

APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DE ROZENFELD ET AL. (2006) PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM QUEIJO REINO¹

Luiz Alberto Bueno²
Érica Gonçalves Rezende³
Pedro Lúcio Bonifácio⁴
Julio Cesar Naves Fernandes⁵

RESUMO

Desenvolver um produto é realizar atividades considerando as necessidades do mercado que resultem em especificações do produto final, bem como de seu processo de produção (ROZENFELD, et al., 2006). Uma das metodologias disponíveis é a de Rozenfeld et al. (2006), utilizada neste trabalho para o desenvolvimento de um queijo. Como necessidade de mercado devemos considerar a relevância da marca do produto e as características que fazem a diferença para a compra do queijo reino pelo consumidor. O desenvolvimento do queijo reino foi proposto, utilizando a metodologia de Rozenfeld et al. (2006). Após a estruturação e definição do que seria desenvolvido, aplicou-se um questionário com cinco questões: se o tamanho do produto estava satisfatório, quanto o cliente pagaria pelo produto, quais características eram mais relevantes na hora da compra do queijo, o tempo de consumo e o quanto a marca do produto importa. Essas questões foram avaliadas pelo público durante o período de uma hora na Libertas Faculdades Integradas, considerando as questões éticas, para essa análise não houve amostras de queijo reino, apenas um protótipo físico feito de isopor e pintado na cor do produto real. O resultado da avaliação foi que o tamanho apresentado foi excelente para todos os respondentes, e era de aproximadamente 100 gramas. Metade dos respondentes pagaria entre R\$15 e R\$20 pelo produto, apenas 10% das pessoas pagariam entre R\$1 e R\$5. Sobre as características que os clientes consideram importantes para o queijo estão a maciez e textura do produto. O consumo por 40% das pessoas é feito em três dias. Já a marca é relevante para 90% dos respondentes. Portanto, conclui-se que o estudo apresentou uma pesquisa das necessidades do cliente considerando as etapas iniciais do desenvolvimento de produto propostas por Rozenfeld et al. (2006) e pode ser considerada como sugestão de desenvolvimento para futuros produtos.

Palavras-chave: desenvolvimento de produto; queijo reino; análise de mercado.

¹ Resumo submetido e apresentado no *1º Encontro de Apresentação de Resumos da Engenharia* da Libertas - Faculdades Integradas, 2024.

² Graduando em Engenharia de Produção – Faculdades Integradas – E-mail: 005122@libertas.edu.br

³ Professor-orientador. Mestre em Engenharia de Produção. Docente na Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: ericagoncalves@libertas.edu.br.

⁴ Professor-orientador. Doutor em Físico-Química de Materiais. Docente na Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: pedrobonifacio@libertas.edu.br.

⁵ Professor-orientador. Mestre em Ciências e Matemática da Computação. Docente na Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: exatas@libertas.edu.br.