

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA IRMÃ AGOSTINA**  
**CLASSE DESCENTRALIZADA CEU VILA RUBI**  
**CURSO TÉCNICO EM MARKETING**

**PROJETO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**  
**JINGLE**

São Paulo - SP  
2024

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA IRMÃ AGOSTINA**  
**CLASSE DESCENTRALIZADA CEU VILA RUBI**  
**CURSO TÉCNICO EM MARKETING**

**PROJETO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**  
**JINGLE**

Alessandra de Souza Rodrigues  
Davi dos Santos Alves  
Hellen Eduarda Silva de Oliveira  
Kauany Rosa de Lira  
Michelly Talita da Costa Oliveira  
Rodrigo de Souza Santos  
Yasmim Rodrigues Oliveira

Professora Orientador:  
Paulo Henrique

São Paulo - SP  
2024

## **DEDICATÓRIA**

Este trabalho é dedicado a todos vocês, membros desta incrível equipe, e ao professor Paulo Henrique, pelo constante apoio, inspiração e comprometimento. Juntos, alcançamos este marco significativo. Muito obrigada por fazerem parte desta conquista.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos imensamente ao apoio de toda a equipe que tornou possível a realização deste trabalho. Foi uma jornada desafiadora, repleta de aprendizados. Sem o apoio e a colaboração dessa equipe, este trabalho não teria sido concretizado. Queremos expressar nossa gratidão a cada membro: Alessandra, Davi, Hugo, Kauany, Michelly, Rodrigo, Hellen e Yasmim; cada um contribuiu de maneira única, utilizando seus talentos e habilidades para o êxito do projeto Jingle.

Não podemos deixar de mencionar e expressar nossa profunda gratidão ao Professor Paulo Henrique, cuja orientação foi fundamental em todas as etapas deste percurso. Sua paciência, dedicação e excelência no desempenho de suas atribuições foram fundamentais para o sucesso deste trabalho.

# EPÍGRAFE

O sucesso é a soma de pequenos esforços repetidos dia após dia."  
- **José de Alencar**

## RESUMO

A pesquisa tem como foco a análise da estratégia de posicionamento da empresa de chocolates JINGLE, que busca oferecer uma experiência única ao celebrar a cultura brasileira, elegância e sustentabilidade por meio de seu mix de produtos. O estudo explora o compromisso da empresa em estabelecer conexões entre pessoas, cultura e o meio ambiente.

Além disso, o trabalho aborda os objetivos de expansão da JINGLE no mercado nacional e internacional, com a meta de se tornar uma referência em chocolates que combinam sabor e a originalidade especial da empresa. Destaca-se o foco da empresa em se tornar a escolha preferida dos consumidores que valorizam chocolates Premium e desejam participar de um movimento de preservação da natureza.

Contudo, a JINGLE também valoriza o comprometimento da empresa em estar presente em momentos especiais dos clientes, demonstrando flexibilidade em sua abordagem. A pesquisa enfatiza a dedicação da JINGLE na criação de produtos de alta qualidade, capazes de despertar sensações de nostalgia, familiaridade e prazer a cada mordida, fortalecendo assim a ligação emocional com o consumidor.

*Palavras-chave: estratégia de posicionamento, cultura brasileira, sustentabilidade, experiência do consumidor.*

## **ABSTRACT**

The research focuses on analyzing the positioning strategy of the chocolate company JINGLE, which seeks to offer a unique experience by celebrating Brazilian culture, elegance and sustainability through its product mix. The study explores the company's commitment to establishing connections between people, culture and the environment.

Furthermore, the work addresses JINGLE's expansion objectives in the national and international market, with the goal of becoming a reference in chocolates that combine flavor and the company's special originality. The company's focus on becoming the preferred choice of consumers who value premium chocolates and wish to participate in a nature preservation movement stands out.

However, JINGLE also values the company's commitment to being present in customers' special moments, demonstrating flexibility in its approach. The research emphasizes JINGLE's dedication to creating high-quality products, capable of awakening feelings of nostalgia, familiarity and pleasure with each bite, thus strengthening the emotional connection with the consumer.

*Keywords: positioning strategy, Brazilian culture, sustainability, consumer experience.*

## Sumário

1. Introdução .....	9
2. Problematização .....	9
3. Descrição da empresa .....	10
4. Justificativa.....	10
5. Objetivos e Metas .....	11
6. Missão, Visão e Valores .....	12
7. Análise FOFA.....	13
8. Macroambiente .....	15
8.1. Ambiente Demográfico .....	15
8.2. Ambiente Econômico .....	16
8.3. Ambiente Natural .....	17
8.4. Ambiente Tecnológico .....	18
8.5. Ambiente Político-Legal .....	19
8.6. Ambiente Cultural.....	20
9. Microambiente.....	21
9.1. Fornecedores .....	21
9.2. Concorrentes.....	23
9.3. Prestadores de Serviço.....	25
9.4. Intermediários .....	27
10. Segmentação de Mercado.....	28
10.1. Demográfica.....	28
10.2. Geográfica.....	30
10.3. Psicográfica.....	30
10.4. Comportamental.....	31
11. Imagem da empresa .....	32
12. Canais de Distribuição .....	33
13. Roteiro para Vídeo Institucional da Jingle: .....	42
14. Plano de Mídia – Jingle.....	45
15. Conclusão .....	65
Bibliografia.....	66
Anexos.....	70
Anexo 2: Feira de marketing.....	77
Anexo 3:.....	81



## **1. Introdução**

A Jingle destaca-se no mercado de chocolates não apenas pela excelência de seus produtos, mas também por suas estratégias inovadoras de mercado e marketing visual, alinhadas com um compromisso sólido com a sustentabilidade. Este estudo propõe uma análise aprofundada das estratégias de mercado e marketing visual sustentáveis da Jingle, buscando compreender como a empresa integra de forma inovadora a sustentabilidade em sua identidade visual, mensagens de marketing e posicionamento estratégico no competitivo mercado de chocolates. O público que consome os chocolates que a Jingle oferece não compra apenas pelo sabor, mas sim pelos valores éticos que possuem em comum com a empresa. A preservação da cultura brasileira é imposta nos sabores de seus chocolates, explorando de maneira consciente o que a vasta culinária e ingredientes locais têm para oferecer. A Jingle tem a iniciativa de replantio de áreas danificadas por diversos fatores, como desmatamento, queimadas etc, na Amazônia e promover a sustentabilidade, conscientizando-se sobre os problemas em que o meio ambiente passa com a extração indevida de suas matérias-primas. Além disso, a sustentabilidade está presente na identidade da Jingle, que possui a cor verde clara como representação da sustentabilidade e sua responsabilidade de replantar o cacau.

## **2. Problematização**

No contexto empresarial, a problematização é essencial para identificar desafios e oportunidades que uma empresa pode enfrentar. No caso da Jingle, marca especializada em chocolates, o cenário apresenta a necessidade de abordar questões ambientais e culturais. O principal problema que a Jingle se propõe a solucionar está relacionado à variedade de funções em um único chocolate. Diante de um mercado de chocolates extremamente vasto, a Jingle chega com seus chocolates que possuem a tecnologia de se adaptar a qualquer ocasião. Através de seu processo de produção, seus produtos atuam com mais de uma utilidade, variando seu procedimento, o chocolate Jingle pode ser utilizado em uma receita profissional de confeitaria como ser ingerido na sua forma natural, que é a barra de chocolate. Além disso, a Jingle reconhece a importância de valorizar a cultura brasileira. Em um mundo cada vez mais globalizado, a preservação das tradições e

a celebração da diversidade cultural tornam-se fundamentais. A empresa destaca-se ao incorporar ingredientes locais, como frutas típicas brasileiras, em seus chocolates, promovendo a identidade nacional. Portanto, a Jingle não apenas oferece produtos deliciosos, mas também se posiciona como uma solução para as preocupações ambientais e a busca por autenticidade cultural. Sua abordagem inovadora, combinada com um compromisso sustentável, torna-a uma resposta positiva aos desafios contemporâneos, proporcionando não apenas chocolates de alta qualidade, mas também uma experiência alinhada aos valores emergentes da sociedade.

### **3. Descrição da empresa**

A Jingle é uma renomada indústria de chocolates, queridinha nas redes sociais, que vai além de simplesmente produzir doces. Ela se destaca como uma comunidade de apreciadores de sabores sofisticados e amantes do chocolate. Sua clientela diversificada inclui apreciadores de chocolate gourmet, presenteadores conscientes, amantes de chocolate artesanal, clientes em busca de qualidade premium, e até mesmo famílias e amigos compartilhando momentos especiais.

A marca é cuidadosamente desenvolvida para encantar aqueles que enxergam o chocolate como uma experiência única e memorável, não apenas como um doce. A Jingle tem o compromisso de proporcionar momentos especiais, celebrar a cultura brasileira e inspirar um estilo de vida consciente e sustentável. Além disso, destaca-se pela excelência na qualidade e pelo compromisso com a preservação ambiental. A empresa não só cria chocolates de alta qualidade, mas também contribui para a preservação do meio ambiente, combatendo o desmatamento na Amazônia através do replantio de cacau. Com a visão de ser a principal marca de chocolates gourmet do Brasil, a Jingle busca expandir sua influência no mercado nacional e internacional. Guiada por valores como qualidade, sustentabilidade, cultura brasileira, conexão, inovação, compromisso social, prazer e conforto, a Jingle procura conectar pessoas por meio de seus chocolates, criando momentos especiais e despertando memórias afetivas. Seu compromisso social se reflete no envolvimento com a comunidade e no apoio a projetos comunitários, contribuindo para o desenvolvimento cultural e social das regiões em que atua.

Em resumo, a Jingle não é apenas uma marca de chocolates, mas uma experiência que une o prazer sensorial à consciência sustentável, celebrando a diversidade de seu público e a riqueza da cultura brasileira em cada pedaço de chocolate gourmet com suas variedades de chocolate que possuem uma pluralidade de funções na sua composição.

### **4. Justificativa**

A importância deste estudo se fundamenta na crescente demanda dos consumidores por produtos sustentáveis e na crescente ênfase que a sociedade atribui às práticas responsáveis das empresas, especialmente no contexto do marketing visual. Ao analisar como a Jingle integra a sustentabilidade em suas estratégias de mercado e marketing, este estudo não apenas oferece uma

compreensão aprofundada da empresa em si, mas também fornece insights valiosos para outras organizações do setor alimentício que buscam seguir um caminho semelhante.

Esta investigação, além de oferecer orientação para outras empresas alimentícias interessadas em alinhar suas estratégias comerciais com os valores dos consumidores, também ressalta a importância de um posicionamento claro e consistente no mercado para promover práticas sustentáveis.

Ademais, ao examinar a dinâmica competitiva e as estratégias eficazes empregadas pela Jingle para prosperar em um mercado tão disputado como o de chocolates, este estudo fornece uma perspectiva valiosa e prática para acadêmicos, profissionais de marketing e gestores. Isso promove uma compreensão mais profunda das práticas inovadoras capazes de impulsionar o sucesso comercial, oferecendo um alicerce prático e inspirador para aprimorar estratégias e alcançar resultados competitivos no mercado atual.

## 5. Objetivos e Metas

### **METAS:**

1. Experiência Imersiva e Nostalgia: Criar uma experiência que faça os consumidores se sentirem imersos em momentos especiais da cultura brasileira, aumentando em 25% a conexão emocional e a sensação de nostalgia dos momentos tradicionais vividos na infância brasileira, como os brigadeiros de festa (que é possível fazer através da barra de chocolate Jingle.), até o final do próximo ano.
2. Melhorar a qualidade dos produtos: Aprimorar a qualidade dos produtos, especialmente dos chocolates, visando um aumento de 20% na satisfação dos clientes com a qualidade nos próximos 6 meses.
3. Aumentar a conscientização da marca: Aumentar o reconhecimento da marca Jingle em mercados digitais, internacionais e novas regiões em 30% nos próximos 2 anos.
4. Reduzir o impacto ambiental: Comprometer-se a tornar as operações mais sustentáveis, visando uma redução de 15% no desmatamento e resíduos em toda a cadeia de produção de chocolates.
5. Gerações Futuras: Garantir que a marca Jingle continue a celebrar a cultura brasileira para as próximas gerações, com um crescimento estratégico de 10% na participação de mercado.

### **OBJETIVOS:**

1. Lançar novos produtos épicos, para ocasiões especiais: Introduzir chocolates que capturem a essência da cultura brasileira em nosso catálogo, em formato de edições limitadas para atrair e reter clientes ao longo do ano, dentro de datas comemorativas, onde os produtos não serão direcionados apenas para consumo, como também, para ocasiões importantes.
2. Estabelecer parcerias estratégicas: Colaborar com distribuidores, fornecedores de cacau, embalagens e profissionais capacitados para

- garantir um suprimento consistente, eficiente e principalmente, de qualidade.
3. Expandir a presença online: Melhorar a presença da Jingle em canais online, incluindo vendas diretas ao consumidor e parcerias com varejistas online. No âmbito de promoções de venda, consideramos importante colaborar com artistas e influenciadores brasileiros para criar campanhas e conteúdo que promovam a cultura e tradições locais.
  4. Investir em Pesquisa e Desenvolvimento: Utilizar recursos retirados de pesquisa a fim de inovar e criar produtos de chocolate únicos e atraentes, que sejam o perfil do nosso público-alvo e consumidores já fidelizados.
  5. Personalização de Produtos: Oferecer opções de personalização e embalagens temáticas para clientes que desejam chocolates para ocasiões especiais, para que assim a Jingle esteja presente em todos os momentos na vida do cliente, seja lá qual for, estaremos dentre as opções de presente e consumo próprio.

## **6. Missão, Visão e Valores**

### **Missão:**

A Jingle tem como missão oferecer chocolates gourmet que celebram a cultura brasileira, promovendo a sustentabilidade e criando conexões significativas entre as pessoas.

### **Visão:**

A Jingle aspira ser a principal marca nacional e internacional de chocolates gourmet, reconhecida pela qualidade excepcional e ser a referência em chocolates que combinam sabor, cultura e sustentabilidade.

### **Valores:**

A Jingle se identifica com os seguintes valores:

1. **Qualidade:** A marca preza pela excelência na qualidade de seus produtos, selecionando cuidadosamente ingredientes e técnicas artesanais para garantir uma experiência de sabor superior.
2. **Sustentabilidade:** A Jingle é comprometida com a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. Ela acredita na responsabilidade de proteger o meio ambiente e contribuir para a restauração da Amazônia.
3. **Cultura Brasileira:** A marca celebra a riqueza da cultura brasileira em suas criações, incorporando ingredientes locais e elementos culturais em seus produtos e estratégias de marketing.
4. **Conexão:** A Jingle busca conectar pessoas por meio de seus chocolates, criando momentos especiais e despertando memórias afetivas.
5. **Inovação:** A marca está sempre em busca de inovação, explorando novas técnicas e sabores para surpreender e encantar seus clientes.
6. **Prazer e Conforto:** A Jingle entende a importância de proporcionar prazer e conforto aos seus clientes por meio de seus produtos, criando uma sensação de satisfação e bem-estar.

## 7. Análise FOFA

A análise SWOT é uma ferramenta de gestão que auxilia na avaliação estratégica de uma empresa, projeto ou ideia. O termo SWOT é um acrônimo em inglês que significa:

- **Forças (Strengths):** São os pontos fortes internos da organização, como habilidades distintivas, recursos valiosos, vantagens competitivas e expertise.

- **Fraquezas (Weaknesses):** Refere-se aos pontos fracos internos da empresa, como deficiências, áreas que precisam de melhoria, recursos limitados e lacunas na equipe.

- **Oportunidades (Opportunities):** São fatores externos positivos que podem beneficiar a empresa, como tendências de mercado favoráveis, novas tecnologias, mudanças regulatórias ou lacunas na concorrência.

- **Ameaças (Threats):** Representam fatores externos que podem afetar negativamente a empresa, como concorrência intensa, mudanças na economia, instabilidade política, entre outros.

A análise SWOT ajuda a identificar e compreender os pontos críticos do ambiente interno e externo de uma organização, permitindo tomar decisões mais informadas sobre estratégias futuras. Com base nessa análise, as empresas podem aproveitar suas forças, mitigar fraquezas, explorar oportunidades e se preparar contra ameaças, buscando vantagens competitivas e um posicionamento mais sólido no mercado.

