresenta taxas de consumo superiores às do sexo masculino (82.5% e 55%), no que toca a idades, os indivíduos com mais de 65% tendem a consumir mais chá (74.5%). É nas grandes cidades como Porto (72.9%), Lisboa (71.3%) e Litoral Centro (70.5%) que se registam valores de consumo superiores à média nacional portuguesa. Quanto às classes sociais, o consumo de chá é mais predominante nas classes média e alta, respetivamente 76.2% e 70.3%.

No que toca ao consumo de pequenos eletrodomésticos, o mercado português mostra-se bastante favorável, mercado que faturou 251 milhões de euros nos três primeiros trimestres de 2019, traduzindo-se num crescimento de 0,1% face ao ano anterior. É ainda estimado que todas as categorias de equipamentos eletrónicos tenham movimentado 2100 milhões de euros em Portugal durante os primeiros nove meses de 2019.

Variações percentuais e volumes de vendas de produtos eletrónicos

(Três Primeiros Trimestres de 2019)

Tabela resumo

Portugal Q3 2019

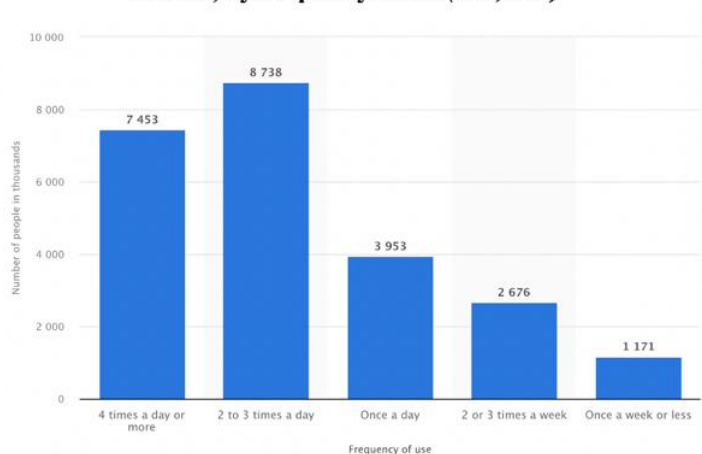
	Q4 2018 M. EUR	Q1 2019 M. EUR	Q2 2019 M. EUR	Q3 2019 M. EUR	Q3 2019 / Q3 2018 / +/- %	Q1-Q3 2019 M. EUR	Q1-Q3 2019 / Q1-Q3 2018 +/- %
Electrónica de Consumo (CE)	123	81	82	88	0,8%	251	-4,7%
Fotografia (PH)	14	8	10	10	-16,6%	28	-13,1%
Grandes Eletrodomésticos (MDA)	166	136	143	157	5,7%	437	5,9%
Pequenos Eletrodomésticos (SDA)	93	68	61	70	0,1%	198	2,7%
Tecnologias de Informação (IT)	170	125	111	125	-1,5%	361	2,9%
Telecomunicações (TC)	351	229	241	275	5,5%	745	0,8%
Office Equipment (OE)	31	28	26	25	-2,2%	79	2,3%
GfK TEMAX © Portugal	948	676	674	749	2,6%	2.100	1,5%

Verifica-se também uma crescente tendência de produção de chá nacional na zona dos Açores e do Minho bem como marcas artesanais, excelentes oportunidades de colaboração e plataformas já estabelecidas que podem ser opções viáveis para impulsionar o crescimento do EasyTea.

Inglaterra

No Reino Unido, a o público feminino é o maior consumidor de chá, sendo que apenas 19% diz não consumir, quanto às idades os maiores consumidores desta bebida estão compreendidos entre os 50 e 75 anos.

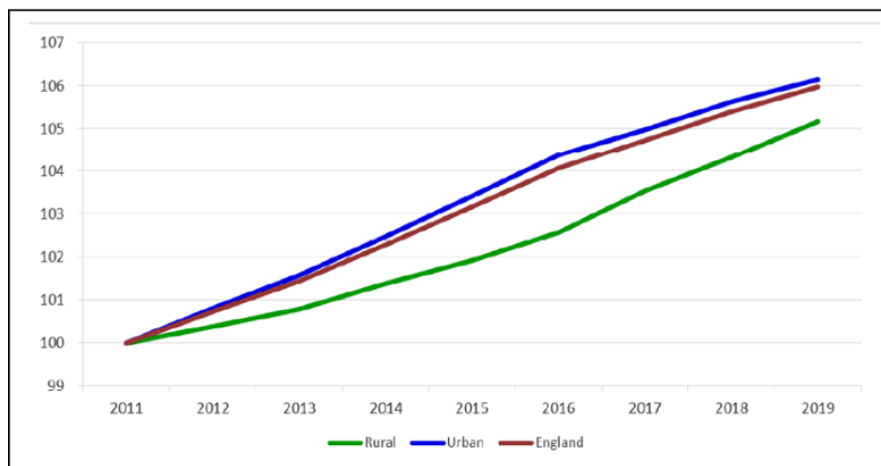
Number of people using tea (including herbal, fruit and green tea) in Great Britain in 2020, by frequency of use (in 1,000s)



Tanto as zonas rurais como urbanas registaram um aumento da população global. As zonas urbanas, locais onde as populações vivem em espaços mais pequenos a população aumentou 6,9% (entre 2011 e 2019). À data de 2019, 56,3 milhões de pessoas viviam em zonas urbanas (62,9% da população da Inglaterra).

