

Abertura e contexto

Este estudo avaliou a reação de 56 pais e mães de bebês de 6 meses a 2 anos ao conceito "Colherada" (Colherada Alimentação Natural), um serviço de assinatura de papinhas naturais congeladas, sem conservantes e sem açúcar adicionado, com cardápio rotativo e entrega quinzenal em casa. O objetivo foi entender a atratividade geral, a aderência à rotina e às necessidades do dia a dia com bebês, a diferenciação percebida frente às papinhas de prateleira e o que impulsiona ou trava a intenção de compra. Além de validar o conceito, este relatório organiza as principais alavancas e barreiras para orientar ajustes de comunicação e de entrega antes de escalar.

Entendendo o conceito pesquisado

Colherada

"Quero alimentar meu bebê com comida de verdade, sem perder horas na cozinha nem culpa por usar industrializado."

A Colherada é um serviço de assinatura que entrega papinhas naturais congeladas direto na sua casa. Receitas desenvolvidas por nutricionista materno-infantil, feitas só com ingredientes frescos, sem conservantes, sem açúcar e sem sódio adicionado. Cardápio rotativo por faixa etária, é só descongelar e servir.

Colherada: comida de verdade, no tempo que você tem.

Perfil dos respondentes

Gênero: Masculino, Feminino

Idade: 26 a 40 anos

Localização:

- Estados: SP, RJ, MG, RS, SC, PR
- Regiões: Sudeste, Sul

Filhos:

- Com ou sem filhos: Sim
- Idade dos filhos: 6 meses a 2 anos

Renda: Média e média-alta

Interesses: Alimentação saudável, maternidade/paternidade, conveniência

Observações: Pais e mães em primeira ou segunda gestação, na fase de introdução alimentar ou pós-introdução. 💡 Necessidades: oferecer comida nutritiva sem culpa; economizar tempo de preparo numa rotina já apertada; ter confiança de que a composição é segura para o bebê. ⚡ Frustrações: "Não tenho tempo de cozinhar papinha toda semana." "Tenho medo do que vem nos potinhos de prateleira." "Quando improviso, fico insegura se está nutritivo o suficiente."

Avaliação geral da ideia

Avaliação da ideia

5 – Gostei muito:	24/56
4 – Gostei:	18/56
3 – Neutro:	6/56
2 – Não gostei:	5/56
1 – Não gostei nem um pouco:	3/56

Aderência à ideia

5 – Combina totalmente comigo:	22/56
4 – Combina comigo:	19/56
3 – Neutro:	9/56
2 – Combina pouco comigo:	4/56
1 – Não combina comigo:	2/56

A reação geral foi positiva e consistente: na nota da ideia, 42/56 deram 4–5, 6/56 ficaram neutros em 3 e 8/56 deram 1–2. Em aderência ("combina comigo"), 41/56 marcaram 4–5, 9/56 em 3 e 6/56 em 1–2, indicando bom encaixe com a rotina de quem tem bebê pequeno. Nas respostas abertas, o entusiasmo vem da combinação de comida natural com economia de tempo (conveniência sem abrir mão de qualidade) e do alívio de culpa em relação aos industrializados. Já a resistência se concentra em preço/custo recorrente, dúvidas sobre o congelamento (textura e nutrientes) e o desejo de cozinhar para o próprio filho.

Elementos que mais chamaram atenção

Conveniência sem culpa (comida natural pronta para servir)

O que escreveram os respondentes

- "O que me pegou foi resolver o jantar do bebê sem precisar cozinhar todo dia, mas ainda ser comida de verdade."
- "Junta as duas coisas que eu queria e nunca consigo: praticidade e saudável de verdade."

Composição limpa e respaldo de nutricionista

O que escreveram os respondentes

- "Sem conservante e sem açúcar foi o que mais me chamou atenção, é exatamente o que evito no potinho."
- "Saber que tem nutricionista por trás me dá mais segurança do que comprar qualquer marca."

Cardápio rotativo por faixa etária (variedade e adequação)

O que escreveram os respondentes

- "Gostei do cardápio mudar, porque eu sempre acabo repetindo as mesmas receitas em casa."
- "Ser separado por idade do bebê mostra que pensaram na fase certa de cada um."