<b><u>FORÇAS</u></b> (INTERNO)	<b><u>OPORTUNIDADES</u></b> (EXTERNO)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Produção de Chocolates: A Jingle se destaca por fabricar seus próprios chocolates, a partir do cacau, transformando-o em diversas opções como barras, pó e grãos.</li><li>• Equipe Competente e Dedicada: A empresa conta com uma equipe excelente, especializada em plantar e extrair o cacau da terra,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Criação de novos produtos: A Jingle é uma empresa que trabalha com a satisfação de seus clientes baseando-se nesse apontamento a possibilidade de um lançamento de novas linhas de seus produtos são essenciais para sanar o desejo de seu público e continuar crescendo como marca. Isso acontece a partir de uma barra Jingle que viabiliza um vasto modo de produção de alimentos voltada a seu chocolate.</li></ul>

<p>garantindo que chegue fresco até a fábrica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preços Acessíveis e Alta Qualidade: Outro ponto forte da Jingle são os preços acessíveis, sem comprometer a qualidade dos produtos oferecidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novos sabores: Através de seu sabor único, a Jingle contempla a criação de seus produtos com novos sabores que implementam ainda mais a seu vasto sabor com inúmeras opções de receitas. Além de atingir a preferência do seu público-alvo, assim agradando o paladar de diversos consumidores</li> <li>• Expandir para o exterior: A Jingle é uma empresa versátil que consegue atender os seus consumidores de diferentes localizações e com suas preferências. Embasa-se que, um crescimento para o exterior é possível devido ao contentamento do seu público. Visando agradar e possibilitar que os consumidores tenham o sabor Jingle de diferentes formas independente de seu país e a preferência da sua percepção de sabor.</li> </ul>
<p><b><u>FRAQUEZAS</u></b> (INTERNO)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixa diversificação de fornecedores: A dependência excessiva de fornecedores específicos de ingredientes essenciais, como o cacau de alta qualidade, pode causar desafios significativos, incluindo garantia de fornecimento, consistência de qualidade e custos de produção. Isso pode afetar negativamente a capacidade da empresa de atender à demanda do mercado e manter sua competitividade.</li> </ul>	<p><b><u>AMEAÇAS</u></b> (EXTERNO)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência intensa de grandes players: A concorrência no mercado de chocolates tem se intensificado, o que representa um desafio significativo para a empresa Jingle.</li> <li>• Flutuações nos Preços das Matérias-Primas: Se os preços dos ingredientes obrigatórios para a produção de chocolates aumentarem gradativamente, isso</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependência de Máquinas na Produção: A Jingle depende de máquinas para o processo produtivo, o que pode ser considerado uma vulnerabilidade. Qualquer problema com alguma dessas máquinas poderia representar um grande desafio e potencialmente causar transtornos.</li> <li>• Desafio com Custos de Produção Elevados: Se os custos de produção se tornarem elevados, a Jingle poderá enfrentar dificuldades em manter seus preços acessíveis sem comprometer a qualidade dos produtos. Essa é uma área que requer atenção para garantir a sustentabilidade financeira da empresa.</li> </ul>	<p>pode afetar a rentabilidade da Jingle.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulações e Normas Alimentares: Mudanças nas regulamentações governamentais sobre a produção e rotulagem de alimentos podem exigir ajustes nas operações de fábrica.</li> <li>• A Escassez do Cacau: A falta de cacau no futuro tendo em vista o crescimento do aquecimento global.</li> </ul>
--	--

Tabela 1- 1 Análise FOFA

## 8. Macroambiente

O macroambiente engloba fatores externos e amplos que impactam uma empresa, tais como condições econômicas, mudanças sociais, avanços tecnológicos, aspectos legais e políticos, e preocupações ambientais. Esses elementos, apesar de estarem além do controle direto da empresa, têm influência significativa sobre seu ambiente de negócios e estratégias. É crucial monitorar e compreender o macroambiente para se adaptar a mudanças, identificar oportunidades e mitigar possíveis ameaças.

### 8.1. Ambiente Demográfico

Estudar a população humana em termos de localização, renda, idade, sexo, ocupação e outros dados estatísticos se referem ao estudo é a análise comportamental do público-alvo. Pessoas constituem o mercado, e para construir uma forte conexão como público específico é necessário mapear o hábito coletivo de como essas pessoas vivem.

“As Organizações trabalham sistematicamente para construir uma imagem sólida e positiva na mente de seu público.” (KOTLER, 2000, p.27)

Estima-se que entre os anos de 2011 a 2021, segundo pesquisas do Instituto brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população brasileira foi estimada em 213.317.639 habitantes nos 5.570 municípios, sendo 48,2% composta por homens e 51,8% por mulheres.

Estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) indicam que a classe C é a maior parcela da população brasileira, representando cerca de 54% da população.

Retratos da Sociedade Brasileira: Educação, Saúde e Previdência", publicado pelo IBGE, fornece insights sobre a distribuição demográfica e socioeconômica da população brasileira.

O relatório "Classes Médias e Novas Classes Médias no Brasil", do IPEA, oferece uma análise detalhada da ascensão da classe C no país e suas implicações econômicas.

Essa análise demográfica permite à Jingle entender melhor seu público-alvo e as tendências de mercado relevantes para sua estratégia de negócios, ajudando-a a adaptar seus produtos e estratégias de marketing de acordo com as necessidades e preferências dos consumidores.

#### **Oportunidades:**

- Segmentação de mercado para atender necessidades específicas.
- Personalização de produtos com base nas preferências demográficas.
- Possibilidade de expansão em áreas demográficas em crescimento.

#### **Ameaças:**

- Mudanças na demanda devido a alterações demográficas.
- Maior competição em mercados demográficos específicos.
- Risco de estagnação se a empresa não se adaptar às mudanças demográficas.

## **8.2. Ambiente Econômico**

No ano de 2020, o cenário econômico global enfrentou desafios significativos, refletindo-se também na economia brasileira, que registrou uma queda de 4,1% em relação ao ano anterior. Essa queda representou uma reversão das expectativas do mercado ao longo do período. A pandemia teve um impacto severo no primeiro semestre, resultando em uma forte contração econômica. No entanto, houve uma recuperação gradual no segundo semestre, com o ritmo da atividade econômica se restabelecendo. Apesar das incertezas, o setor que mais se destacou durante esse período foi o comercial e de serviços. As mudanças nos padrões de consumo dos brasileiros foram evidentes, influenciadas pelas necessidades financeiras e pela busca por fontes adicionais de renda. Isso se refletiu no aumento do consumo de



muitas famílias, que cresceu 5,5% em comparação com o ano anterior, em contraste com o aumento de apenas 2,2% registrado em 2019.

A inflação é um fator crucial a ser considerado, pois pode impactar os custos de produção e os preços dos produtos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a inflação medida pelo IPCA foi de 4,62% no último ano.

A taxa de desemprego influencia diretamente o poder de compra dos consumidores. Dados do IBGE indicam que a taxa de desemprego no Brasil está em torno de 7,4%.

A renda disponível dos consumidores é um fator chave para a demanda por produtos como chocolates. Estudos do IBGE mostram que a renda média da população brasileira é de R\$ 2,9mil por mês.

As decisões de política monetária do Banco Central, como a taxa básica de juros (SELIC), podem afetar os custos de financiamento e investimento da Jingle. Atualmente, a SELIC está em 10,75%.

Relatórios econômicos do Banco Central do Brasil oferecem insights sobre o desempenho econômico do país.

Pesquisas realizadas por instituições como o IBGE e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) fornecem dados detalhados sobre indicadores econômicos específicos.

Essa análise do ambiente econômico fornece à Jingle uma compreensão mais profunda dos fatores macroeconômicos que podem afetar seu negócio, permitindo que a empresa adapte suas estratégias para maximizar oportunidades e minimizar riscos.

**Oportunidades:**

- Mercado estável pode aumentar a confiança dos consumidores.
- Flutuações econômicas podem abrir caminho para inovações financeiras.
- Mudanças nas taxas de câmbio podem facilitar oportunidades de exportação e importação.

**Ameaças:**

- Diminuição do poder de compra dos consumidores devido a instabilidades econômicas.
- Ambientes econômicos voláteis podem gerar incertezas nos negócios.
- Aumento dos custos de produção devido à inflação.

### **8.3. Ambiente Natural**

As principais matérias-primas para a produção de chocolate incluem cacau, açúcar e leite. É essencial monitorar a disponibilidade e a qualidade desses recursos naturais, especialmente o cacau, que é cultivado principalmente em regiões tropicais.

State of Sustainability Initiatives Review: Standards and the Green Economy", publicado pela International Institute for Sustainable Development, oferece insights sobre padrões de sustentabilidade na indústria do cacau.

Relatórios de sustentabilidade corporativa de empresas líderes na indústria de chocolate, como Mars, Nestlé e Mondelez, podem fornecer exemplos de melhores práticas e tendências emergentes.

Ao considerar o ambiente natural, a Jingle pode desenvolver estratégias que promovam a sustentabilidade, reduzam o impacto ambiental e garantam o abastecimento seguro e estável de matérias-primas para seus produtos de chocolate.

**Oportunidades:**

- Uso sustentável de recursos para promover uma imagem positiva da empresa.
- Inovação ambiental pode abrir mercados voltados para a sustentabilidade.
- Parcerias com fornecedores sustentáveis garantem o fornecimento contínuo de recursos naturais.

**Ameaças:**

- Escassez de recursos naturais essenciais para a produção.
- Regulamentações ambientais mais rígidas podem aumentar custos e impor limitações.
- Práticas inadequadas podem afetar negativamente a reputação da empresa e sua relação com os consumidores.

## 8.4. Ambiente Tecnológico

A inovação tecnológica desempenha um papel cada vez mais importante na indústria de alimentos. A Jingle deve manter-se atualizada com as últimas tecnologias relacionadas à produção de chocolates e distribuição de produtos para se manter competitiva no mercado.

**Oportunidades:**

- Melhoria na eficiência de produção através da adoção de novas tecnologias.
- Inovação de produtos para atrair novos consumidores.
- Ampliação do alcance de mercado por meio de tecnologias de distribuição avançadas.

**Ameaças:**

- Altos custos de implementação de novas tecnologias.
- Rápida obsolescência tecnológica, requerendo atualizações constantes.
- Dependência excessiva de tecnologia, aumentando a vulnerabilidade a falhas e ataques cibernéticos.

## 8.5. Ambiente Político-Legal

A avaliação do ambiente político-legal é de extrema importância para as empresas que buscam estabelecer sua posição no mercado. Ao analisar o macroambiente econômico, as empresas têm uma excelente oportunidade de se destacar entre os concorrentes, especialmente no que diz respeito à oferta de produtos e à satisfação do consumidor final. O consumidor, de forma semiótica, interpreta o posicionamento e a imagem da empresa no mercado em relação aos seus concorrentes potenciais. Para garantir vendas confiáveis e entregas adequadas durante a comercialização de produtos, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) desempenha um papel fundamental ao estabelecer leis federais que protegem os cidadãos contra práticas publicitárias enganosas e abusivas.

A indústria alimentícia, incluindo a produção de chocolate, está sujeita a regulamentações específicas relacionadas à segurança alimentar, rotulagem de produtos, controle de qualidade e normas de higiene. No Brasil, órgãos como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) são responsáveis por estabelecer e fiscalizar essas regulamentações.

A legislação relacionada ao setor de chocolate abrange diversas áreas, como direitos do consumidor, tributação sobre produtos alimentícios, normas de comércio exterior e regulamentação de embalagens. A empresa Jingle deve estar ciente das leis pertinentes a essas áreas para garantir conformidade e evitar problemas legais.

Exemplos de mudanças recentes na legislação que podem impactar a indústria de chocolate incluem atualizações nas normas de rotulagem nutricional, restrições ao uso de aditivos alimentares, alterações nas taxas de impostos sobre produtos alimentícios e regulamentações específicas para a produção de chocolate artesanal ou orgânico.

A conformidade com as regulamentações e políticas governamentais é essencial para o sucesso e a sustentabilidade do negócio da Jingle.

Mudanças na legislação podem impactar os custos de produção, os padrões de qualidade dos produtos e as estratégias de marketing da empresa.

A adoção de práticas sustentáveis e o cumprimento de normas de segurança alimentar podem conferir à Jingle uma vantagem competitiva no mercado.

### **Oportunidades:**

- Incentivos fiscais podem reduzir os custos operacionais.
- Regulamentações ambientais podem abrir espaço para inovação e diferenciação.
- Estabilidade regulatória facilita o planejamento estratégico.

### **Ameaças:**

- Aumentos de impostos podem impactar a lucratividade.

-Mudanças frequentes nas regulamentações exigem adaptações rápidas e onerosas.

-Regulamentações complexas aumentam os custos de conformidade e dificultam a entrada em novos mercados.

## **8.6. Ambiente Cultural**

Uma análise do ambiente cultural para a empresa Jingle, considerando seu valor pela cultura brasileira, é importante examinar como os aspectos culturais influenciam seus produtos, estratégias de marketing e relacionamento com os clientes. A cultura brasileira é rica e diversificada, abrangendo aspectos como culinária, música, dança, festividades, artes visuais, folclore e tradições regionais e a Jingle sempre valorizando isso, busca desenvolver estratégias de marketing ligadas a esses fatores, fidelizando ainda mais seu público-alvo.

A Jingle valoriza a cultura brasileira em seus produtos, utilizando ingredientes típicos do país, como frutas tropicais, castanhas, rapadura, entre outros. Além disso, embalagens e designs podem ser inspirados em temas culturais brasileiros, como o Carnaval, as praias e a fauna e flora da Amazônia.

A valorização da cultura brasileira pela Jingle pode fortalecer sua identidade de marca e diferenciá-la da concorrência, especialmente em um mercado cada vez mais globalizado.

Estratégias de marketing culturalmente sensíveis podem atrair consumidores que valorizam a autenticidade e a conexão com a cultura local, contribuindo para o crescimento e sucesso da empresa.

### **Oportunidades:**

-Alinhamento dos produtos com a cultura brasileira para aumentar a aceitação.

-Incorporação de elementos culturais na estratégia de marketing para atrair consumidores.

-Adaptação dos produtos às preferências culturais específicas para aumentar a atratividade no mercado.

### **Ameaças:**

-Produtos desalinhados com a cultura local podem ser menos aceitos pelos consumidores.

-Incorporação inadequada de elementos culturais pode gerar críticas e danos à reputação da empresa.

-Diversidade cultural pode representar um desafio ao atender às preferências de diferentes grupos.

## 9. Microambiente

O microambiente representa as influências próximas e controláveis que afetam uma empresa, incluindo clientes, concorrentes, fornecedores, intermediários e diversos públicos. Esses elementos têm impacto direto sobre a empresa e estão sob sua esfera de influência, sendo essenciais para as operações, estratégias e relacionamentos comerciais. Gerenciar o microambiente adequadamente é fundamental para o sucesso e a competitividade de uma organização no mercado.

### 9.1. Fornecedores

#### FORNECEDOR DE EMBALAGENS

- Quem é a empresa fornecedora?



- O que ela faz?

A Sealed Air oferece uma ampla variedade de soluções de embalagens que combinam materiais plásticos recicláveis e provenientes de reciclagem. Além disso, a empresa se destaca por sua notável atenção à sustentabilidade e por suas inovações em embalagens. Isso inclui o desenvolvimento de embalagens plásticas que incorporam materiais reciclados e são projetadas com a finalidade de minimizar o desperdício.

- Por que optar por ela em vez de outras?

A escolha da Sealed Air como fornecedora de embalagens é fundamentada em seu sólido compromisso com a sustentabilidade e a redução do impacto ambiental. Ao empregar materiais recicláveis e reciclados em suas embalagens, a Sealed Air alinha-se perfeitamente com os valores ambientais da Jingle, uma indústria dedicada à produção sustentável de chocolates. Essa decisão permite oferecer produtos embalados de forma responsável e em conformidade com os nossos princípios de preservação ambiental.

## FORNECEDOR DE INTERNET

- Quem é a empresa fornecedora?



- O que ela oferece?

A Vivo Empresas oferece uma gama abrangente de serviços essenciais para empresas, incluindo: internet empresarial, telefonia fixa e móvel, com opções personalizadas e soluções de gestão de dispositivos móveis para atender às necessidades específicas de cada cliente corporativo.

- Por que optar por ela em vez de outras?

A escolha da Vivo como fornecedora de serviços de internet para a indústria de chocolates sustentáveis Jingle é baseada em sua sólida reputação e vasta experiência em telecomunicações no Brasil, garantindo uma conectividade confiável. Além disso, a variedade de serviços oferecidos pela Vivo, incluindo internet empresarial, telefonia fixa e móvel, permite à Jingle atender a diversas necessidades de comunicação e conectividade. Essa conectividade eficiente desempenha um papel crucial na gestão de processos de produção sustentável, controle de qualidade e logística responsável, contribuindo significativamente para o sucesso da indústria de chocolates sustentáveis.

## FORNECEDOR DE MAQUINÁRIO

- Quem é a empresa fornecedora?



- O que ela oferece?

A Startec se destaca como um dos principais fabricantes de máquinas para a indústria de chocolate, oferecendo um extenso portfólio de equipamentos.

Ela está disponível para colaborar na criação de projetos especiais de equipamentos, customizados para atender às necessidades e metas de empreendimento diversos.

- Por que optar por ela em vez de outras?

A Startec foi escolhida devido à sua expertise destacada como fabricante de máquinas para a indústria de chocolate, assim como pela oferta de uma ampla gama de equipamentos. Além disso, a flexibilidade da empresa em desenvolver projetos especiais foi um fator decisivo para a sua escolha.

## 9.2. Concorrentes

Quem é a empresa?



- O que ela oferece?

A Cacau Show atua no mesmo segmento que a empresa Jingle, oferecendo

chocolates para consumo imediato.

A diferença fundamental é que eles se concentram em chocolates “imediatistas”, enquanto a empresa Jingle se destaca pela produção de chocolates artesanais para diversas aplicações.

- Por que ela é um potencial concorrente?

A Cacau Show é uma concorrente de peso, com uma longa trajetória no mercado e grande prestígio. Ela é líder no mercado de chocolates devido à sua ampla variedade de produtos de alta qualidade, inovação constante, extensa rede de lojas, modelo de franquia eficaz, estratégias de marketing, preços competitivos, compromisso com a sustentabilidade e reconhecimento de marca, tornando-a uma força influente no setor.

## **CONCORRENTE NÚMERO 2**

- Quem é a empresa?



- O que ela oferece?

A Dengo se destaca por sua abordagem de produção sustentável e responsável. Ela cultiva o próprio cacau em fazendas próprias na Bahia, garantindo o controle de qualidade desde o plantio até a fabricação dos chocolates. A empresa também é conhecida por seu compromisso com o comércio justo e práticas de cultivo orgânico.

- Por que ela é um potencial concorrente?

A empresa Dengo foi destacada como potencial concorrente devido ao seu compromisso com a qualidade, sustentabilidade e responsabilidade social.

Esses valores se alinham com a estratégia da marca, que busca oferecer produtos de alta qualidade com uma pegada sustentável.



### CONCORRENTE NÚMERO 3

- Quem é a empresa?



- O que ela oferece?