A elevada taxa de urbanização apresentada na Inglaterra torna o país o mercado ideal para a atuação de negócio de um produto como o EasyTea prático, moderno e funcional.

Index of population change, England, 2011-2019.
2011 = 100



6.2. Plano de Entrada

A entrada do EasyTea no mercado estará assente em duas fases. A primeira etapa será a venda do produto através do próprio website, com o auxílio de sólidas redes sociais trabalhadas com conteúdo cuidado e de qualidade. Serão elaboradas campanhas com influencers de lifestyle e decoração de interiores e Google Adwords, com o objetivo de criar *buzz* impulsionado assim a imagem de marca e as vendas online.

A segunda etapa do plano de entrada no mercado o objetivo será iniciar a comercialização do produto em espaços de retalho nacionais em parceria com marcas de confiança tais como a Leroy Merlin, Laskasas, Worten e El Corte Inglés.

O Easy Tea pretende ter um forte posicionamento na mente do consumidor através do destaque através de quem o publicita das suas vantagens para quem procura mais praticidade e facilidade no seu dia-a-dia.

A estratégia digital do EasyTea, terá como objetivo dar a conhecer as vantagens do produto e atrair potenciais clientes de forma intensa através do Instagram e Tik Tok. Existe também uma grande ambição de tornar estes seguidores em clientes e que mais tarde se possam tornar em **promotores do produto** através de partilha de *posts* nas redes sociais e opiniões de utilização.

6.3. Plano de Comunicação

A comunicação do EasyTea será elaborada sempre com o objetivo de segmentar, de acordo com métodos *below the line* tornando viável atingir os objetivos já que torna

possível atingir um mercado-alvo mais reduzido, mas de forma ainda mais importante mais detalhado e valioso para a empresa.

Os métodos de comunicação *below the line* a serem utilizados são a comunicação online através de redes sociais e website, participação em feiras de interiores e cozinha, parcerias com criadores de conteúdo. Será enviado um produto EasyTea a cada *influencer* de forma a que estes possam realmente testar o produto e confiar no contrato que vão fazer, e um pagamento pela parceria. Algumas estratégias de parcerias poderão ser um *giveway* em que o público ao seguir a página de instagram do EasyTea e da Influencer + criar conta no website do EasyTea fica habilitado a ganhar o produto. Outra ideia poderá passar por um vídeo em que o influencer irá usar o produto e demonstrar ao seu público como se utiliza, realçando as suas vantagens. Esta comunicação deverá ser cuidadosamente elaborada de modo que seja dado a conhecer ao público-alvo o novo e inovador produto e as suas vantagens, a partir de partilha de conteúdo informativo nas redes sociais e do website.

As redes sociais terão como função inicial a segmentação de forma eficaz o público-alvo, de modo que os anúncios e publicações cheguem até ao nosso potencial cliente final, bem como o papel de credibilizar o produto e incentivar o feedback por parte dos clientes, realizando partilhas constantes da opinião dos consumidores. O website do EasyTea estará preparado para a realização de vendas online, espaço de apoio ao cliente. Vídeos demonstrativos, produtos parceiros (chá artesanais) bem como os pontos de venda físicos nacionais e internacionais.

Na comunicação através de relações públicas será importante estabelecer ligações com agentes credíveis na comunidade do design de interiores, produtores e vendedores de pequenos eletrodomésticos/*kitchen gadgets*.

6.4. Canais de Distribuição

A distribuição é uma variável bastante importante, uma vez que é através desta que os produtos ficam disponibilizados para os clientes, quer seja em lojas físicas ou por meio de encomendas online. A estratégia genérica de distribuição utilizada pela EasyTea é a seletiva, isto é, a marca vende em canais selecionados (B2C) em função de certos critérios e requisitos que sejam compatíveis com a estratégia, posicionamento ou objetivos da marca, assim sendo, esses critérios ajudam a qualificar os distribuidores que vão integrar a estratégia de distribuição.

Esta estratégia é também utilizada em produtos cuja compra é bastante influenciada pelo preço e qualidade, que é o caso do EasyTea, e, para além disso, a estratégia seletiva considera importante estudar certas características dos consumidores, tais como, a classe social/nível económico (classe média alta), faixa etária (18-75), hábitos de compra e estilos de vida.