Conclusão:

Os dados reforçam que o conceito chama atenção como uma solução que resolve um dilema real do dia a dia (39/56 enxergam diferenciação em 4–5), sustentado principalmente pela ideia de comida natural já pronta. A atenção não vem só da praticidade: muitos destacam valor na composição limpa e no respaldo profissional, e na adequação do cardápio à fase do bebê. Isso indica que o ganho de relevância tende a vir da combinação "conveniência + confiança nutricional", e não apenas da entrega em casa.

Intenção de compra

5 – Com certeza compraria:	21/56
4 – Talvez compraria:	20/56
3 – Neutro:	9/56
2 – Talvez não compraria:	4/56
1 – Com certeza não compraria:	2/56

Por que comprariam

Economia de tempo na rotina com bebê (praticidade no dia a dia)

Segurança da composição (sem conservantes, sem açúcar, aval de nutricionista)

Variedade e adequação por idade (cardápio rotativo)

Análise:

As pessoas comprariam principalmente para recuperar tempo sem abrir mão da qualidade: relataram rotina apertada e dificuldade de cozinhar papinha com frequência. O segundo motor é a confiança na composição, a ausência de conservantes e açúcar e o respaldo profissional reduzem a culpa associada ao industrializado. Por fim, a compra é reforçada quando o cardápio parece pensado para a fase do bebê e traz variedade que os pais têm dificuldade de manter sozinhos em casa.

Por que NÃO comprariam

Preço e custo recorrente da assinatura (avaliação de custo-benefício)

Dúvidas sobre o congelamento (perda de nutrientes, textura, sabor)

Desejo de cozinhar para o próprio filho (vínculo e controle do preparo)

Como interpretar:

As barreiras aparecem mais como dúvidas a resolver do que como rejeição: muitos gostam da proposta, mas "ficam com um pé atrás" pelo custo mensal, por não saberem se o congelado mantém o valor nutricional e por gostarem de cozinhar. Para mitigar: (1) explicar como o congelamento preserva nutrientes e tornar o preço por refeição comparável ao caseiro; (2) detalhar processo, validade e modo de preparo; (3) posicionar o serviço como apoio nos dias corridos, não como substituto do cozinhar em casa, com opções de plano menores ou avulsas.

Conclusão:

A intenção de compra é forte, com espaço claro de conversão: 41/56 ficaram em 4–5 (21/56 "com certeza compraria" e 20/56 "talvez compraria"), 9/56 neutros e 6/56 em 1–2. As justificativas mostram que o "talvez" aparece menos por rejeição direta e mais por dúvidas de custo, por incerteza sobre o congelamento e pelo apego ao preparo caseiro. Em outras palavras, há demanda concreta, mas a decisão depende de tornar o custo-benefício tangível e de dissolver receios sobre a qualidade do congelado.

Sugestões de melhorias

Com base nos feedbacks dos respondentes, identificamos os principais pontos de atenção para aprimorar sua proposta:

- Tornar o preço por refeição transparente e oferecer planos flexíveis (avulso, semanal, mensal)
- Explicar o processo de congelamento e comprovar preservação de nutrientes, textura e validade
- Mostrar o cardápio em detalhe (ingredientes, faixa etária, kit experimental para testar antes)

Conclusão:

As sugestões indicam que o principal ajuste é de oferta e prova, não de "dor" do público: há interesse real, mas falta tangibilidade no preço e segurança quanto ao congelado. Tornar o serviço mais demonstrável (kit para experimentar, cardápio aberto, comparação de custo com o caseiro) e flexibilizar a entrada (plano avulso ou semanal) tende a reduzir indecisão, especialmente entre quem marcou "talvez compraria".

Recomendações e próximos passos

Recomendação: seguir para um teste/lançamento piloto, não descartar. O conceito tem tração forte (41/56 em intenção 4–5; 42/56 avaliaram a ideia em 4–5; 39/56 enxergam diferenciação 4–5) e endereça uma necessidade concreta de pais com bebês pequenos. Para converter indecisos, ajustar a comunicação para: deixar claro o preço por refeição e compará-lo ao caseiro, explicar como o congelamento preserva nutrientes e abrir o cardápio com ingredientes e faixa etária.

Complementar com prova de confiança (apresentação da nutricionista, processo de produção, kit experimental de baixo custo) e estrutura de oferta com opções (plano avulso ou semanal além do mensal) para reduzir a barreira de entrada e ancorar o valor de forma tangível.