Ela fornece uma variedade de produtos de cacau, incluindo chocolate em barra e ingredientes de cacau para a indústria de chocolates gourmet.

- Por que ela é um potencial concorrente?

A Lacta é escolhida como fornecedora de cacau devido à sua longa história de excelência na produção de chocolates. Sua marca é sinônimo de qualidade e sabor no mercado brasileiro. Além disso, a empresa possui uma infraestrutura sólida que garante um suprimento consistente de ingredientes de cacau para a indústria.

### 9.3. Prestadores de Serviço

#### PRESTADORA DE SERVIÇOS DE TERCEIRIZAÇÃO (LIMPEZA)

- Qual a empresa?



- Quais seus serviços?

O Grupo Side oferece uma infinidade de serviços personalizados e profissionais voltados para limpeza e preservação do ambiente, atendendo todas as necessidades da empresa.

- Por que ela foi escolhida?

O Grupo Side foi escolhido com base em sua versatilidade, que abrange desde serviços de limpeza básica e desinfecção de ambientes até atividades como copa e jardinagem. Além disso, o Grupo Side se destaca por oferecer uma variedade de serviços adicionais, que vão além da limpeza, como portaria, recepção e mensageria interna. Essa amplitude de serviços proporciona segurança e suporte em emergências, garantindo as soluções necessárias prontamente disponíveis quando necessário.

#### **PRESTADORA DE SERVIÇOS DE TECNOLOGIA (SUPORTE DE SITE)**

- Qual a empresa?



- Quais seus serviços?

A Superix é uma empresa de criação de sites e blogs junto com agenciamento de marketing digital.

- Por que ela foi escolhida?

A Superix oferece diversos tipos de serviços além do seu principal foco como Agência de Marketing Digital. Eles não só criam, como melhoram, impulsionam e fazem estudo da concorrência juntamente com criação de campanhas com foco no público-alvo. Tudo isso sem altos custos em mensalidades e deixando livre para futuras atualizações internamente ou sob demanda.

#### **PRESTADORA DE SERVIÇOS DE GESTÃO (CONTABILIDADE)**

- Qual a empresa?



- Quais seus serviços?

A Silva & Oliveira presta o serviço de Outsourcing para a empresa Jingle, que disponibiliza profissionais com conhecimento abrangente de diversas áreas, como:

contábil, fiscal, trabalhista e societária que executará toda rotina “in loco”, garantindo a centralização de processos, agilidade e segurança.

- Por que ela foi escolhida?

A escolha da Silva & Oliveira se deve à sua confiabilidade, flexibilidade e compromisso com soluções inovadoras e sustentáveis, alinhadas com a visão, missão e valores da Jingle. A empresa é reconhecida por sua ética, transparência e segurança, mantendo melhorias contínuas nos processos e entregas pontuais e de qualidade. O serviço de Outsourcing da empresa direto da sede da Jingle, reforça o crescimento interno com qualidade, eficiência e foco exclusivo.

## 9.4. Intermediários

### INTERMEDIÁRIO NÚMERO 1

- Qual o intermediário?



- Quais suas vantagens? Sua localização em uma área de alta densidade populacional e sua atratividade por seus valores, além de serem especialmente frequentados pelo público-alvo da empresa; as classes C e D.
- Por que ele foi escolhido? O Assaí atacadista é responsável por comprar grandes volumes de chocolates da empresa para revender a varejistas ou outras empresas. Além de sua localização estratégica e atratividade para nosso público-alvo, também foi feita uma análise detalhada dos custos associados a essa localização. Com base em pesquisas e análises, ficou claro que esses custos se mostraram vantajosos para a Jingle.

### INTERMEDIÁRIO NÚMERO 2

- Qual o intermediário?



- Quais suas vantagens?  
As lojas americanas se encontram entre as 20 maiores varejistas no Brasil, e devido ao alto fluxo e público diversificado, é altamente recomendável, pois atenderia ao público das classes C e D, que valoriza a variedade de opções de entretenimento e comida. Os chocolates têm um amplo apelo, e a localização estratégica aumentaria a visibilidade da marca, tornando a experiência de compra mais conveniente e agradável, fortalecendo a presença no mercado.
- Por que ele foi escolhido? Possuindo uma vasta possibilidade de programação para todas as idades, as lojas Americanas recebem consumidores frequentemente e a classe do público é semelhante à que a Jingle atende. Essa flexibilidade da faixa etária e perfil do público-alvo

representa um símbolo de conforto e aconchego para atendermos nossos consumidores com qualidade e segurança

### **INTERMEDIÁRIO NÚMERO 3**

- Qual o intermediário?

A Empresa Jingle foca em uma parceria com a rede GPA, que é de extrema importância para a sua estratégia de mercado, abrangendo marcas de grande renome como Pão de Açúcar, Extra e Assaí.

- Quais suas vantagens?

Por meio dessa parceria, é assegurado que os chocolates estejam disponíveis em supermercados, farmácias e em áreas exclusivas dedicadas à nossa variedade de produtos, como gôndolas. Essa estratégia de presença ampla torna o acesso dos consumidores aos produtos de forma mais conveniente e acessível.

- Por que ele foi escolhido? A parceria com a rede GPA, que abrange varejo e atacado, é estratégica devido à conveniência que oferece aos clientes. A presença dos produtos da marca em supermercados permite que eles (clientes) experimentem os produtos de forma prática, estabelecendo proximidade e aprimorando a experiência de compra. Essa estratégia visa conquistar a fidelidade dos clientes e ampliar a presença nos mercados.

## **10. Segmentação de Mercado**

### **10.1. Demográfica**

Será abordado fatores como idade, gênero, renda, educação, localização geográfica, estado civil, tamanho da família, profissão, etnia, estilo de vida, valores e crenças, necessidades e desafios, comportamento de compra, uso de tecnologia e mídia, e influências externas. Esses aspectos são fundamentais para entender o público da Jingle e sua estratégia de sucesso no mercado.

1. Idade: O público-alvo predominante da Jingle é composto por jovens adultos (idade entre 25 e 35 anos) e adultos (idade entre 36 e 55 anos) que apreciam a qualidade excepcional e o sabor inigualável dos chocolates gourmet da marca.

2. Gênero: A empresa não direciona seus produtos especificamente para homens ou mulheres, no entanto, mais de 650% de seu público é feminino.

3. Renda: O público-alvo da Jingle é composto por pessoas com renda média a baixa, que estão dispostas a investir em produtos gourmet premium.

4. Educação: O nível de educação do público pode variar, no entanto, seu público-alvo são universitários e formados; tendo em comum seu interesse em tópicos culturais e ambientais, independentemente do grau de educação formal.
5. Localização geográfica: A Jingle atende clientes de diferentes regiões do Brasil, estando seu principal público nas metrópoles brasileiras, como São Paulo e Rio de Janeiro.
6. Estado civil: Seus principais consumidores são pessoas solteiras.
7. Tamanho da família: A empresa atende tanto a indivíduos solteiros quanto a famílias de diferentes tamanhos, oferecendo produtos que se encaixam em uma variedade de contextos e celebrações.
8. Profissão e ocupação: O público inclui pessoas de diversas profissões e ocupações, com renda superior a R\$ 1900,00, que compartilhem o interesse por produtos gourmet de alta qualidade e sustentáveis.
9. Etnia e cultura: A Jingle celebra a cultura brasileira em suas criações, atraindo uma audiência diversificada interessada em produtos que incorporam elementos culturais brasileiros, independente de etnia.
10. Valores e crenças: Pessoas que compartilham valores como qualidade, sustentabilidade, apreciação cultural e responsabilidade ambiental, influenciando suas escolhas de consumo.
11. Necessidades e desafios: O público busca produtos gourmet de alta qualidade que também promovam a sustentabilidade e a cultura brasileira, atendendo às suas necessidades de compra consciente.
12. Comportamento de compra: Os clientes da Jingle estão dispostos a investir em produtos premium e podem adquiri-los em lojas especializadas, online ou em ocasiões especiais.

Em resumo, a análise demográfica revela uma compreensão abrangente do público da Jingle, como: idade, renda, estilo de vida e valores orientam a estratégia da empresa. A Jingle busca oferecer chocolates gourmet de qualidade, promovendo a cultura brasileira e a sustentabilidade para atender às expectativas de seu público

diversificado. Essa segmentação demográfica sólida é fundamental para seu sucesso contínuo no mercado.

## 10.2. Geográfica

### Perfil Geográfico dos Consumidores da Jingle:

- Grande São Paulo lidera o consumo de chocolate.
- Perfil de consumo São Paulo se destaca como um dos estados com maior número de consumidores de chocolate no Brasil, ocupando o segundo lugar em relação ao consumo, com 71% de concentração na metrópole brasileira.
- Análise regional:** O Bairro Vila Lobos na capital de São Paulo é um ponto focal, com produtos disponíveis em mercados locais e shopping centers, onde há lojas Jingle e quiosques dedicados nestes espaços.
- Gênero e Consumo de Chocolate:** As mulheres são as principais consumidoras de chocolate na metrópole brasileira (São Paulo), com uma taxa de consumo de 75% entre os solteiros, batendo com o público-alvo da Jingle, que é composto por mais da metade por mulheres.

Esses dados fornecem uma visão abrangente do perfil geográfico dos consumidores da Jingle, destacando a importância de São Paulo para estratégias de marketing e distribuição.

## 10.3. Psicográfica

A Jingle se conecta com um público psicográfico diversificado, que compartilha valores, interesses e motivações específicas. Esse público valoriza não apenas a qualidade dos produtos, mas também a experiência emocional e os princípios que a marca representa. Características do público psicográfico da Jingle:

1. Amantes da Cultura Brasileira: O público da Jingle tem um profundo apreço pela cultura brasileira. Eles apreciam a maneira como a marca incorpora ingredientes locais e elementos culturais em seus produtos, criando uma conexão com a identidade nacional.
2. Conscientes Ambientalmente: Muitos consumidores da Jingle são ambientalmente conscientes. Eles se preocupam com a preservação do

meio ambiente e são atraídos pela iniciativa da marca de replantar cacau na Amazônia e promover a sustentabilidade.

3. Buscadores de Conforto e Nostalgia: O público da Jingle procura conforto e nostalgia em seus produtos. A nostalgia da marca está atrelada ao filme A Fantástica Fábrica de Chocolates que fez parte da infância de muitos, mas também das comidas típicas que o público da Jingle consumia na infância como o brigadeiro de festa, que pode ser feito a partir dos chocolates Jingle, bolo de cenoura com chocolate etc. Eles associam os chocolates da marca a momentos especiais e sentimentos de bem-estar, buscando uma pausa reconfortante no cotidiano.

4. Interessados em Inovação: Os consumidores da Jingle são abertos à inovação. Eles apreciam a busca constante da marca por novos sabores e técnicas, procurando por experiências de chocolate que os surpreendam.3. Comprometidos com a Comunidade: Muitos clientes da Jingle valorizam o compromisso social da marca. Eles se sentem bem em apoiar uma empresa que contribui para o desenvolvimento das comunidades locais por meio de suas ações sustentáveis.

5. Pessoas que Valorizam a Qualidade: A qualidade é um fator essencial para o público da Jingle. Eles estão dispostos a investir em produtos de alta qualidade e apreciam a atenção aos detalhes que a marca coloca em cada chocolate.

6. Exploradores da Gastronomia: Para esse público, a gastronomia é uma paixão. Eles gostam de explorar novos sabores e combinações, tornando os chocolates da Jingle uma escolha atraente para suas aventuras culinárias.

Esses traços psicográficos ajudam a definir o público que se identifica com a marca Jingle, criando uma conexão mais profunda e significativa com os consumidores que compartilham dessas características e valores.

## **10.4. Comportamental**

A Jingle tem a oportunidade de analisar os diversos comportamentos dos consumidores, o que pode moldar suas estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos.

1. Frequência de Aquisição: Há aqueles que fazem aquisição dos chocolates da Jingle de maneira regular, seja semanal ou mensalmente. Também podemos observar clientes sazonais, que adquirem maior quantidade em períodos específicos do ano, como Páscoa ou Natal.

2. Afeição à Marca: Existe uma preferência pela marca Jingle atribuída à confiabilidade, sabor consistente e experiências passadas positivas.

3. Resposta a Ofertas Especiais: Os clientes da empresa se interessam intensamente pelas promoções, como descontos, ofertas de "compre um e ganhe outro" e exclusividades proporcionadas pela Jingle. Além disso, a participação ativa em programas de fidelidade que oferecem recompensas e descontos na aquisição de chocolates da Jingle é evidente.

4. Escolha de Canais de Compra: A preferência por adquirir os chocolates da Jingle em estabelecimentos físicos é notável, graças à experiência de seleção pessoal. Por outro lado, também se identifica clientes que optam pela comodidade e ampla variedade de opções ao fazer compras online de produtos da Jingle.

5. Impacto do Ambiente de Compra: O ambiente da loja exerce uma influência significativa sobre os consumidores da Jingle, seja através da decoração, iluminação ou disposição dos produtos.

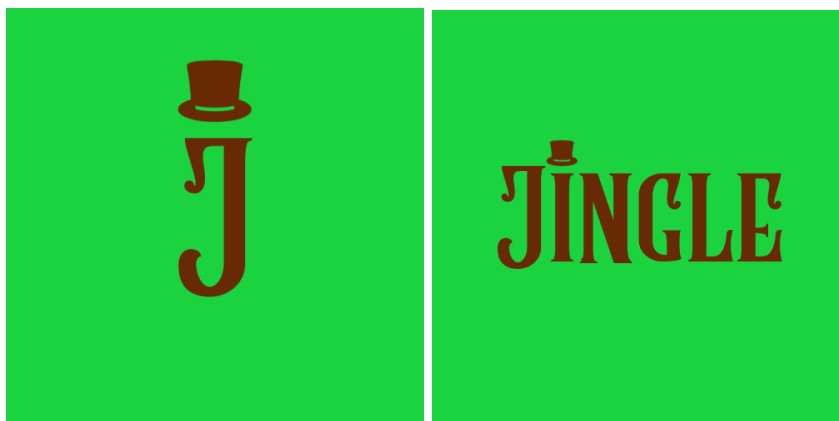
6. Decisão de Compra Sustentável: O Compromisso da Jingle com a Amazônia Reflorestada Cada vez mais, os consumidores consideram a sustentabilidade como um fator determinante em suas decisões de compra. Neste contexto, a marca Jingle se destaca ao priorizar o uso de cacaus provenientes de áreas reflorestadas na Amazônia em sua produção de chocolates. Essa prática não apenas contribui para a preservação da floresta tropical, mas também demonstra o compromisso da Jingle com a sustentabilidade ambiental. Como resultado, os consumidores que valorizam essa abordagem sustentável encontram na Jingle uma opção que alinha seus valores com a responsabilidade ambiental, influenciando positivamente suas escolhas de compra.

7. Atendimento a Necessidades Emocionais e sociais: Alguns clientes buscam no chocolate da Jingle um conforto emocional, enquanto outros o utilizam em contextos sociais para compartilhar ou presentear.

8. Avaliações e Opiniões: As decisões de compra de alguns consumidores da Jingle são influenciadas pelas avaliações e opiniões de outros compradores.

9. Experiências Anteriores com o Produto: A influência das experiências passadas com determinadas marcas ou variedades de chocolates da Jingle é notável.

## 11. Imagem da empresa





O ideal Jingle se constituiu a partir de um famoso e nostálgico filme chamado “A Fantástica Fábrica de Chocolates”, que invoca a mágica de bons momentos. A Cartola estilizada no logotipo relembra a este filme, e caracteriza-se, também, por sua elegância e sofisticação, da mesma forma, sua fonte rebuscada tenta transmitir o mesmo. Com intenção de transmitir seriedade, e ao mesmo tempo, dinamicidade, as cores da identidade visual da marca, verde e marrom, foram escolhidas com o intuito de remeter aos produtos e ideais da empresa: O marrom representa o rico sabor do chocolate, enquanto o tom de verde claro escolhido de forma mais saturada tenta demonstrar proximidade com os clientes e refletir o memorável ideal de sustentabilidade, proveniente do replantio florestal que a empresa proporciona.

## **12. Canais de Distribuição**

A excelência nos canais de distribuição é crucial para a competitividade e eficiência no mercado contemporâneo. Neste trabalho, exploramos os diversos aspectos dos canais de distribuição da marca Jingle, destacando sua abordagem inovadora e o uso inteligente da tecnologia para alcançar seus objetivos. Desde a integração de sistemas avançados de gestão de estoque até a personalização da experiência do cliente, a Jingle se destaca como um exemplo de como a tecnologia e a inovação podem impulsionar o sucesso nos canais de distribuição de chocolates.

### **Tipos de Canais de Distribuição**

A Jingle visa facilitar a realização da compra de seus produtos para que ao efetuar a compra, o consumidor fique satisfeito desde o momento da escolha, a compra e até ter o produto em mãos. Baseando-se nessa ideia, o canal de distribuição da Jingle é amplo.

#### **Canais de distribuição indireto:**

A equipe Jingle possui contato com seus clientes em alguns processos e possui intermediários responsáveis pela entrega de seus produtos para que a garantia de qualidade ao recebê-los seja garantida.

#### **Distribuição intensiva:**

Contando com o objetivo de atender seus consumidores do modo mais confortável e o maior número deles, a Jingle utiliza da distribuição intensiva. Essa escolha foi feita por meio de pesquisas sobre os consumidores e dos fatores geográficos.

#### **Canais de Distribuição Indiretos:**

A equipe da Jingle mantém contato direto com seus clientes em diversos processos. Além disso, a empresa utiliza intermediários para a entrega de seus produtos, garantindo a qualidade e satisfação dos consumidores.

#### **Distribuição Intensiva:**

Com o objetivo de atender seus clientes de forma conveniente e alcançar o maior número possível de consumidores, a Jingle adota a estratégia de distribuição intensiva. Essa escolha foi embasada em pesquisas sobre o perfil dos consumidores e considerações geográficas.