Quanto à cobertura geográfica, o EasyTea estará de forma inicial disponível através de website próprio (*online*) com envios para todo o mundo. No entanto sendo que a estratégia de canal mais adequada é a multicanal, a empresa deve ter uma forte presença em espaços físicos, podendo apontar ateliers de decoração de interiores, Leroy Merlin e

El Corte Inglés (**retalhistas**) como a plataforma ideal para a introdução deste tipo de produtos, atingindo assim o público-alvo ideal para o produto.

Relativamente a iniciativas para o plano de formação dos distribuidores é importante referir que quanto mais valor estes atribuírem ao produto que estão a distribuir, mais estes vão querer fazer parte do seu processo de distribuição. Assim sendo, se a empresa/organização conseguir mostrar aos seus distribuidores que, ao transportarem os seus produtos, vão conseguir várias vantagens, tais como, bom incentivo financeiro, boas condições de trabalho e reconhecimento por parte de outras empresas, vai levar a que estes estejam interessados em continuar a distribuir para esta empresa e que a comunicação e relação com a mesma melhore.

Quanto aos canais de distribuição é necessário que haja uma boa dinamização destes, de forma que se proporcione um maior bem-estar aos distribuidores, como também aos consumidores, levando a que o produto possua um valor maior para quem o compra e para quem o transporta.

Desta maneira, há que incentivar e inovar os canais de distribuição para que estes sejam mais atrativos, uma forma de os tornar mais atrativos pode ser através da introdução de tablets com vídeos demonstrativos do produto nas lojas físicas, de forma a cativar o cliente no momento de decisão de compra, onde se saliente de forma clara as vantagens de utilização do EasyTea.

6.5. Estratégia de Pricing

O EasyTea trata-se de um produto altamente substituível por pequenos eletrodomésticos de cozinha que a maioria da população já dispõe nos seus lares, como por exemplo as chaleiras. No entanto trata-se de um produto com alto valor acrescentado para quem consome chá diariamente devido à sua praticidade e rapidez, espaços de refeição comuns devido aos elevados níveis de higiene e ausência de contacto ou espaços com ausência de espaço para grandes quantidades de pequenos eletrodomésticos.

Sendo que o produto em análise se trata de uma inovação e não existe concorrência encontrada até à data, a estratégia de precificação mais adequada a adotar para a implementação no mercado será a de **valor percebido**. Esta estratégia baseia-se em adotar preços que se baseiam na perceção de valor do produto, este tipo de precificação é orientado para o consumidor já que a empresa vai basear os seus preços no valor que o cliente acredita que um produto vale.

Para implementar esta estratégia de precificação é necessária uma grande quantidade de pesquisa de mercado, sendo que com as entrevistas realizadas no âmbito desta pesquisa o valor ideal para um produto como o EasyTea estaria compreendido entre os 10 e 50 euros. O valor poderá ser ajustado tendo em conta o público-alvo (classe social, idade, profissão) a atingir e os canais de distribuição selecionados para a venda do produto (canais em massa ou canais *premium*).

7.0. Projeções Financeiras

Para a realização do nosso projeto será necessário arranjar investimentos financeiros externos para começar a operacionalizar o negócio. Após uma análise de mercado, é preciso saber quais os custos associados à criação da empresa, registo da marca, custos fixos tangíveis e custos variáveis que serão necessários suportar desde a fase de produção, armazenamento, comercialização, transporte até à pós-venda, para que seja possível calcular um preço unitário que cubra estes custos todos e que inclua uma margem de lucro de forma a tornar o negócio lucrativo.

Sendo assim, os principais custos associados ao arranque do projeto são:

- Criação da empresa (300€, segundo o site <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa>)
- Registo da marca (200€, segundo o site <https://justica.gov.pt/Registos/Propriedade-Industrial/Marca>)
- Capital-social da empresa (4200€, tendo em conta que cada dos 7 sócios contribuirá com um valor de 600€)

Para além destes custos, temos que ter em conta também o espaço físico designado para a produção do nosso produto bem como o escritório da empresa, o que, para aquilo que necessitamos, terá um custo de 750€ por mês. Ora, com isto será preciso material próprio para o escritório e para o armazém, o que em conjunto custará 4000€.

Quanto ao marketing da empresa/produto, no início vamos apostar por um marketing digital, mais direcionado para as redes sociais, onde iremos promover o nosso produto através de colaborações com *influencers* que apoiem a nossa ideia e que possuam um público-alvo adequado para o nosso produto. Assim sendo, o custo associado a este processo será de 2500€.

Existem também outros custos associados à utilização do armazém, tais como; comunicações (600€/ano), eletricidade (1200€/ano), água (300€/ano), limpeza/higiene (3000€/ano), seguro de acidentes de trabalho (1050€/ano, 7 pessoas 150€/pessoa), seguro multiriscos comerciais (350€/ano), carrinha da empresa (6000€), seguro da mesma (270€/ano), combustível (1500€, uma vez que a distribuição será feita maioritariamente feita pela transportadora).

Em relação aos gastos com pessoal, inicialmente seremos só nós os 7 na empresa e esperamos ganhar o salário mínimo para ajudar com as despesas de alimentação e deslocações, entre outras, o que dá um custo de 41.557,64€ ($705 \times 7 \times 14 \text{ meses} + 20,3\%/2$).

Com estes valores já apurados, pretendemos recorrer ao crédito, uma vez que não dispomos de financiamento próprio. Tendo em conta que, inicialmente as vendas não vão cobrir todos os custos, optamos pela linha de crédito de apoio ao empreendedorismo e à criação do próprio emprego do BPI.

O valor que vamos pedir será de 100.000€, uma vez que é um valor que achamos justo e que cobre as despesas para um bom funcionamento da empresa durante o 1º ano.

Enquanto a empresa cresce, a produção vai ser feita por terceiros, o que inclui a produção do produto principal, as embalagens e transporte, que será feito em parceria a Chronopost.

De forma a conseguir amenizar os custos, iremos aproveitar o apoio técnico na área dos empreendedorismos para reforçar as competências e conseguir alargar o pessoal da empresa dentro dos possíveis através dos fundos disponíveis do IEEFP (Instituto do emprego e formação profissional). Esperamos também conseguir fazer acordos com os nossos fornecedores para obter um pagamento entre 30-60 dias depois da entrega do produto, associado sempre que possível a um pagamento a pronto dos nossos clientes.

Todas as condições e acordos do negócio tem em mente garantir um bom funcionamento e equilíbrio entre a produção, vendas e pagamentos, bem como minimizar todos os custos de modo a obter o maior lucro possível.

Com isto, vamos agora calcular a viabilidade do mesmo e fazer uma estimativa de vendas.

Nome do Produto	Composição	P. custo unitário
<u>EasyTea</u>	Resistência	1,02€
	Peça encaixe do chá	2,03€
	Rosquilha	0,47€
	Adaptador torneira	6€
	Estrutura exterior	10€

Assim sendo, tendo em conta que o custo de produção é de 19,52€, podemos afirmar que o preço do produto estará compreendido entre os 25 e 70 euros, uma vez que ainda preciso ter em conta os custos associados a toda a logística do processo de produção, bem como uma margem relativa ao lucro.

8.0. Conclusão

Em suma, o EasyTea foi criado com o intuito de promover uma preparação de bebidas chá quente mais prático, rápido e higiénica, bem como tornar-se o aliado ideal dos *tea lovers* com espaços de cozinha reduzidos.

Podemos então concluir que o EasyTea é um:

- Produto ecológico e amigo do ambiente.
- A sua utilização é fácil e intuitiva, qualquer um o pode fazer.
- Poupa, tanto tempo, como dinheiro.

A ideia de negócio torna-se extremamente viável, já que a taxa de consumidores de chá tem vindo a demonstrar um constante crescimento, bem como a taxa de urbanização, sendo cada vez maior o número de pessoas que procuram opções de preparação de chá compatíveis com estes novos estilos de vida.

A necessidade de criação do produto está comprovada através de extensas pesquisas de mercado e a comunicação está idealizada de modo a atingir o público-alvo ideal através dos canais mais adequados.

9.0. Anexos

Entrevista 1:

Entrevistador/a: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Camila Antunes, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Camila Antunes, estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: O meu nome é (nome), sou do Porto mas vivo em Braga, e frequento o segundo ano do curso Gestão de empresas.

Entrevistador/a: Tem por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, mais ou menos 1 vez por semana.

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistada: Tenho por hábito beber em casa, raramente bebo fora exceto quando me sinto maldisposta.

Entrevistadora: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistada: Coloco a água a ferver na cafeteira e depois coloco no bule com uma saqueta de chá.

Entrevistadora: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistada: Cerca de 5 minutos.

Entrevistadora: Considera o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Não.

Entrevistadora: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de

chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistada: Não.

Entrevistadora: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Sim considero-o um ótimo produto para utilização doméstica e até mesmo em espaços de trabalho como escritórios e refeitórios.

Entrevistadora: Acha que o EasyTea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistada: Sem dúvida.

Entrevistadora: Compraria?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistada: Um valor entre os 10 e 15 euros.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistada: Obrigada e muito sucesso.

Entrevista 2

Entrevistador/a: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Camila Antunes, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Camila Antunes, estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Bom dia! O meu nome é (nome), tenho 20 anos e frequento o curso de Ciências da Comunicação na Universidade Católica de Braga.