### **Estratégias de Canais de Distribuição da Jingle**

#### **Distribuição Direta ao Consumidor (DTC):**

Venda direta de chocolates através de uma loja online ou física própria

Controle total sobre a experiência do cliente e margens de lucro mais altas.

#### **E-commerce e Marketplaces:**

A Jingle desenvolverá um website dedicado e um aplicativo móvel, onde os consumidores poderão navegar e comprar produtos. A interface será amigável e intuitiva, com categorias claras e filtros de pesquisa. Os vendedores terão acesso a um painel administrativo para gerenciar seus produtos, preços, estoque e pedidos, com suporte técnico e treinamento fornecidos pela Jingle.

No marketplace, além dos chocolates Jingle, serão incluídos:

- Chocolates e Derivados: Chocolates artesanais, bombons, trufas, barras de chocolate e produtos sazonais.

- Itens Gourmet: Produtos gourmet complementares como café e ingredientes para confeitaria.
- Acessórios e Presentes: Embalagens de presente, cestas de chocolate, kits de fondue e utensílios relacionados ao consumo de chocolate.

Para garantir eficiência e satisfação do cliente, o marketplace terá uma logística integrada. A Jingle pode oferecer serviços de armazenamento, embalagem e envio para os vendedores, que também podem optar por gerenciar suas próprias operações logísticas. Um sistema de pagamento seguro aceitará múltiplas formas de pagamento, incluindo cartões de crédito, débito, transferências bancárias e carteiras digitais. Além disso, haverá políticas claras de devolução e reembolso.

O marketplace da Jingle promoverá campanhas conjuntas de marketing, incluindo promoções e descontos sazonais. Vendedores poderão destacar seus produtos na plataforma através de publicidade paga e promoções patrocinadas, aumentando a visibilidade de seus produtos.

### **Porcentagem das Lojas**

Para a sustentabilidade do marketplace, a Jingle cobrará uma comissão sobre as vendas realizadas através da plataforma.

- Comissão Padrão: Uma taxa de 10-15% sobre o valor total da venda, dependendo do tipo de produto e volume de vendas.
- Taxas Variáveis: Taxas ajustáveis para categorias específicas de produtos ou para vendedores com altos volumes de venda.

### **Taxas de Listagem**

- Taxa de Inscrição: Uma pequena taxa para listar produtos no marketplace, que pode ser simbólica ou isenta para novos vendedores durante um período promocional.

- **Taxas por Destaque:** Taxas adicionais para destacar produtos na página inicial ou em seções de promoções.
- **Serviços Logísticos:** Taxa adicional para serviços de armazenamento, embalagem e envio, baseada no volume e na complexidade da logística necessária.
- **Marketing e Publicidade:** Taxas adicionais para campanhas de marketing ou publicidade paga dentro da plataforma.

## **Benefícios para os Vendedores**

Os vendedores no marketplace da Jingle terão acesso a uma base de clientes já estabelecida, ampliando o alcance dos seus produtos. Associar-se a uma marca renomada como a Jingle aumentará a confiança dos consumidores nos produtos oferecidos pelos vendedores parceiros. Além disso, a Jingle oferecerá suporte técnico, marketing e, possivelmente, serviços logísticos, permitindo que os vendedores se concentrem na produção e na qualidade dos produtos.

Com essa estratégia bem delineada, o marketplace da Jingle se tornará um hub para amantes do chocolate e produtos gourmet, proporcionando uma experiência de compra rica e diversificada, enquanto oferece uma plataforma robusta para vendedores parceiros crescerem e alcançarem novos mercados.

### **Distribuição por Atacado:**

Venda em grande quantidade para varejistas, como supermercados e lojas especializadas.

Construção de relações sólidas com parceiros de distribuição.

### **Distribuição Exclusiva:**

Fornecimento restrito a um número limitado de revendedores em áreas específicas.

Criação de sensação de exclusividade e luxo em torno da marca.

## **Lojas Físicas**

A presença física fortalece a marca e oferece aos consumidores uma oportunidade de vivenciar a qualidade e a paixão que a Jingle coloca em cada chocolate.

**Grandes Centros Urbanos:** As primeiras lojas físicas da Jingle foram inauguradas em grandes centros urbanos como São Paulo e Rio de Janeiro. Estas cidades têm uma grande população e atraem turistas de todo o mundo, proporcionando uma vitrine internacional para os chocolates Jingle, as lojas Jingle oferecem uma experiência de compra premium, onde os consumidores podem explorar uma vasta gama de produtos e conhecer as histórias por trás de cada criação.

**Centros Comerciais e Shoppings:** As lojas em shoppings centers estratégicos, como o Shopping Iguatemi em São Paulo, atraem um grande fluxo de pessoas, garantindo visibilidade e acessibilidade. Além disso, em épocas festivas e durante lançamentos de novos produtos, a Jingle utiliza pop-up stores em locais de grande movimento para aumentar a visibilidade e gerar interesse imediato.

As lojas Jingle são projetadas com um design elegante e acolhedor, refletindo a sofisticação e a qualidade dos produtos. Elementos de madeira, vitrines bem iluminadas e displays criativos são usados para destacar os chocolates. Os clientes são recebidos com o aroma inebriante do chocolate fresco, e algumas lojas possuem áreas de degustação onde os consumidores podem experimentar diferentes sabores antes de comprar.

As lojas físicas oferecem produtos exclusivos que não estão disponíveis online, incentivando visitas frequentes e compras impulsivas. Disponibilizamos caixas de presente luxuosas e edições limitadas, ideais para ocasiões especiais.

Em resumo, as lojas físicas da Jingle são mais do que pontos de venda; são espaços onde a paixão pelo chocolate ganha vida, oferecendo aos consumidores uma experiência rica e envolvente que vai além do simples ato de comprar.

### **Parcerias Estratégicas:**

Estabelecimento de parcerias com cafés, restaurantes, hotéis e empresas de eventos.

Ampliação do alcance e associação da marca a experiências premium.

#### **Subscrições e Clubes de Chocolate:**

Modelo de assinatura para entrega regular de chocolates.

Construção de fidelidade à marca e receita recorrente.

#### **Vendas Sazonais e Edições Limitadas:**

Lançamento de edições limitadas ou sabores sazonais em datas comemorativas e temporadas específicas.

Estímulo à demanda e geração de interesse contínuo pelos produtos.

#### **Logística e Fulfillment:**

Investimento em logística eficiente e envio refrigerado para produtos sensíveis ao calor.

Garantia de entrega rápida e em perfeito estado aos clientes.

#### **Feedback e Adaptação:**

Coleta de feedback dos clientes e parceiros de distribuição.

Adaptação das estratégias conforme necessário para atender às preferências do mercado.

A implementação bem-sucedida dessas estratégias requer um profundo entendimento do mercado-alvo da Jingle e a combinação eficaz de múltiplos canais de distribuição.

## **Tecnologia e Inovação nos Canais de Distribuição da Jingle**

A Jingle reconhece a importância da integração de tecnologia e inovação em seus canais de distribuição para garantir eficiência e competitividade no mercado de chocolates.

#### **Tecnologia nos Canais de Distribuição:**

#### **Sistemas de Gestão de Estoques:**

Para garantir a eficiência e a rapidez nas entregas das vendas online dos chocolates Jingle, a estratégia de armazenamento precisa ser meticulosamente planejada. A Jingle optou por uma combinação de centros de distribuição centralizados e regionais para equilibrar a gestão de estoque e a proximidade com os consumidores.

No Brasil, o principal centro de distribuição está localizado em São Paulo. Esta escolha se baseia na excelente infraestrutura logística da cidade, que facilita o acesso a diversas regiões do país. São Paulo é um hub estratégico que permite a Jingle manter um grande volume de estoque em um único local centralizado, simplificando a gestão e otimizando os processos logísticos. Além disso, este centro de distribuição é equipado com sistemas avançados de gestão de armazém (WMS) e tecnologias de automação, como esteiras e robôs de picking, para aumentar a eficiência e reduzir erros.

No Brasil, o estoque é mantido em um armazém com controle climático, essencial para preservar a qualidade dos chocolates, especialmente em períodos de alta temperatura. Esses centros regionais nos permitem responder rapidamente aos pedidos, reduzindo significativamente os tempos de entrega e os custos de transporte.

A tecnologia desempenha um papel crucial na estratégia de estoque. É utilizado um sistema de gestão de armazém (WMS) que proporciona visibilidade em tempo real do estoque, rastreamento preciso dos produtos e eficiência nas operações de picking e packing. Além disso, os armazéns são equipados com sistemas de controle de temperatura e umidade para garantir que os chocolates Jingle sejam armazenados nas condições ideais, preservando sua qualidade desde a produção até a entrega.

Com essa combinação de centros de distribuição centralizados e regionais, tecnologia avançada e práticas de controle de qualidade, a Jingle está bem posicionada para atender às demandas das vendas online, oferecendo um serviço rápido, eficiente e de alta qualidade aos consumidores ao redor do mundo.

### **Logística Inteligente:**

Utilização de sistemas de rastreamento e roteamento para otimizar as rotas de entrega, reduzindo custos operacionais e tempo de transporte, o que contribui para uma distribuição mais eficiente.

### **Automação de Processos:**

A empresa adota tecnologias automatizadas em processos como armazenamento, embalagem e preparação de pedidos, aumentando a eficiência operacional e reduzindo erros humanos.

### **Inovação nos Canais de Distribuição:**

#### **Distribuição Multicanal:**

A Jingle utiliza diversos canais de distribuição, incluindo lojas físicas, e-commerce e parcerias com supermercados, ampliando o alcance da marca e facilitando o acesso dos clientes aos produtos.

#### **Experiência do Cliente Personalizada:**

Por meio da análise de dados, a empresa compreende o comportamento do consumidor, oferecendo experiências de compra personalizadas, o que aumenta o engajamento e a fidelização.

#### **Entrega Expressa e Programada:**

A Jingle disponibiliza serviços de entrega rápida e programada, utilizando aplicativos e plataformas online, atendendo às demandas dos clientes por conveniência e agilidade nas entregas.

### **Benefícios da Tecnologia e Inovação:**

**Eficiência Operacional:** Redução de custos e tempo nos processos de distribuição.

**Experiência do Cliente Aprimorada:** Personalização e conveniência na jornada de compra.

**Ampliação do Alcance de Mercado:** Utilização de diversos canais para atingir diferentes segmentos de clientes.

## **Desafios e Tendências Futuras nos Canais de Distribuição**

Selecionando as duas escolhas amplamente consideradas vantajosas para as tendências futuras temos:



**Integração Omnicanal:** Busca investir na integração dos canais de distribuição online e offline pode oferecer uma experiência consistente aos clientes, permitindo que eles comprem e interajam com sua marca de diversas maneiras. Isso pode aumentar a fidelidade do cliente e impulsionar as vendas.

**Personalização:** Consiste em priorizar a personalização da experiência do cliente, usando dados para entender suas preferências e comportamentos de compra, podendo criar conexões mais profundas com os consumidores. Isso pode levar a maiores taxas de conversão e aumentar o valor vitalício do cliente.

Essas duas tendências têm o potencial de agregar valor ao negócio, melhorar a experiência do cliente e impulsionar o crescimento a longo prazo.

## **Conclusão**

A produção dos chocolates da Jingle é uma operação complexa e multifacetada, que exige planejamento meticuloso e execução eficiente em várias frentes. O primeiro passo crucial é a escolha estratégica do local de produção. No caso da Jingle, foi escolhido por localizar a principal fábrica no sul da Bahia, Brasil, uma região reconhecida pela sua tradição na produção de cacau de alta qualidade. Esta proximidade com a matéria-prima não apenas reduz os custos de transporte, mas também garante a frescura e a qualidade dos ingredientes, essenciais para a fabricação de chocolates premium.

A instalação de produção é equipada com tecnologia de ponta, incluindo sistemas de automação para os processos de mistura, moldagem e embalagem. A automação não só aumenta a eficiência, como também assegura a consistência na qualidade dos produtos. Além disso, práticas sustentáveis, como o uso de energia renovável e programas rigorosos de reciclagem, alinhando nossas operações com a crescente demanda por produtos ambientalmente responsáveis.

Para manter elevado os padrões de qualidade, foi colocado em execução um robusto sistema de controle de qualidade baseado nas normas ISO 22000, garantindo a segurança alimentar em todas as etapas de produção. Adicionalmente, a Jingle possui certificações de comércio justo, reafirmando o compromisso com práticas éticas e sustentáveis desde a origem do cacau até o produto final.

A estratégia de distribuição da Jingle é igualmente abrangente e diversificada. Utilizamos um modelo híbrido que combina distribuição direta e indireta. Suas lojas próprias em locais estratégicos, como grandes centros urbanos, não só oferecem aos consumidores uma experiência de compra imersiva, mas também fortalecem a marca. Além disso, o comércio eletrônico é um pilar fundamental, permitindo que os consumidores sejam alcançados em diversas partes do mundo com eficiência e conveniência.

Parcerias estratégicas com outras marcas de alimentos e bebidas também são exploradas para criar sinergias e oportunidades de co-branding, aumentando ainda mais a visibilidade e alcance.

A produção e distribuição dos chocolates Jingle exemplificam uma operação altamente estratégica, orientada pela eficiência, qualidade e inovação. Com uma abordagem bem planejada e execução precisa, a Jingle está preparada para enfrentar os desafios do mercado e atender à demanda global por chocolates de excelência.

## 13. Roteiro para Vídeo Institucional da Jingle:

### 1. Introdução: Necessidade do Consumidor

[Imagem de um consumidor em um supermercado, examinando diversas opções de chocolates com expressão de insatisfação.]

**Narrador:** "No meio de muitas opções, alguns consumidores ainda buscam algo mais. Algo que ainda não existe."

[Imagem aproximada do rosto do consumidor, mostrando sua expressão de frustração ao não encontrar o chocolate ideal.]

### 2. Apresentação dos Produtos da Jingle:

[Transição para a imagem de uma variedade de chocolates gourmet em uma vitrine ou em uma mesa bem arrumada.]

**Narrador:** "E se houvesse uma empresa dedicada a criar produtos que atendessem às necessidades específicas dos consumidores?"

[Apresentação de imagens dos diferentes produtos da Jingle, como barras de chocolate, trufas e bombons, destacando sua variedade e qualidade.]

[Transição para uma série de diferentes cenários onde os chocolates da Jingle se encaixam perfeitamente:]

1. [Imagem de uma caixa de chocolates sendo entregue como presente de aniversário.]
2. [Cena de um casal compartilhando uma barra de chocolate da Jingle enquanto assistem a um filme juntos.]
3. [Mãe e filho compartilhando um momento especial durante o Dia das Mães, desfrutando de chocolates da Jingle.]
4. [Crianças felizes procurando por ovos de chocolate da Jingle escondidos durante a Páscoa.]
5. [Grupo de amigos celebrando uma ocasião especial com uma seleção de trufas e bombons da Jingle.]

Narrador: "A Jingle está presente em todos os momentos especiais da vida. Seja para presentear, desfrutar de um momento romântico, celebrar datas comemorativas em família ou compartilhar alegrias entre amigos, nossos chocolates são a escolha perfeita para tornar cada ocasião ainda mais memorável."

### **3. Origem da Jingle:**

[Imagens da equipe da Jingle trabalhando na fábrica e interagindo com os consumidores.]

**Narrador:** "Essa empresa existe, e é a Jingle. Nasceu da necessidade dos clientes por produtos inovadores que ainda não existiam no mercado."

### **4. Missão e Valores da Jingle:**

[Inserir imagens que representem a missão e os valores da empresa, como pessoas felizes desfrutando de chocolates, cenas da natureza para representar a sustentabilidade etc.]

**Narrador:** "A missão da Jingle é proporcionar aos seus clientes uma experiência única ao degustar chocolates gourmet, celebrando a cultura brasileira enquanto promove ativamente a sustentabilidade."

[Inserir imagens da agricultura familiar na Amazônia, destacando o plantio de cacau e o apoio da Jingle às famílias agricultoras.]

Narrador: "Especificamente na Amazônia, a Jingle investe em agricultura familiar, fornecendo todo o suporte necessário para o plantio de cacau. Desde materiais e sementes até salários, a Jingle apoia essas famílias para garantir a produção do cacau, que é a base de nossos produtos de chocolate."

### **5. Compromisso Social e Ambiental:**

[Mostrar imagens que evidenciem o compromisso da Jingle com a sustentabilidade e o meio ambiente, como árvores sendo plantadas, cenas da Amazônia, etc.]

**Narrador:** "Dedicando-se à criação de produtos de alta qualidade, a Jingle também assume a responsabilidade de contribuir para a preservação do meio ambiente, combatendo o desmatamento na Amazônia através do replantio de cacau."

## **6. Encerramento:**

[Imagem da logo da Jingle e informações de contato.]

Narrador: "Jingle, onde a paixão pelo chocolate encontra a inovação. Saiba mais sobre nossa história e nossos produtos visitando nosso site."

[Finalização suave com a música de fundo.]

**\*OBS: O Jingle pode ser inserido no final do vídeo desde que seja pertinente, o contrário manter apenas o slogan principal.**

Isso não tá bom? tá insatisfeita? Jingle serve em qualquer receita!

Vai a um piquenique, não sabe o que levar? Jingle a qualquer e em qualquer lugar!

Não vai comer nada o filme inteiro? transforme seu jingle em um brigadeiro.

Jingle tá na mão, não vá se preocupar!

Jingle a qualquer hora e em qualquer lugar.