Entrevistador/a: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, praticamente todas as semanas, e principalmente no outono e no inverno.

Entrevistador: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistada: Bebo quase sempre em casa, por norma bebo chá à noite no final do jantar e por vezes durante a tarde.

Entrevistador: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistada: Primeiramente aqueço a água num fervedor elétrico e passo-a para um bule, por fim coloco a saqueta no bule e mexo até a saqueta até estar difuso o suficiente.

Entrevistador: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistada: É por norma muito rápido, diria uns 2 a 3 minutos.

Entrevistador: Considera o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Não, nunca foi algo que me incomodasse pois considero uma tarefa bastante simples.

Entrevistador: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Acho que toda a gente gosta de produtos que facilitem as tarefas do quotidiano e que as tornem mais rápidas nem que seja por 1 minuto, por isso sim era um produto a ponderar!

Entrevistador: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistada: Não, não conheço a existência de algo assim.

Entrevistador: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Sim, parece algo extremamente fácil de utilizar e que ajudaria muito a realização do chá. Principalmente para as pessoas mais idosas, para não terem de lidar com tantos instrumentos para disfrutarem de uma simples bebida.

Entrevistador: Acha que o EasyTea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistada: Claro que sim. Vivemos numa sociedade onde o tempo é cada vez mais valioso e como já referi um instrumento que nos ajude a poupar tempo, nem que seja 1 minuto do nosso dia já é bastante bom!

Entrevistador: Compraria?

Entrevistada: Sim, seria realmente algo a ponderar, dependendo do preço claro.

Entrevistador: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistada: Sem duvida, se eu sentisse que o produto realmente valesse a pena tornar-me-ia advogada do produto.

Entrevistador: Quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistada: Não sei, talvez 50€.

Entrevistador: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistada: Grata!

Entrevista 3

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Inês Gonçalves, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Inês Gonçalves estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Tenho 47 anos, sou de Braga e sou Gestora de Recursos Humanos.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim. Uma a Duas vezes por semana, por aí.

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costumas beber chá?

Entrevistada: Em casa, agora não saio muito, por isso não bebo fora.

Entrevistadora: Como costumas preparar o teu chá?

Entrevistada: Fervo água na chaleira, coloco num bule e acrescento o chá para repousar. Depois bebo.

Entrevistadora: Quanto tempo demoras, em média, a fazer o teu chá?

Entrevistada: 10 minutos.

Entrevistadora: Consideras o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixaste de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Sim, por vezes sim. A preguiça de ferver a água.

Entrevistadora: Estarias interessada num produto que te permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conheces ou já utilizaste algum produto semelhante?

Entrevistada: Não.

Entrevistadora: Pela breve explicação que te dei, consideras um produto de fácil utilização? Vês algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: O encaixe na torneira, porque nem todas as torneiras são iguais e têm diâmetros diferentes.

Entrevistadora: Achas que o EasyTea representaria um benefício e uma mais-valia para o teu dia-a-dia?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Comprarias?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Recomendarias este produto a pessoas que bebem chá?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: E quanto estarias disposta a pagar por este produto?

Entrevistada: Provavelmente 20 ou 25€.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigada!

Entrevistada: Não, é tudo! Obrigada!

Entrevista 4

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Inês Gonçalves, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Inês Gonçalves estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistado: Chamo-me (nome), tenho 50 anos, sou de Braga, sou Diretor Comercial e gosto de inovação e de conhecer várias indústrias.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistado: Sim, mas pouco. Semanalmente, se calhar uma vez por semana.

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costumas beber chá?

Entrevistado: Em casa.

Entrevistadora: Como costumas preparar o teu chá?

Entrevistado: Aqueço a água em jarro elétrico, colocar num bule, deixar arrefecer um bocado e servir. Mas gosto dele mais para o frio, não tão quente, com uma temperatura baixa.

Entrevistadora: Quanto tempo demoras, em média, a fazer o teu chá?

Entrevistado: No máximo 10 minutos.

Entrevistadora: Consideras o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixaste de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistado: Não. Nunca.

Entrevistadora: Ainda assim, estarias interessado num produto que te permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conheces ou já utilizaste algum produto semelhante?

Entrevistado: Não.

Entrevistadora: Pela breve explicação que te dei, consideras um produto de fácil utilização? Vês algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistado: Sim e não vejo nenhum entrave, pelo contrário, acho bastante funcional e simples, desde que acompanhado de uma boa instrução de manuseamento. Acho que muita gente começaria a tomar mais chá por ser simples e intuitivo.

Entrevistadora: Achas que o Easy Tea representaria um benefício e uma mais-valia para o teu dia-a-dia?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: Comprarias?

Entrevistado: Sim, comprava.