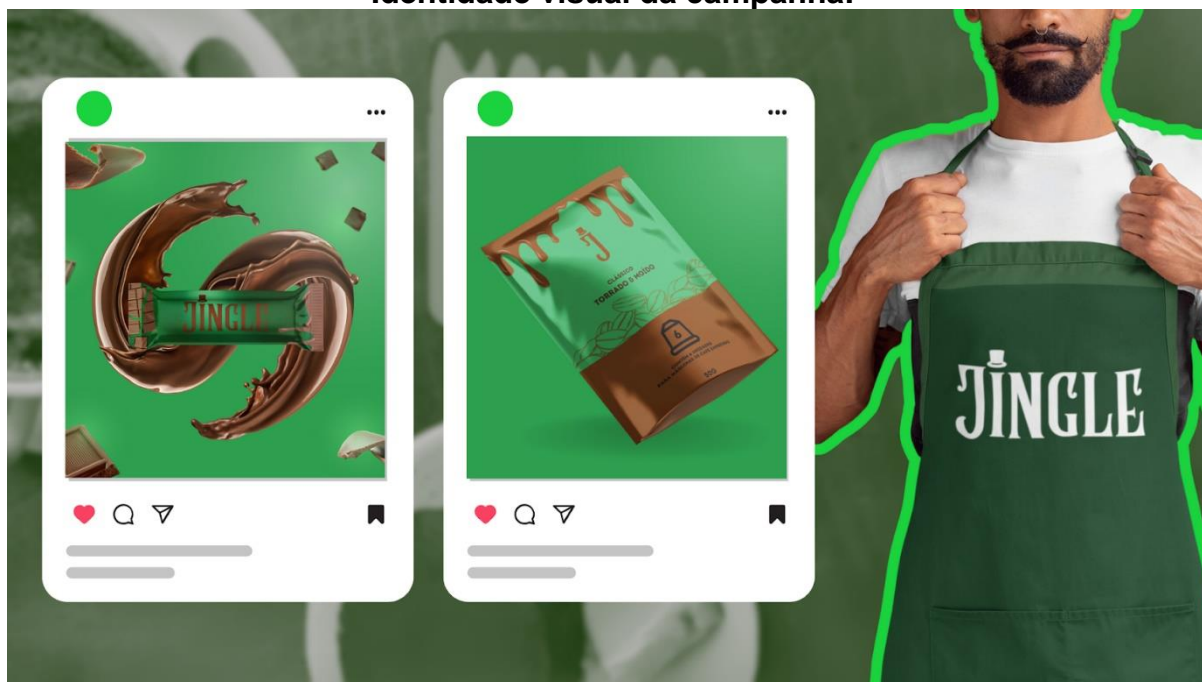
Um chocolate, mil sensações...

**JINGLE!**

## 14. Plano de Mídia – Jingle

Mês: Janeiro

Identidade visual da campanha:



Janeiro	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Preparação</b>	
1	- Post Estático: Teaser visual do logotipo "Jingle". - Story: Bastidores da produção dos chocolates.
3	- Post Estático: Sneak peek da embalagem exclusiva. - Story: Enquetes sobre as preferências de sabores dos seguidores.
5	- Post Estático: Anúncio do evento de lançamento. - Story: Pesquisa interativa - "Qual é o seu chocolate favorito?".
<b>Semana 2: Destaque ao Chocolate</b>	
8	- Post Estático: Revelação dos sabores exclusivos. - Story: Dicas de como apreciar cada sabor.
10	- Post Estático: História por trás de um dos sabores especiais. - Story: Bastidores da criação dos chocolates.
12	- Post Estático: Vídeo teaser sobre o processo de fabricação. - Story: Perguntas e respostas sobre os chocolates..
<b>Semana 3: Engajamento do cliente</b>	
15	- Post Estático: Lançamento oficial - imagens dos produtos. - Story: Destaques dos melhores momentos do evento de lançamento.
17	- Post Estático: Oferta especial de lançamento. - Story: Testemunhos dos primeiros clientes.

19	- Post Estático: Bastidores da produção em resposta ao feedback. - Story: Desafio de degustação - os seguidores compartilham suas experiências.
<b>Semana 4: Valores da marca e Encerramento</b>	
22	- Reels: História da empresa - origens, valores e compromissos. - Story: Bastidores da equipe.
24	- Post Estático: Compromisso com práticas sustentáveis. - Story: Perguntas e respostas sobre a sustentabilidade.
26	- Post Estático: Recapitulação do mês de lançamento. - Story: Agradecimentos aos seguidores.

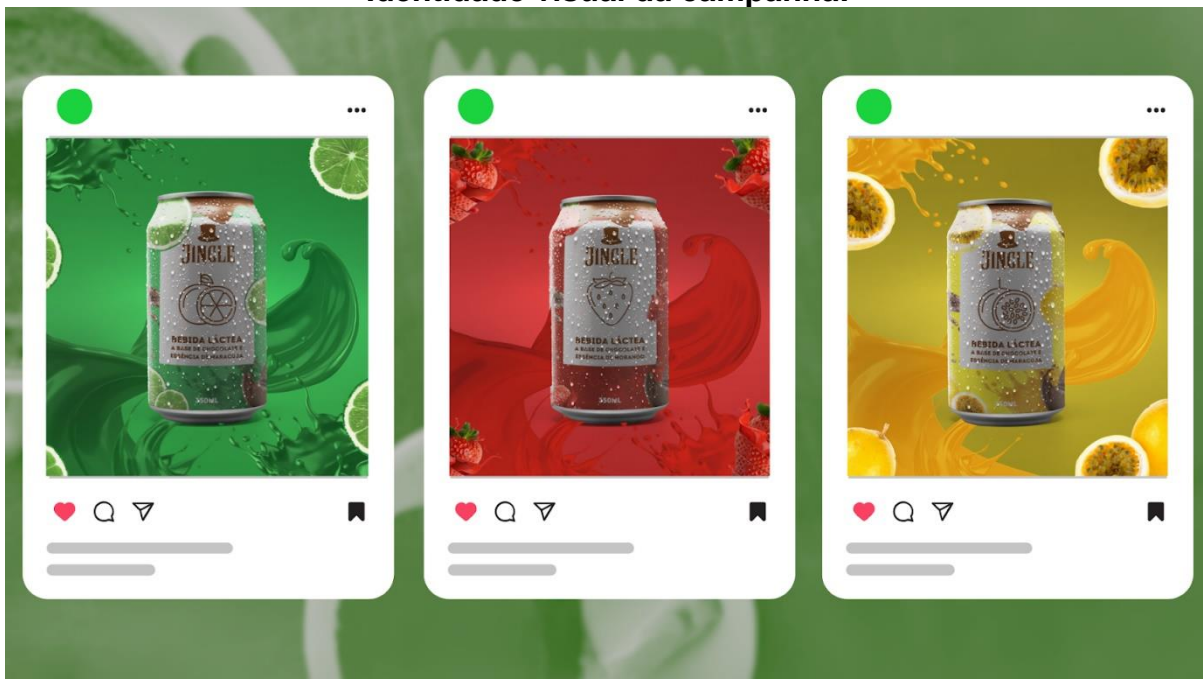
**Quantidade de Posts estáticos: 11**

**Quantidade de Storys: 12**

**Quantidade de Reels: 1**

**Mês: Fevereiro**

**Identidade visual da campanha:**



Fevereiro	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Pré-lançamento e Teasers</b>	
1	- Post Estático: Teaser visual do logotipo "Sensações do Verão". - Story: Contagem regressiva animada.
3	- Post Estático: Imagem provocativa de uma fruta brasileira misteriosa. - Story: Enquete sobre a fruta misteriosa.
5	- Post Estático: Anúncio do evento de lançamento da linha "Sensações". - Story: Sneak peek dos bastidores da preparação para o evento.

<b>Semana 2: Lançamento Oficial</b>	
<b>8</b>	- Post Estático: Lançamento oficial da linha "Sensações" - destaque para os produtos. - Story: Vídeo animado mostrando a fusão de chocolates e frutas.
<b>10</b>	- Post Estático: Apresentação dos sabores exclusivos da linha "Sensações". - Story: Demonstração rápida de como apreciar cada sabor.
<b>12</b>	- Post Estático: Imagens de clientes satisfeitos desfrutando da linha "Sensações". - Story: Perguntas e respostas sobre a nova linha.
<b>Semana 3: Engajamento do cliente</b>	
<b>15</b>	- Post Estático: Desafio "Mostre sua Sensação do Verão" - incentivo à participação. - Story: Destaques diários das participações mais criativas.
<b>17</b>	- Post Estático: Testemunhos reais dos clientes sobre os chocolates "Sensações". - Story: Bastidores da produção em resposta aos depoimentos.
<b>19</b>	- Post Estático: Promoção especial de Carnaval para os produtos "Sensações". - Story: Códigos promocionais exclusivos para seguidores.
<b>Semana 4: Destaque nos Sabores e Encerramento</b>	
<b>22</b>	- Reels: Vídeo de destaque - A história das frutas brasileiras na linha "Sensações". - Story: Bastidores da produção e da criação do vídeo Reels.
<b>24</b>	- Post Estático: Receitas exclusivas de drinks e sobremesas com chocolates "Sensações". - Story: Perguntas e respostas sobre receitas com os chocolates.
<b>26</b>	- Post Estático: Agradecimento aos seguidores pelo apoio durante a campanha de Carnaval. - Story: Destaques finais e convite para continuar acompanhando as novidades.

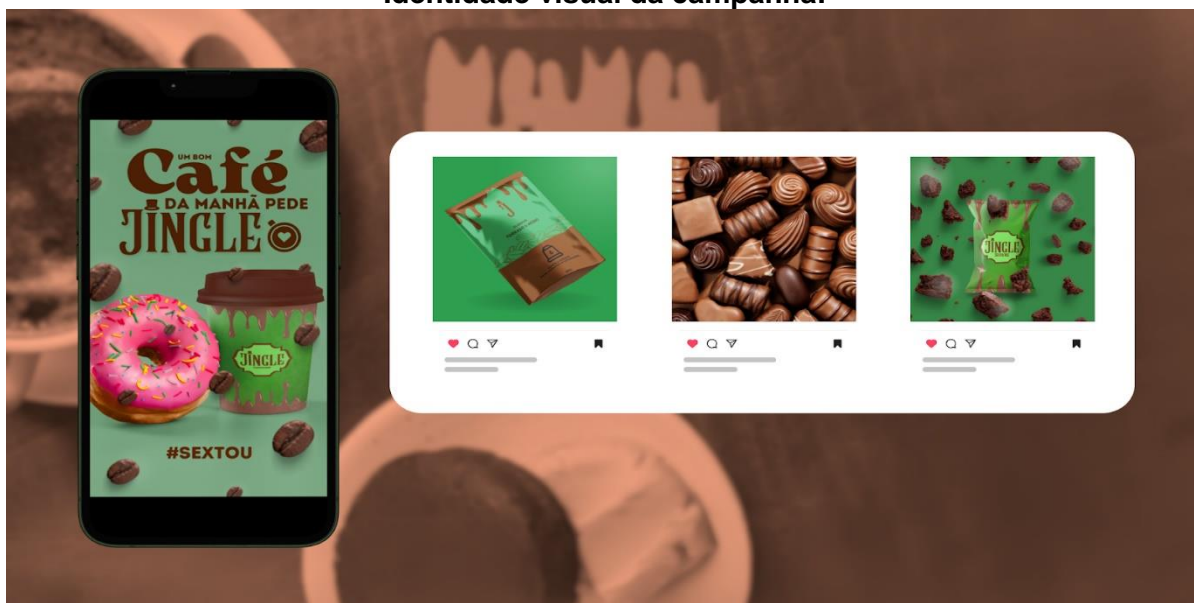
**Quantidade de Posts estáticos: 11**

**Quantidade de Storys: 12**

**Quantidade de Reels: 1**

**Mês: Março**

**Identidade visual da campanha:**



<b>Março</b>	
<b>Dias</b>	<b>Ação</b>
<b>Semana 1: Antecipação e Conscientização</b>	
<b>1</b>	Post Estático: Teaser visual - "Prepare-se para um mês cheio de sabor. O Dia Internacional do Chocolate está chegando!" Story: Bastidores da produção de chocolates exclusivos.
<b>3</b>	Post Estático: Anúncio da Campanha - "Jingle Sweet Moments". Story: Enquete sobre os sabores preferidos de chocolate.
<b>5</b>	Post Estático: Sneak peek da coleção especial para o Dia Internacional do Chocolate. Story: Demonstração rápida de embalagens exclusivas.
<b>Semana 2: Destaque nos Sabores e Exclusividade</b>	
<b>8</b>	Post Estático: Apresentação da coleção especial para o Dia Internacional do Chocolate. Story: Vídeo mostrando a combinação única de ingredientes.
<b>10</b>	Post Estático: Destaque para o sabor do mês - "Momento Cacau Supremo". Story: Perguntas e respostas sobre o processo de produção.
<b>Semana 3: Engajamento e Preparação para a Distribuição de Amostras</b>	
<b>15</b>	Post Estático: Desafio "Compartilhe seu Sweet Moment" - incentivando os seguidores a compartilharem suas histórias com chocolates Jingle. Story: Destaques diários das participações mais emocionantes.
<b>17</b>	Reel: Compilação dos melhores momentos compartilhados pelos seguidores. Story: Agradecimento especial aos participantes.
<b>19</b>	Post Estático: Anúncio da Distribuição de Amostras Grátis - "Jingle Sweet Moments para todos!" Story: Detalhes sobre a distribuição em locais específicos.
<b>Semana 4: Distribuição de Amostras e Pré-Páscoa</b>	
<b>22</b>	Post Estático: Dia da Distribuição de Amostras - convite para os seguidores visitarem os pontos de distribuição. Story: Vídeos dos bastidores da preparação para a distribuição.
<b>24</b>	Post Estático: Feedback dos participantes da distribuição - "O que você achou do seu Jingle Sweet Moment?" Story: Respostas em destaque e interações ao vivo.
<b>26</b>	Post Estático: Recapitulação do mês - "Obrigado por tornar nosso Dia Internacional do Chocolate tão especial!" Story: Destaques dos melhores momentos da campanha.
<b>27</b>	Post Estático: "A Páscoa está chegando! Descubra os encantos gourmet que a Jingle preparou para você. Em breve..." Story: Bastidores da equipe preparando as novidades.
<b>28</b>	Post Estático: Apresentação da linha especial de Páscoa Jingle. Story: Vídeo mostrando a produção dos chocolates exclusivos.
<b>29</b>	Post Estático: Perfis dos chocolatiers responsáveis pela criação dos chocolates. Story: Depoimentos dos chocolatiers sobre o processo de criação.
<b>31</b>	Post Estático: "Conheça as histórias por trás dos deliciosos chocolates Jingle Delights. Cada detalhe é uma obra-prima!" Story: Quiz interativo sobre os chocolates da Páscoa.



Quantidade de Posts estáticos: 14  
 Quantidade de Storys: 14  
 Quantidade de Reels: 1

Mês: Abril  
 Identidade visual da campanha:



Abril	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Páscoa</b>	
5	Post Estático: "Prepare-se para uma Páscoa gourmet com Jingle!" Story: Destaques dos produtos.
<b>Semana 2: Ações de Páscoa</b>	
7	Post Estático: "A Páscoa está quase aqui! Garanta seus chocolates gourmet com desconto especial hoje." Story: Vídeo chamativo sobre a promoção especial.
10	Reels: Mostrar a decoração especial de Páscoa na loja física. Story: Sneak peek dos bastidores da decoração.
12	Post Estático: Anúncio da distribuição gratuita de amostras em lojas físicas. Story: Cobertura ao vivo do evento de distribuição.
<b>Semana 3: Agradecimentos de Páscoa</b>	
15	Post Estático: Mensagem especial de Páscoa com imagem dos chocolates. Story: Vídeo de agradecimento aos clientes pela celebração da Páscoa com Jingle.
<b>Semana 4: Encerramento</b>	
24	Reels: Vídeo mostrando os processos artesanais e cuidadosos na produção dos chocolates. Story: Destaques dos momentos mais marcantes do vídeo.

Quantidade de Posts estáticos: 4

Quantidade de Storys: 6

Quantidade de Reels: 2

Mês: Maio

Identidade visual da campanha:



Maio	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Pré dia das Mães</b>	
1	Post Estático: "Prepare-se para encantar sua mãe com os chocolates gourmet Jingle. Em breve..." Story: Bastidores da equipe preparando os presentes especiais.
3	Post Estático: Apresentação da coleção exclusiva de Dia das Mães. Story: Vídeo mostrando a variedade de sabores e embalagens temáticas.
5	Post estático
<b>Semana 2: Laços afetivos</b>	
8	Post Estático: Compartilhamento de histórias emocionantes de mães e filhos relacionadas a Jingle. Story: Destaques de depoimentos em vídeo.
10	Post Estático: Promoção exclusiva para compras antecipadas de presentes de Dia das Mães. Story: Mensagem emocional de agradecimento às mães.
12	
<b>Semana 3: Dia das Mães</b>	
15	Post Estático: "Dia das Mães começou. Se surpreenda com Jingle "
17	Reel: Vídeo emocional destacando a importância das mães e a doçura dos chocolates Jingle Delights. Story: Bastidores da criação do Reel.

19	
<b>Semana 4: Evento de Distribuição</b>	
22	Post Estático: Compartilhamento de histórias enviadas pelos clientes sobre como Jingle fez o Dia das Mães especial. Story: Destaques de depoimentos em vídeo.
25	Post Estático: Convite para o evento de distribuição de chocolates em parques. Story: Sneak peek dos preparativos.
28	Story: Publicações diárias mostrando a preparação e os bastidores do evento.
31	Story: Transmissão ao vivo do evento, mostrando a interação entre mães e filhos, distribuição de amostras e momentos especiais.

**Quantidade de Posts estáticos: 8**

**Quantidade de Storys: 9**

**Quantidade de Reels: 1**

**Mês: Junho**

**Identidade visual da campanha:**



Junho	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Anúncio Pré-Dia dos Namorados</b>	
1	Post Estático: "O amor está no ar! Descubra os sabores irresistíveis da Jingle para tornar seu Dia dos Namorados ainda mais doce." Story: Bastidores da produção dos chocolates especiais.
3	Post Estático: "Contagem regressiva para o Dia dos Namorados! Presentes únicos e deliciosos aguardam por você." Story: Sneak peek dos produtos da coleção especial.
<b>Semana 2: Mensagens Românticas Diárias</b>	



8	Post Estático: Mensagens românticas acompanhadas de imagens tentadoras dos produtos Jingle.
9	Reel: Vídeo encantador mostrando casais desfrutando dos chocolates Jingle em cenários românticos. Story: Bastidores da criação do Reel.
10	Post Estático: Mensagens românticas acompanhadas de imagens tentadoras dos produtos Jingle.
8-14	Story (todos os dias): Enquetes interativas sobre experiências românticas.
<b>Semana 3: Quiz do Amor</b>	
15	Post Estático: "Quão bem você conhece seu amor? Descubra com nosso Quiz do Amor!" Story: Série de quizzes diários nos stories.
<b>Semana 4: Oferta Especial, Campanha Offline e Encerramento</b>	
22	Post Estático: "Presenteie com Jingle neste Dia dos Namorados. Ofertas especiais aguardam por você!" Story: Destaques das ofertas e promoções.
26-30	Campanha offline com cartazes temáticos em praças e shoppings, destacando os produtos da Jingle como presentes românticos.
31	Post Estático: "Obrigado por fazer parte da nossa Campanha de Dia dos Namorados! Até a próxima celebração do amor!" Story: Mensagem de agradecimento e compartilhamento de posts dos clientes.

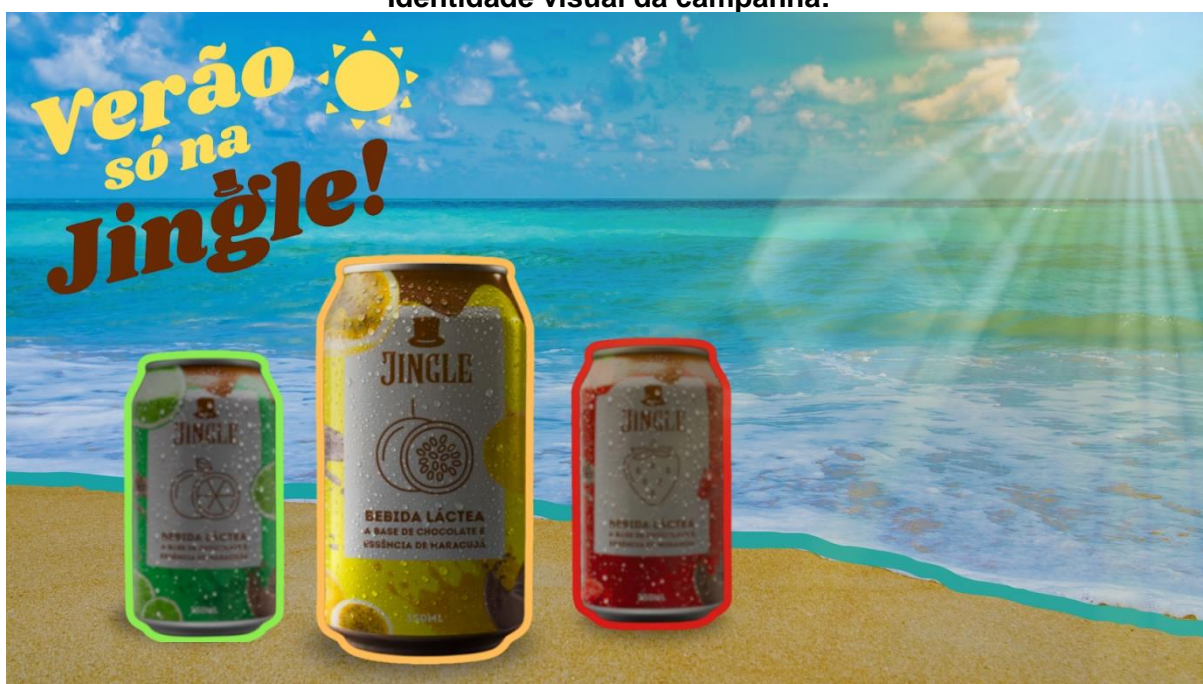
**Quantidade de Posts estáticos: 7**

**Quantidade de Storys: 12**

**Quantidade de Reels: 1**

**Mês: Julho**

**Identidade visual da campanha:**



<b>Julho</b>	
<b>Dias</b>	<b>Ação</b>
<b>Semana 1: Preparação e Anúncio</b>	
<b>1</b>	Post Estático: "Bem-vindo ao verão com Jingle! Descubra deliciosas sobremesas para adoçar seus dias de sol." Story: Sneak peek das sobremesas que serão apresentadas ao longo da campanha.
<b>3</b>	Post Estático: Apresentação da primeira sobremesa utilizando o chocolate Jingle. Story: Vídeo mostrando o passo a passo do preparo da sobremesa.
<b>Semana 2: Sobremesas</b>	
<b>8-14</b>	Post Estático (todos os dias): Apresentação de uma sobremesa refrescante por dia utilizando o chocolate Jingle. Story: Demonstração do preparo das sobremesas nos stories.
<b>Semana 3: Reels</b>	
<b>15</b>	Reel: Vídeo mostrando pessoas aproveitando os produtos Jingle em diferentes atividades de verão, como na praia, na piscina e em piqueniques. Story: Bastidores da criação do Reel.
<b>Semana 4: DEstaque em Telas Digitais</b>	
<b>22</b>	Publicação em telas digitais em praias e parques, destacando os produtos Jingle como opção refrescante para o verão. Story: Compartilhamento da publicação nas telas digitais.
<b>Semana 5: Encerramento</b>	
<b>29-31</b>	Post Estático (todos os dias): Apresentação das últimas sobremesas refrescantes utilizando o chocolate Jingle. Story: Últimos preparos das sobremesas e agradecimento aos seguidores.

**Quantidade de Posts estáticos: 9**

**Quantidade de Storys: 11**

**Quantidade de Reels: 0**

**Mês: Agosto**  
**Identidade visual da campanha:**



<b>Agosto</b>	
<b>Dias</b>	<b>Ação</b>
<b>Semana 1: Preparativos</b>	
<b>1</b>	Post Estático: "Está chegando o Dia dos Pais! Prepare-se para surpreender seu herói com Jingle." Story: Sneak peek dos produtos especiais para o Dia dos Pais.
<b>3</b>	Story: Bastidores da equipe preparando as surpresas para o Dia dos Pais na Jingle.
<b>Semana 2: Destaque de Produtos</b>	
<b>8</b>	Post Estático: Destaque de um produto especial de Dia dos Pais da Jingle. Story: Detalhes e características do produto em destaque.
<b>10</b>	Reel da Magia do Natal: Vídeo mostrando clientes desfrutando da magia do Natal com produtos da Jingle. Story: Bastidores da criação do Reel.
<b>Semana 3: Mensagens Especiais</b>	
<b>15</b>	Post Estático: "Feliz Dia dos Pais! Celebre este dia especial com os produtos Jingle." Story: Mensagem de agradecimento aos pais e figuras paternas.
<b>17</b>	Story: Bastidores da criação de uma mensagem personalizada para o Dia dos Pais na Jingle.
<b>Semana 4: Preparativos Finais</b>	
<b>22</b>	Story: Vídeo mostrando clientes escolhendo presentes de Dia dos Pais na loja da Jingle.
<b>24</b>	Post Estático: Lembrete final para garantir os presentes de Dia dos Pais na Jingle. Story: Última chamada para as compras de última hora.

25	Reel: Vídeo emocional mostrando momentos especiais entre pais e filhos, acompanhados dos produtos Jingle. Story: Bastidores da criação do Reel.
----	--

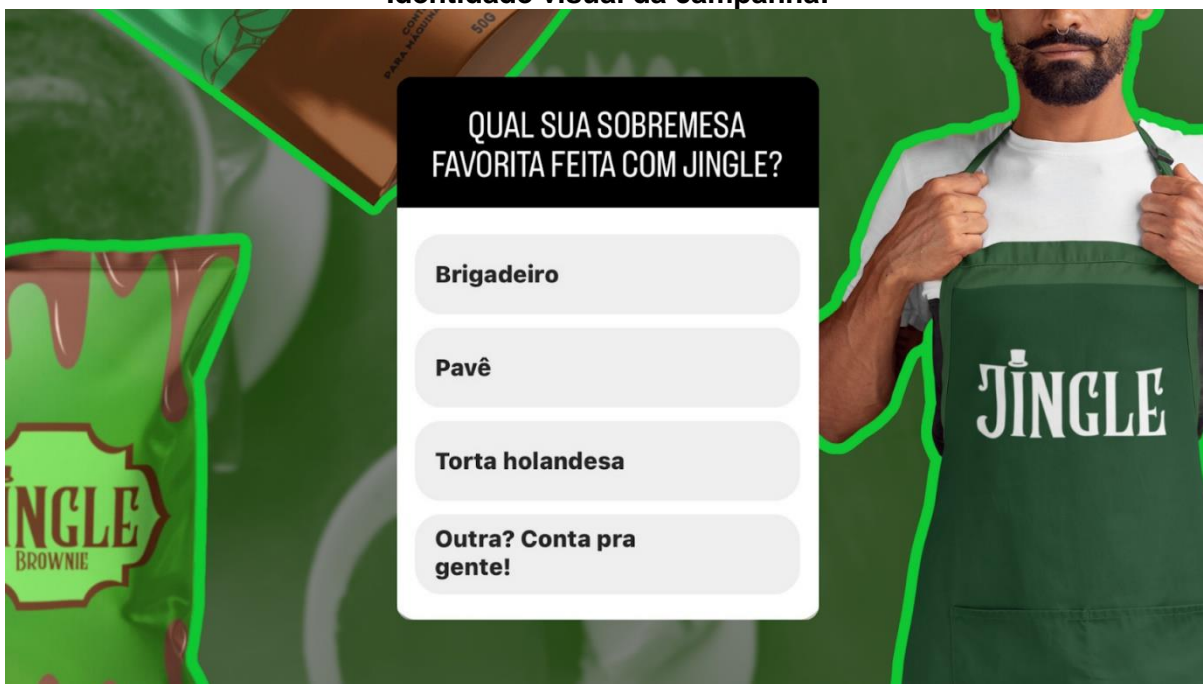
**Quantidade de Posts estáticos: 4**

**Quantidade de Storys: 9**

**Quantidade de Reels: 2**

**Mês: Setembro**

**Identidade visual da campanha:**



Setembro	
Dias	Ação
<b>Semana 1: início da Campanha</b>	
1	Story de Interatividade: Enquete sobre a sobremesa favorita dos seguidores para a temporada de outono.
3	Story: Bastidores da preparação das novas criações de chocolate para a temporada.
5	Post Estático: Apresentação da nova coleção de outono da Jingle, destacando as opções sazonais. Story: Sneak peek dos produtos da nova coleção.
<b>Semana 2: Opções</b>	
8	Story de Interatividade: Quiz sobre curiosidades do chocolate e da temporada de outono.
10	Reel: Vídeo mostrando diferentes maneiras de desfrutar dos chocolates Jingle durante o outono. Story: Bastidores da criação do Reel.
12	Post Estático: Destaque de uma sobremesa de outono exclusiva da Jingle. Story: Vídeo rápido mostrando o preparo da sobremesa.
<b>Semana 3: Engajamento dos Clientes</b>	
15	Story de Interatividade: Desafio de receitas - peça aos seguidores para compartilharem suas próprias receitas com chocolates Jingle.



17	Story: Testemunhos de clientes sobre suas experiências com os produtos Jingle durante o outono.
19	Reel: Vídeo de clientes felizes desfrutando das sobremesas de outono da Jingle. Story: Bastidores da criação do Reel.
<b>Semana 4: Fim da Campanha</b>	
22	Story de Interatividade: Enquete sobre as preferências de sabores de outono dos seguidores.
24	Post Estático: Anúncio de uma oferta especial de outono da Jingle. Story: Destaques dos produtos em oferta.
26	Story: Agradecimento aos seguidores pela participação na campanha de outono. Story: Compilação dos melhores sobremesas da campanha.

**Quantidade de Posts estáticos: 3**

**Quantidade de Storys: 13**

**Quantidade de Reels: 2**

**Mês: Outubro**  
**Identidade visual da campanha:**



<b>Outubro</b>	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Preparativos</b>	
1	Post Estático: "Está chegando a temporada de Halloween na Jingle! Prepare-se para delícias assustadoramente deliciosas."
3	Story da Decoração: Vídeo mostrando a decoração assustadora das lojas da Jingle para o Halloween.
5	Post Estático: Apresentação da coleção especial de Halloween da Jingle, com chocolates temáticos. Story: Destaques dos produtos da coleção e suas características assustadoras.



<b>Semana 2: Temático</b>	
8	Story: Vídeo mostrando clientes experimentando os chocolates temáticos de Halloween na loja.
10	Post Estático: Destaque de uma sobremesa especial de Halloween da Jingle. Story: Preparo da sobremesa nos bastidores.
<b>Semana 3: Fantasias</b>	
15	Story: Bastidores da criação de uma atmosfera assustadora na loja para receber os clientes fantasiados.
17	Post Estático: Anúncio do dia de brindes para clientes que vierem fantasiados. Story: Convite para os clientes participarem da promoção de brindes.
<b>Semana 4: Celebração e Brindes</b>	
22	Post Estático: Lembrando os seguidores sobre o dia de brindes para clientes fantasiados. Story: Preparativos finais para o evento de brindes.
24	Reel: Vídeo mostrando clientes fantasiados e se divertindo na loja da Jingle durante o Halloween. Story: Bastidores da criação do Reel.
26	Distribuição de brindes para clientes que vierem fantasiados, com cobertura ao vivo nas redes sociais.

**Quantidade de Posts estáticos: 5**

**Quantidade de Storys: 8**

**Quantidade de Reels: 1**

**Mês: Novembro**

**Identidade visual da campanha:**



<b>Novembro</b>	
<b>Dias</b>	<b>Ação</b>
<b>Semana 1: Preparativos</b>	
<b>1</b>	Post Estático: "Prepare-se para a Black Friday na Jingle! Ofertas imperdíveis estão a caminho." Story: Sneak peek das promoções que estão por vir.
<b>3</b>	Story do Countdown: Contagem regressiva para o início das promoções da Black Friday na Jingle.
<b>Semana 2: Chegada da Black Friday</b>	
<b>8</b>	Post Estático: Anúncio das ofertas exclusivas da Black Friday na Jingle. Story: Destaques das principais promoções que estão acontecendo.
<b>10</b>	Story do Countdown: Continuação da contagem regressiva para as promoções da Black Friday.
<b>Semana 3: Remember</b>	
<b>15</b>	Post Estático: Lembrando os seguidores sobre as ofertas da Black Friday na Jingle. Story: Vídeo mostrando clientes aproveitando os descontos nas lojas da Jingle.
<b>17</b>	Story do Countdown: Últimos momentos antes do fim das promoções da Black Friday.
<b>Semana 4: Encerramento da Campanha</b>	
<b>22</b>	Reel: Vídeo mostrando clientes felizes e satisfeitos aproveitando as ofertas da Black Friday na Jingle. Story: Bastidores da criação do Reel.
<b>24</b>	Post Estático: Agradecimento aos clientes por participarem da Black Friday na Jingle. Story: Compilação dos melhores momentos da Black Friday.
<b>26</b>	Anúncio promocional em um outdoor em uma avenida movimentada da cidade, destacando as ofertas da Jingle para a Black Friday.

**Quantidade de Posts estáticos: 4**

**Quantidade de Storys: 8**

**Quantidade de Reels: 1**

Mês: Dezembro  
 Identidade visual da campanha:



Dezembro	
Dias	Ação
<b>Semana 1: Preparativos</b>	
1	Post Estático: "Comece a contagem regressiva para o Natal com Jingle! Confira nossas sugestões de presentes especiais." Story: Bastidores da preparação da decoração natalina na loja.
3	Story de Countdown: Início da contagem regressiva para as promoções de Natal.
<b>Semana 2: Sugestões de presentes Jingle</b>	
8	Post Estático: Sugestão de presente de Natal da Jingle: "Encante seus entes queridos com nossas deliciosas opções de presentes." Story: Destaques dos presentes sugeridos.
<b>Semana 3: Aura Natalina</b>	
15	Post Estático: "Sinta a magia do Natal com Jingle! Aproveite as promoções especiais para presentear com amor." Story: Vídeo mostrando a decoração natalina na loja.
17	Story de Interatividade: Caixa de mensagens direcionadas a outras pessoas, enviadas por clientes, com votos de Feliz Natal.
<b>Semana 4: Comemoração</b>	
22	Post Estático: "Última chance para garantir seus presentes de Natal com Jingle! Não perca nossas ofertas especiais."

	Story: Últimos preparativos para a celebração do Natal na loja.
24	Reel: Vídeo mostrando a magia do Natal com produtos da Jingle e clientes felizes celebrando a data. Story: Bastidores da criação do Reel.
25	Decoração natalina da loja com distribuição de brindes temáticos para os clientes.

**Quantidade de Posts estáticos: 4**

**Quantidade de Storys: 7**

**Quantidade de Reels: 1**

### **Atração de Seguidores Através de Influenciadores**

Para expandir a presença da marca nas redes sociais e atrair novos seguidores, a Jingle implementará uma estratégia focada em parcerias com influenciadores renomados no segmento de gastronomia e lifestyle. Nosso objetivo é aumentar a visibilidade da marca, engajar um público apaixonado por chocolates e produtos gourmet, e criar uma comunidade fiel de seguidores que compartilham nossos valores e paixão pela excelência.