Entrevistadora: Recomendarias este produto a pessoas que bebem chá?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: E quanto estarias disposto a pagar por este produto?

Entrevistado: Conhecendo mais ou menos o mecanismo envolvido, creio que poderia pagar um máximo de 50€.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigada!

Entrevistado: Gostava que me oferecessem um para testar! (risos)

Entrevista 5

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Inês Gonçalves, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Inês Gonçalves estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistado: Olá, eu sou o (nome), de 19 anos, sou de Braga e estou no 3º ano de Engenharia Informática na UM.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistado: Não tenho o hábito de beber chá, mas não quer dizer que não beba, devo beber em média duas ou três vezes por mês.

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costumavas beber chá, quando bebes?

Entrevistado: Em casa. No inverno, sobretudo quando me sinto adoentado, mas também às vezes ao lanche.

Entrevistadora: Como costumavas preparar o teu chá?

Entrevistado: Com uma chaleira e com saquetas, mas às vezes também aqueço a água no micro-ondas.

Entrevistadora: Quanto tempo demoras, em média, a fazer o teu chá?

Entrevistado: Cerca de 5 minutos.

Entrevistadora: Consideras o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixaste de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistado: Sim, considero. Definitivamente é um entrave para o fazer, acho que se fosse mais rápido beberia chá muito mais frequentemente.

Entrevistadora: Estarias interessado num produto que te permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistado: Sim, estaria, pois o tempo é o principal entrave para eu fazer chá.

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conheces ou já utilizaste algum produto semelhante?

Entrevistado: Nunca ouvi falar de um produto semelhante, o mais próximo que me consigo lembrar são cafeteiras por exemplo da Nespresso que têm cápsulas de chá, que permitem ter o chá pronto em menos de um minuto.

Entrevistadora: Pela breve explicação que te dei, consideras um produto de fácil utilização? Vês algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistado: Sim, considero de fácil utilização. O maior problema, na minha opinião, será o encaixe do produto na torneira. Para ser realmente conveniente, vai ser preciso ter uma forma muito conveniente de encaixar, e não pode ser muito grande nem pesado de modo a ficar bem seguro na torneira.

Entrevistadora: Achas que o Easy Tea representaria um benefício e uma mais-valia para o teu dia-a-dia?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: Comprarias?

Entrevistado: Não, pois não sinto que bebo chá o suficiente para o justificar, se bem que um produto assim, provavelmente, me tornaria num consumidor mais habitual de chá.

Entrevistadora: Recomendarias este produto a pessoas que bebem chá?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: E quanto estarias disposto a pagar por este produto?

Entrevistado: Cerca de 50 a 70€, dependendo de quão fácil é de usar e dos seus resultados.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostarias de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigada!

Entrevistado: Não tenho nada a acrescentar.

Entrevista 6

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Inês Gonçalves, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Inês Gonçalves estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Olá, o meu nome é (nome), tenho 16 anos, sou de Braga e estou no 11º ano no curso de artes.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, pelo menos uma ou duas chávenas por dia.

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costumavas beber chá?

Entrevistada: Durante a tarde ou ao pequeno-almoço, normalmente em casa.

Entrevistadora: Como costumavas preparar o teu chá?

Entrevistada: Costumo primeiramente pôr a água a ferver na chaleira e enquanto a água ferve vou buscar o chá. Depois de ferver, meto a água quente numa chávena onde já tinha posto a saqueta de chá.

Entrevistadora: Quanto tempo demoras, em média, a fazer o teu chá?

Entrevistada: Mais ou menos 5 minutos.

Entrevistadora: Consideras o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixaste de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: De manhã quando estou com pressa ou simplesmente por não estar com muita paciência acabo por não fazer o chá, por isso sim.

Entrevistadora: Estarias interessada num produto que te permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Claro!

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conheces ou já utilizaste algum produto semelhante?

Entrevistada: Não.

Entrevistadora: Pela breve explicação que te dei, consideras um produto de fácil utilização? Vês algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Parece-me um produto de fácil utilização para toda a gente. Nenhum.

Entrevistadora: Achas que o EasyTea representaria um benefício e uma mais-valia para o teu dia-a-dia?

Entrevistada: É um produto que facilita o processo de fazer chá, uma bebida que faço várias vezes ao dia, por isso parece-me que seria uma forma de despachar essa ação.

Entrevistadora: Comprarias?

Entrevistada: Não compraria, pois definitivamente não é uma prioridade na minha vida, mas se me fosse oferecido aceitá-lo-ia de bom grado.

Entrevistadora: Recomendarias este produto a pessoas que bebem chá?

Entrevistada: Parece-me ser um bom produto por isso sim!

Entrevistadora: E quanto estarias disposta a pagar por este produto?

Entrevistada: Não mais de 10 euros.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigada!

Entrevistada: Não tenho nada a acrescentar. Obrigada!

Entrevista 7

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Clara Silva, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Clara Silva estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Olá, o meu nome é (nome), tenho 19 anos, sou de Felgueiras e estou no 1º ano da universidade.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, uma vez por semana

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistada: Em casa, quando me apetece e quando a minha mãe faz.

Entrevistadora: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistada: Aqueço a água num fervedor/chaleira e coloco o chá numa caneca com a água

Entrevistadora: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistada: 5 minutos

Entrevistadora: Considera o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Sim e já

Entrevistadora: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Sim estaria

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistada: Não

Entrevistadora: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Parece ser fácil. Não vejo nenhum problema

Entrevistadora: Acha que o Easy tea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Compraria?

Entrevistada: Sim se fosse barato.

Entrevistadora: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: Quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistado: Se for um produto de boa qualidade e durável, pagava 50 euros

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistado: De nada.

Entrevista 8

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Clara Silva, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Clara Silva estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Olá, o meu nome é (nome), tenho 44 anos e sou de Felgueiras.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, diariamente

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistado: Trabalho ou em quase, às vezes para ajudar na digestão ou quando me sinto doente ou constipada.

Entrevistadora: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistada: Aqueço a água na chaleira elétrica, depois coloco na caneca a saqueta do chá e uma colher de mel, quando a água estiver fervida deito na caneca.

Entrevistadora: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistada: 5 min

Entrevistadora: Considera o tempo e o trabalho dispendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Não se estiver com tempo. Sim se estiver apressada.

Entrevistadora: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Sim estaria, claro que sim

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistada: Não

Entrevistadora: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Parece ser fácil. O único entrave que vejo é a quantidade de água que aquece, não consigo perceber a quantidade de chá que consigo fazer com isso

Entrevistadora: Acha que o Easy tea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistada: Sim

Entrevistadora: Compraria?

Entrevistada: Sim se fosse barato

Entrevistadora: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistada: Sim

Entrevistadora: Quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistada: No máximo 20 euros

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistada: De nada.

Entrevista 9

Entrevistadora: Bom dia/Boa tarde, o meu nome é Clara Silva, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Clara Silva estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistado: Sou o (nome), tenho 44 anos, de Felgueiras e trabalho.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistado: Sim, todos os dias

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistada: No trabalho ou em casa

Entrevistadora: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistado: Normalmente bebo de limão, descasco o limão, fervo a casca com água num fervedor e depois deito na caneca.

Entrevistadora: E quando bebe chá de saqueta como costuma fazer?

Entrevistado: Meto a água a ferver na chaleira e deito na caneca com a saqueta.

Entrevistadora: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistado: +/- 5 minutos

Entrevistadora: Considera o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistado: No geral o tempo e o trabalho não me afetam muito, mas , depende, quando vou para o trabalho não tenho muito tempo de fazer o chá então por vezes deixo de fazer

Entrevistadora: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistado: Sim

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistado: Não

Entrevistadora: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistado: Parece ser fácil.

Entrevistadora: Acha que o Easy tea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistado: Não. Não considero a minha forma de fazer chá assim tão trabalhosa ao ponto de necessitar desse produto.

Entrevistadora: Compraria?

Entrevistado: Não

Entrevistadora: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistado: Não

Entrevistadora: Caso quisesse o produto, quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistado: Talvez 50 euros

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistado: De nada.

Entrevista 10

Entrevistadora: Boa noite, o meu nome é Bruna Santa Cruz, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Bruna Santa Cruz estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Olá, o meu nome é (nome), tenho 41 anos, sou de braga e sou cabeleireira.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, praticamente diariamente

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistada: Por norma, em casa e no trabalho

Entrevistadora: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistada: Por norma da parte da manhã aqueço a água no fogão e coloco a saqueta de chá .

Entrevistadora: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistada: 5 minutos

Entrevistadora: Considera o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Sim, por vezes por falta de tempo.

Entrevistadora: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistada: Não, não conheço nem utilizei.

Entrevistadora: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Não vejo nenhum entrave ao produto e parece uma boa alternativa.

Entrevistadora: Acha que o Easy tea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Compraria?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistado: Sim.

Entrevistadora: Quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistado: Pagaria no máximo 30 euros pela aquisição do produto.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistado: Nada a acrescentar, de nada.

Entrevista 11

Entrevistadora: Boa tarde, o meu nome é Bruna Santa Cruz, e antes de mais gostaria de agradecer a tua participação nesta entrevista.

É importante referir que não existem respostas certas ou erradas, apenas quero a tua verdadeira opinião. A entrevista está a ser gravada para tratamentos de dados e não perder informação, no entanto a tua identidade não será revelada. Espero que te sintas à vontade.