O objetivo principal é aumentar o número de seguidores nas plataformas sociais da Jingle através de parcerias estratégicas com influenciadores. Estes influenciadores têm um público engajado e alinhado com o perfil dos nossos consumidores, o que facilita a criação de conteúdo autêntico e relevante que ressoa com a nossa audiência.

### **Seleção de Influenciadores**

Foi identificado alguns influenciadores chave cujos perfis são altamente relevantes para nossa estratégia:

- Reviewporsp: Conhecido por suas avaliações detalhadas e honestas de restaurantes e produtos gourmet em São Paulo.
- Danichoma: Uma influenciadora que compartilha receitas inovadoras e experiências gastronômicas, engajando seguidores com seu conteúdo criativo e inspirador.

- Theo Parizzi: Um apreciador de boa comida e bebida, cujas recomendações são seguidas por muitos entusiastas gastronômicos.
- -Arthur Paek: Influyente no cenário de gastronomia e lifestyle, conhecido por seu estilo de vida sofisticado e amor pela culinária.
- - Xsbel: Uma influenciadora com um público jovem e apaixonado por descobertas gourmet e experiências únicas.
- - Uailazaro: Com o seu perfil voltado para o lifestyle e experiências de receitas, com uma audiência dedicada que confia em suas recomendações.

## **Estratégia de Parceria**

### 1. Envio de Amostras e Press Kits:

- Será enviado kits personalizados de chocolates Jingle para os influenciadores, contendo uma seleção de nossos melhores produtos, acompanhados de material promocional e uma carta personalizada explicando a história e valores da Jingle.
- Será incluso vouchers de desconto exclusivos para que os influenciadores possam oferecer aos seus seguidores, incentivando compras e engajamento.

### 2. Criação de Conteúdo Autêntico:

- Será solicitado que os influenciadores compartilhem suas experiências degustando os chocolates Jingle em seus perfis, através de posts, stories e vídeos.
- Será direcionado que eles contem suas impressões pessoais e histórias envolvendo o consumo dos chocolates, mostrando uma receita por exemplo, criando uma narrativa autêntica e envolvente.

### 3. Conteúdo Colaborativo:

- Serão desenvolvidos conteúdos colaborativos, como vídeos de receitas e dicas de culinária, em parceria com os influenciadores.
- Esses conteúdos serão publicados tanto nos perfis dos influenciadores quanto nos canais da Jingle, ampliando o alcance e engajamento.

A Jingle monitorará métricas como crescimento de seguidores, engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos) e conversões (cliques em links, compras realizadas). Analisará o desempenho das campanhas e ajustará a estratégia com base nos resultados obtidos, focando nas táticas que geraram mais engajamento e conversões.

Com parcerias estratégicas e bem planejadas com influenciadores chave, a Jingle está posicionada para aumentar significativamente sua base de seguidores de forma orgânica. Essa estratégia permitirá que a marca alcance novos públicos, crie conteúdos autênticos e envolventes, e estabeleça uma comunidade engajada de amantes de chocolate e produtos gourmet, impulsionando o crescimento orgânico através da confiança e influência dos parceiros.

### **Tabela de Investimentos**

<b>Mês</b>	<b>Parcerias com influenciadores</b>	<b>Publicidade paga</b>	<b>Produção de Conteúdo</b>	<b>Marketing de Conteúdo</b>	<b>Eventos e Parcerias Estratégicas</b>	<b>Total Mensal</b>
Janeiro	R\$10.000	R\$5.000	R\$3.000	R\$2.000	R\$0	R\$20.000
Fevereiro	R\$12.000	R\$6.000	R\$3.000	R\$2.500	R\$0	R\$23.500
Março	R\$10.000	R\$5.000	R\$3.000	R\$2.000	R\$5.000	R\$25.000
Abril	R\$12.000	R\$6.000	R\$3.000	R\$2.500	R\$0	R\$23.500

Mês	Parcerias com influenciadores	Publicidade paga	Produção de Conteúdo	Marketing de Conteúdo	Eventos e Parcerias Estratégicas	Total Mensal
Maio	R\$10.000	R\$5.000	R\$3.000	R\$2.000	R\$5.000	R\$25.000
Junho	R\$12.000	R\$6.000	R\$3.000	R\$2.500	R\$0	R\$23.500
Julho	R\$10.000	R\$5.000	R\$3.000	R\$2.000	R\$5.000	R\$25.000
Agosto	R\$12.000	R\$6.000	R\$3.000	R\$2.500	R\$0	R\$23.500
Setembro	R\$10.000	R\$5.000	R\$3.000	R\$2.000	R\$5.000	R\$25.000
Outubro	R\$12.000	R\$6.000	R\$3.000	R\$2.500	R\$0	R\$23.500
Novembro	R\$10.000	R\$5.000	R\$3.000	R\$2.000	R\$5.000	R\$25.000
Dezembro	R\$12.000	R\$6.000	R\$3.000	R\$2.500	R\$0	R\$23.500
Total Anual	R\$132.000	R\$66.000	R\$36.000	R\$26.500	R\$30.000	R\$290.000

### Detalhamento das Ações

**Parcerias com Influenciadores:** O envio de kits personalizados terá um investimento inicial de R\$ 5.000 em janeiro, seguido de um investimento mensal para envios contínuos. Os valores para posts e stories patrocinados variam entre R\$ 5.000 e R\$ 6.000 por mês. Os concursos e sorteios terão alocação de R\$ 5.000 a cada dois meses para prêmios e campanhas de engajamento.

**Publicidade Paga:** As campanhas segmentadas no Facebook e Instagram terão um investimento médio de R\$ 5.000 a R\$ 6.000 por mês. Parte do orçamento de publicidade será destinado ao Google Ads e YouTube.

**Produção de Conteúdo:** A criação de fotos e vídeos profissionais terá um investimento constante de R\$ 3.000 por mês. A criação de enquetes, quizzes e desafios estará incluída no orçamento de produção.

**Marketing de Conteúdo:** A criação de artigos para o blog e otimização para SEO terá um investimento médio de R\$ 2.000 a R\$ 2.500 por mês. Campanhas de e-mail marketing estarão incluídas no orçamento de marketing de conteúdo.

**Eventos e Parcerias Estratégicas :**Participação em feiras e eventos gourmet com um investimento médio de R\$ 5.000 a cada dois meses. Parcerias estratégicas para conteúdo conjunto estarão incluídas no orçamento de eventos.

Com um investimento total de R\$ 290.500 ao longo de um ano, a Jingle está bem-posicionada para aumentar sua base de seguidores e engajar seu público-alvo de maneira eficaz e sustentável. A combinação de parcerias com influenciadores, publicidade paga, produção de conteúdo de alta qualidade, marketing de conteúdo e eventos estratégicos garantirá um crescimento orgânico significativo e uma presença forte nas redes sociais.



## **15. Conclusão**

Com base nas pesquisas e análises feitas, a Jingle é uma empresa que possui uma atitude louvável quando o assunto é um chocolate de boa qualidade e ainda assim com um preço acessível. Com a realização de diversos estudos por meio do paladar e da opinião crítica dos consumidores, é possível afirmar que pode haver um crescimento significativo.

A aceitação do público assegura que em caso de lançamento de novas linhas de produtos, seria bem recebido. Possuindo bons resultados, é notável que ampliar seus negócios tanto para o interior quanto para o exterior seria bem recebido. A conclusão de ser bem aceito se tem pelo comprometimento da empresa em seguir sua missão, visão e valores sem ferir sua ética e muito menos de seu público que consome seus produtos e partilha da grande motivação de prosseguir com a sustentabilidade como seu compromisso com o meio-ambiente.

A Jingle não só faz a diferença, mas também busca fornecedores que possuem o mesmo dever com o meio-ambiente. Por meio de tudo, uma confiança é criada para que a Jingle mantenha sua identidade e represente o sabor brasileiro por meio de seus produtos oferecidos.

## Bibliografia

ABIB, M. Estilos de vida: uma contribuição ao estudo da segmentação de mercado. **Digital Library Usp.** Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-13092004-115348/en.php>  
Acesso em: 25 set. 2023

ALDEN, D; The significance of cacao production in the Amazon Region during the late Colonial Period: an essay in comparative economic history. **Proceedings of the American Philosophical Society**, v. 120, n. 2, 1976.

CAMBRAIA, D; LUIZ, A. A mercantilização do Fruto de Ixcacao: O cacau do grão-pará e o consumo do chocolate na Europa (Séculos XVII e XVIII). | **Locus: Revista de História**, Juiz de Fora, MG, v. 27, n. 1, p. 229-247, 2021.

CAMPOS, R; ANDRADE, C. **A importância da aplicação dos fundamentos de marketing: eficiência no marketing para sucesso das empresas.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em administração) - Centro Universitário Anhanguera, Pirassununga, 2019.

CHAMBOULEYRON, R. O plantio do cacau na Amazônia colonial (séculos XVII e XVIII). **Anais do XXII Encontro da Associação Portuguesa de História Econômica e Social**, Lisboa, 2012.

KOPENHAGEN. **Chocolates, Doces Finos, Trufas e mais na Loja Copenhagen.** Disponível em: <<https://www.kopenhagen.com.br/sobre-a-kopenhagen>>.  
Acesso em: 05 maio 2023.

NAKAGAWA, M. Ferramenta: Análise Swot (Clássico). **Portal Sebrae.**

Disponível em:

[https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME\\_Analise-Swot.PDF](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF)

Acesso em: 20 nov. 2023.

PORRO, A. **Cacau e chocolate: dos hieróglifos maias à cozinha ocidental.** São Paulo, p. 279-282.

REACTION CONSULTORIA. **Microambiente e como ele impacta a sua empresa/negócio.**

Disponível em: <<https://www.reactionconsultoria.com.br/post/microambiente-e-como-ele-impacta-a-sua-empresa#:~:text=O%20microambiente%20consiste%20no%20ambiente,durante%20a%20vida%20dela%20tamb%C3%A9m.>>. Acesso em: 3 ago. 2023.

**REDAÇÃO LOGCOMEX. Consumo de chocolate no mundo: como é o comércio do produto?**

Disponível em: <[https://blog.logcomex.com/consumo-de-chocolate-no-mundo/#:~:text=Como%20veremos%20adiante%2C%20a%20Europa,e%20Alemanha%20\(8.12%20kg\).>](https://blog.logcomex.com/consumo-de-chocolate-no-mundo/#:~:text=Como%20veremos%20adiante%2C%20a%20Europa,e%20Alemanha%20(8.12%20kg).>). Acesso em: 21 set. 2023.

REGIS, W.; DE AGUIAR. **A importância da análise do macroambiente para uma organização**. 2009. 38 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2009.

SEBRAE. **Como definir metas e objetivos do negócio**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-definir-metas-e-objetivos-do-negocio,a9ec2cc17a875810VgnVCM100000d701210aRCRD>>.

Acesso em: 21 out. 2023.

SERASA EXPERIAN. **Segmentação de mercado: O Que é, Como Fazer Para sua Empresa**. Disponível em:

<<https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/marketing/segmentacao-de-mercado-tudo-o-que-voce-precisa-saber/>>.

Acesso em: 20 set. 2023.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020). Estimativas da população residente no Brasil e unidades da federação com data de referência em 1º de julho de 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>

IBGE. (2020). PNAD Contínua. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html>

IBGE. (2020). Estudos e pesquisas: Informação demográfica e socioeconômica nº 36. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101663\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101663_informativo.pdf)

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2018). Nota Técnica: Classes Médias e Novas Classes Médias no Brasil. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=33915](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=33915)

IBGE. (2020). Retratos da Sociedade Brasileira: Educação, Saúde e Previdência. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/educacao/9134-retratos-da-sociedade-brasileira.html>

IPEA. (2018). Classes Médias e Novas Classes Médias no Brasil. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=33915](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=33915)

Banco Central do Brasil. (2023). Séries temporais - PIB. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estatisticas/nf/pib>

IBGE. (2023). Índices de Preços. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos>

IBGE. (2023). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/trabalho/remuneracao-e-custo-do-trabalho/9111-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>

IBGE. (2023). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/rendimento-despesa-e-consumo/17270-pnad-continua.html>

Banco Central do Brasil. (2023). Séries temporais - Taxa Selic. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estatisticas/nf/selic>

Banco Central do Brasil. (2023). Relatórios Econômicos. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/conteudo/home-ptbr/TextosRelatoriosEconomicos/TextoRelatoriosEconomicos.asp>

International Cocoa Organization (ICCO). (2023). Market Information. Disponível em: <https://www.icco.org/about-us/cocoa-market-information.html>

World Wildlife Fund (WWF). (2023). Cocoa and Forests Initiative. Disponível em: [https://wwf.panda.org/our\\_work/food/sustainable\\_production/cocoa/cfi/](https://wwf.panda.org/our_work/food/sustainable_production/cocoa/cfi/)

Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). (2018). Análise do ciclo de vida do chocolate ao leite. Disponível em: <https://repositorio.puc-campinas.edu.br/handle/tede/1078>

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2022). Climate Change 2022: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Disponível em: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/>

International Institute for Sustainable Development. (2018). State of Sustainability Initiatives Review: Standards and the Green Economy. Disponível em: <https://www.iisd.org/ssi/>

## **Anexos**

### **Anexo 1: Pesquisa com público-alvo**

A Jingle elaborou investigação aprofundada sobre o mercado de chocolates gourmet e suas nuances de consumo através desta pesquisa com o possível público-alvo, com o intuito de fornecer insights relevantes para o desenvolvimento de estratégias eficazes no setor. O interesse por chocolates gourmet tem crescido significativamente nos últimos anos, refletindo uma demanda crescente por produtos de alta qualidade que ofereçam uma experiência sensorial única aos consumidores.

Este estudo tem como objetivo principal analisar as preferências, hábitos de consumo e motivações dos consumidores em relação aos chocolates gourmet. Por meio de uma abordagem metodológica sólida e uma análise cuidadosa dos dados coletados, busca-se identificar padrões e tendências que possam orientar as empresas do setor na elaboração de estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos.

### **O público-alvo da Jingle:**

A empresa atende a uma comunidade diversificada de apreciadores de chocolate sofisticado, buscando oferecer uma experiência sensorial única. Seu público inclui amantes de chocolate gourmet, presenteadoras conscientes, apreciadores de chocolate artesanal e consumidores em busca de qualidade premium, como famílias e amigos compartilhando momentos especiais.

O público-alvo da Jingle abrange consumidores da Classe C, que valorizam chocolates de alta qualidade a preços acessíveis, tanto para consumo imediato quanto para uso em receitas. Cerca de 52% do público é feminino, com idades entre 18-35 anos, universitários, solteiros e com renda mensal superior a R\$ 1900,00.

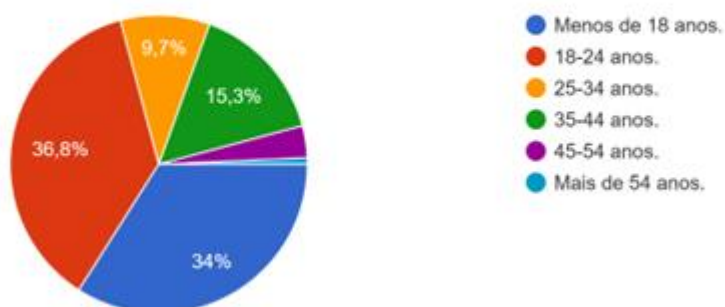
A presença constante do chocolate na vida dos brasileiros destaca a importância da variedade de opções disponíveis no mercado, com consumidores em busca de diferentes sabores, texturas e combinações. A acessibilidade dos chocolates em supermercados, lojas especializadas e quiosques influencia a decisão de compra,

visando a conveniência e fácil acesso aos produtos. Além disso, o preço é um fator determinante, e a Jingle busca oferecer um bom custo-benefício para seus consumidores.

## Resultados

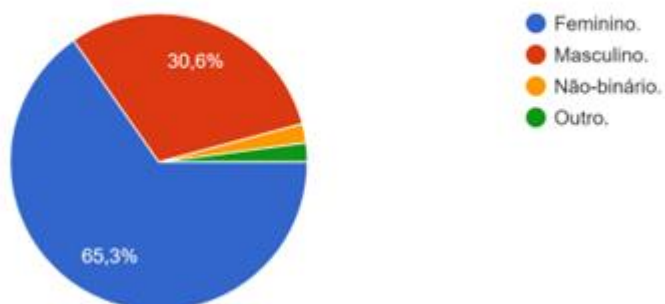
### 1. Qual sua faixa etária?

144 respostas



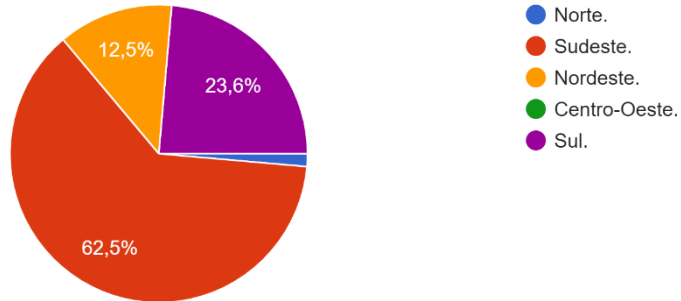
### 2. Qual seu gênero?

144 respostas



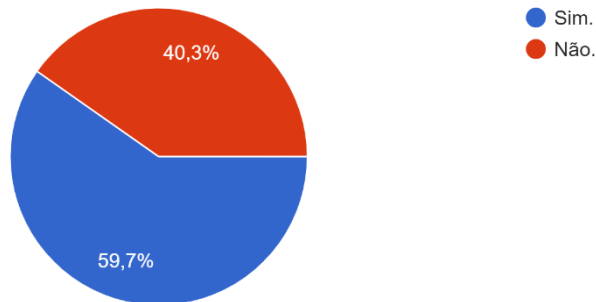
### 3. Em que região do Brasil você reside?

144 respostas



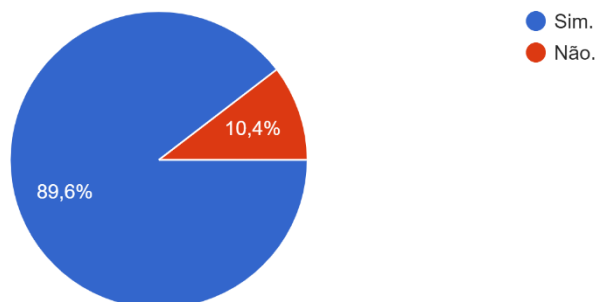
### 4. Você costuma consumir chocolates regularmente (mais de 2 vezes na semana)?

144 respostas



### 5. Você acha a ideia de chocolates de qualidade premium a um preço acessível entre 10 a 15 reais por barra atrativa?

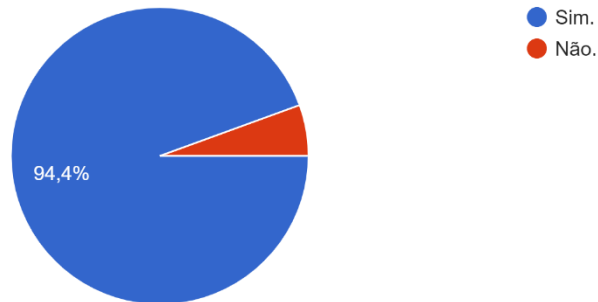
144 respostas





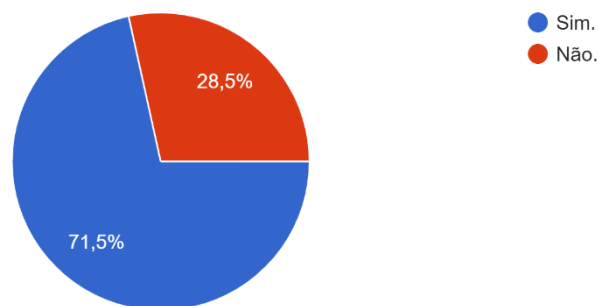
6. Você acredita que chocolates de qualidade premium são adequados para ocasiões especiais ou presentes?

144 respostas



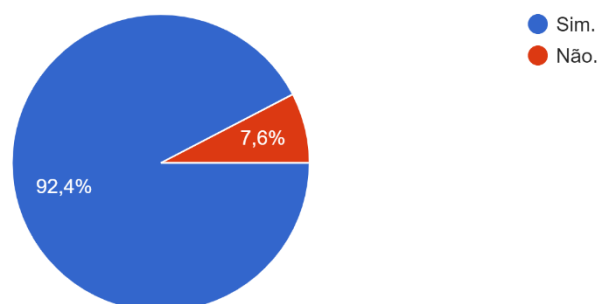
7. A possibilidade de utilizar a mesma barra de chocolate tanto para consumo imediato quanto para cozinhar influenciaria a sua decisão de compra?

144 respostas



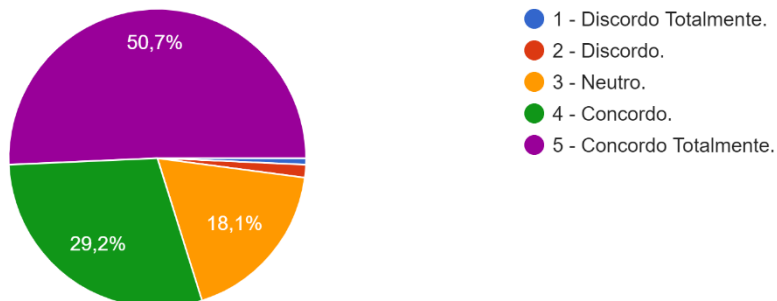
8. Com base no que sabe sobre os chocolates da marca, você acha que eles atendem às suas preferências como consumidor?

144 respostas



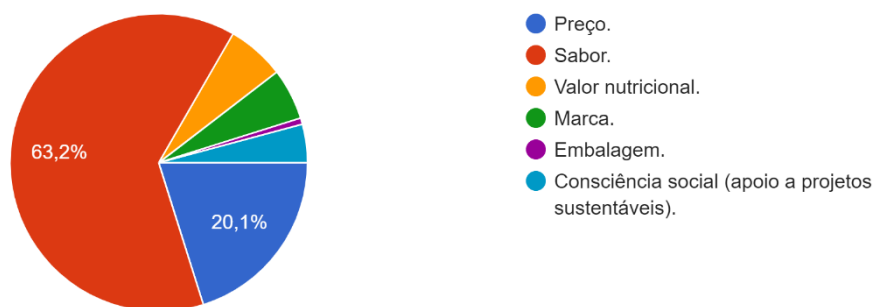
9. Quão importante é para você que o chocolate que consome seja produzido de forma sustentável e apoiando agricultores locais?

144 respostas



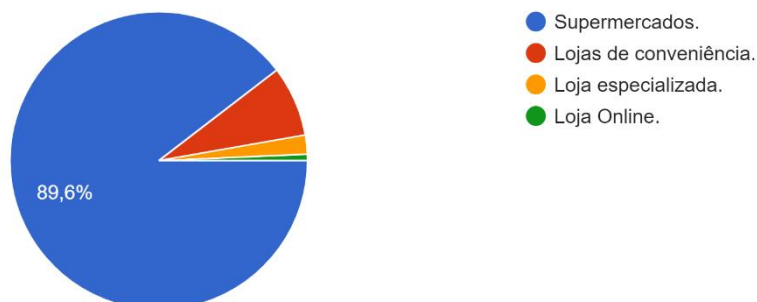
10. Qual é o principal fator que influencia sua decisão ao escolher um chocolate para comprar?

144 respostas



11. Onde você costuma comprar chocolates com mais frequência?

144 respostas



## Conclusão

Com base nos dados da pesquisa de público-alvo, é possível identificar diversas oportunidades e estratégias de marketing para atender às preferências e necessidades desse segmento específico. Primeiramente, observa-se que a maioria do público-alvo tem entre 18 e 24 anos, é composto por mulheres, reside no sudeste do país e tem o hábito de consumir chocolate regularmente. Além disso, há uma forte inclinação (89,6%) em direção a chocolates de qualidade premium a um preço acessível, especialmente para ocasiões especiais ou presentes.

Uma estratégia de marketing eficaz seria focar na oferta de chocolates de qualidade premium a preços acessíveis, alinhando-se às preferências do público-alvo. Isso poderia ser realizado através de embalagens atrativas e comunicação direcionada para ocasiões especiais, destacando a qualidade do produto e seu valor como presente.

A possibilidade de utilizar a mesma barra de chocolate tanto para consumo imediato quanto para cozinhar é percebida como um diferencial importante para a decisão de compra. Portanto, a Jingle pode explorar essa versatilidade em suas campanhas de marketing, demonstrando receitas e sugestões de uso do produto em diversas preparações culinárias.

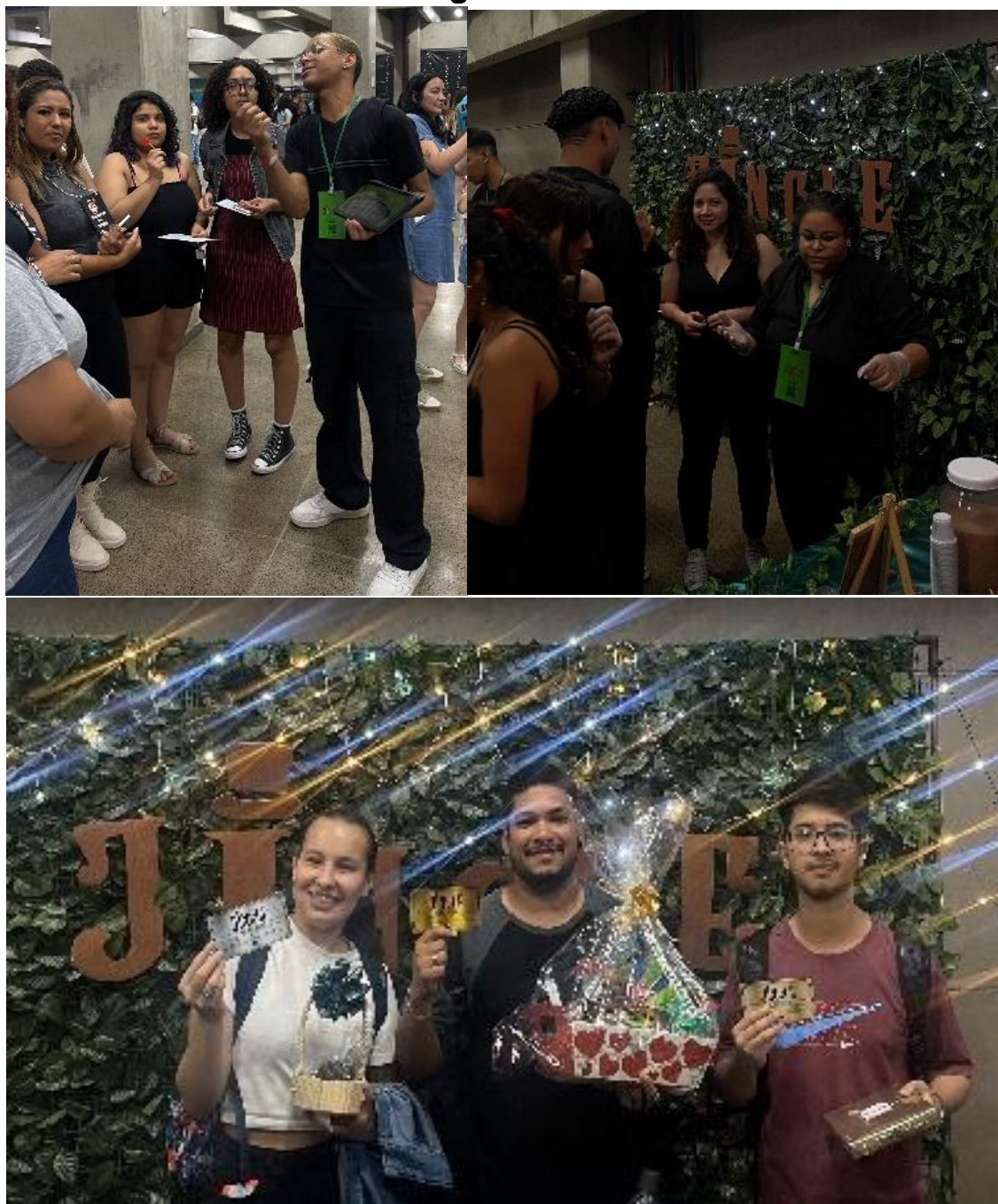
Considerando a preocupação com a sustentabilidade e o apoio aos agricultores locais manifestada por mais da metade do público-alvo, uma estratégia de marketing sustentável e responsável poderia ser implementada. Isso poderia incluir a comunicação sobre práticas de produção sustentável, como o uso de ingredientes orgânicos e o apoio a comunidades agrícolas locais, o que certamente atrairia consumidores conscientes.

Além disso, dado que a maioria dos entrevistados considera o sabor como um fator decisivo na compra de chocolate, é crucial manter um foco constante na qualidade e na variedade de sabores oferecidos pela Jingle.

Por fim, como a maioria dos entrevistados compra chocolate em supermercados, é importante investir em estratégias de distribuição e exposição de produtos nesses locais, garantindo que a marca esteja facilmente acessível ao seu público-alvo.

Em resumo, a partir dos dados da pesquisa, fica evidente que há várias oportunidades para a Jingle, desde a oferta de produtos de qualidade premium a preços acessíveis até o desenvolvimento de estratégias de marketing sustentáveis e atraentes. Ao entender e atender às preferências e necessidades do seu público-alvo, a empresa pode se posicionar de forma eficaz e alcançar sucesso no mercado de chocolates.

## Anexo 2: Feira de marketing







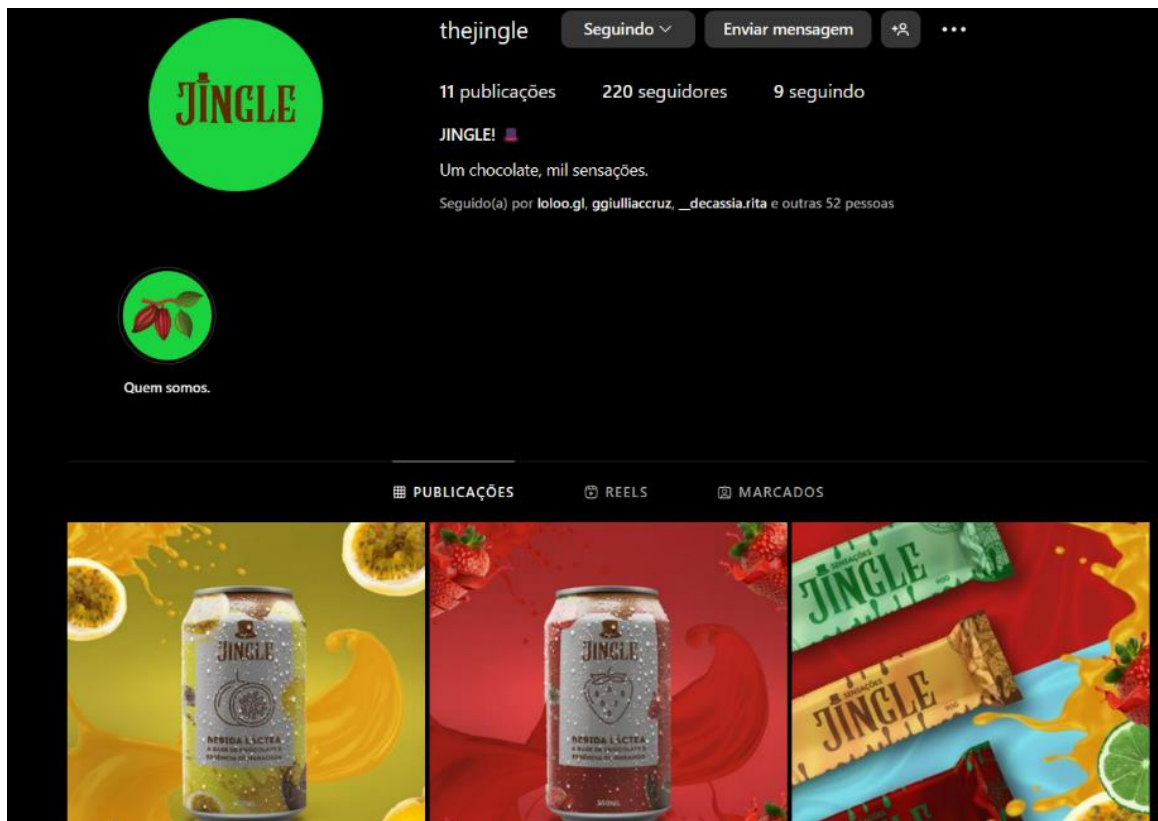




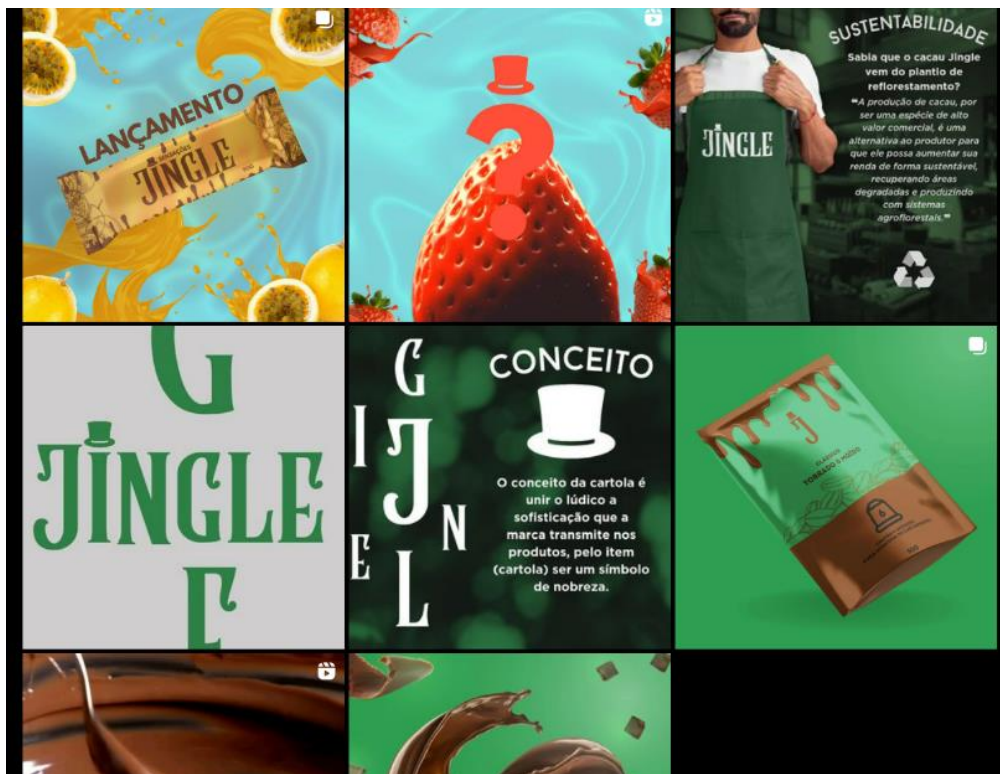




## Anexo 3:



*Instagram promocional da Jingle.*



**JINGLE!**

Um chocolate, mil sensações.

Seguido(a) por loloo.gl, ggiulliacruz, \_decassia.rita e outras 52 pessoas

Quem somos.

PUBLICAÇÕES REELS MARCADOS

831

454