Como já tinha referido, o meu nome é Bruna Santa Cruz estou no 3º ano da Licenciatura de Marketing, na Universidade do Minho. Gostaria agora que te apresentasses brevemente, dizendo o nome, idade, de onde és, ano e curso (se for o caso).

Entrevistada: Olá, o meu nome é (nome), sou de braga e tenho 21 anos.

Entrevistadora: Tens por hábito beber chá? Se sim, com que frequência?

Entrevistada: Sim, com baixa frequência.

Entrevistadora: Consegues me dar uma estimativa mais concreta? Diariamente, semanalmente, mensalmente?

Entrevistada: Semanalmente.

Entrevistadora: Em que situações ou lugares costuma beber chá?

Entrevistada: Em casa.

Entrevistadora: Como costuma preparar o seu chá?

Entrevistada: Ponho a água a aquecer numa chaleira, depois coloco na caneca e junto a saqueta do respetivo chá.

Entrevistadora: Quanto tempo demora, em média, a fazer o seu chá?

Entrevistada: 5 minutos no máximo.

Entrevistadora: Considera o tempo e o trabalho despendidos entraves para fazer o chá? Já deixou de fazer o chá por alguma dessas razões?

Entrevistada: Apesar de não considerar que seja assim tanto tempo confesso que já o deixei de fazer por preguiça.

Entrevistadora: Estaria interessado num produto que lhe permitisse fazer o chá de uma forma mais rápida e prática?

Entrevistada: Sim.

Entrevistadora: O EasyTea é um dispositivo que irá facilitar a preparação do teu chá, que se encaixa na torneira, e que traz um compartimento onde se coloca o saquinho de chá ou em especiaria. Com ele traz uma pequena resistência que aquece a água em apenas 5/7 segundos, e o teu chá fica pronto. O produto tem um botão que ao clicar fecha a saída de água, de forma a não a deixar passar enquanto estiver a sair fria da torneira, assim não há desperdício.

Conhece ou já utilizou algum produto semelhante?

Entrevistada: Não tenho conhecimento de nenhum produto.

Entrevistadora: Pela breve explicação que lhe dei, considera um produto de fácil utilização? Vê algum entrave ou problema relacionado ao produto?

Entrevistada: Sim, pareceu-me algo bastante prático. Não se trata de um entrave, mas sim dúvida: se será realmente possível aquecer em apenas 7 segundos a água e o chá estar com o sabor pretendido uma vez que me parece algo ideal e muito prático.

Entrevistadora: Será possível através de uma resistência que integra o dispositivo. Acha que o Easytea representaria um benefício e uma mais-valia para o seu dia-a-dia?

Entrevistada: Sim, sem dúvida.

Entrevistadora: Compraria?

Entrevistada: Dependeria do preço.

Entrevistadora: Recomendaria a pessoas que bebem chá?

Entrevistado: Sem dúvida.

Entrevistadora: Quanto estaria disposto a pagar por este produto?

Entrevistado: Até a um máximo de 50 euros.

Entrevistadora: Encerro assim esta entrevista. Antes de mais gostaria de agradecer a presença e perguntar uma última vez se existe alguma informação que gostasses de acrescentar, que possa ser útil para o estudo. Muito obrigado/a!

Entrevistado: De nada.

10.0. Bibliografia

Global tea market revenue 2012-2025 | Statista. (2022). Retrieved 5 December 2021, from <https://www.statista.com/statistics/326384/global-tea-beverage-market-size/>

GrandViewResearch, h. (2022). Market Research Reports & Consulting | Grand View Research, Inc. Retrieved 14 November 2021, from <https://www.grandviewresearch.com/>

How do British tea drinking habits compare with other Europeans? | YouGov. (2022). Retrieved 15 October 2021, from <https://yougov.co.uk/topics/food/articles-reports/2020/11/24/how-do-british-tea-drinking-habits-compare>

Kitchen Technology Over The Years | Hippo. (2022). Retrieved 17 November 2021, from <https://www.hippo.com/blog/future-of-kitchen-technology>

Smart Home Appliances Market | 2021 - 26 | Industry Share, Size, Growth - Mordor Intelligence. (2022). Retrieved 8 November 2021, from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/smart-home-appliances-market>

Tea consumption per capita worldwide by country, 2016 | Statista. (2022). Retrieved 29 November 2021, from <https://www.statista.com/statistics/507950/global-per-capita-tea-consumption-by-country/>

Tea usage frequency in GB 2020 | Statista. (2022). Retrieved 2 January 2022, from <https://www.statista.com/statistics/302046/tea-usage-frequency-in-the-uk/>

US kitchen gadgets retail sales 2015-2024 | Statista. (2022). Retrieved 17 October 2021, from <https://www.statista.com/statistics/1222139/united-states-kitchen-gadgets-retail-sales/>