**Conclusão / observações / sugestão para empresa**

Nossa primeira reunião foi para nos conhecermos, expormos nossas dificuldades e eficiências e como poderíamos contribuir no projeto. Também foi importante para analisarmos quais tempos vagos teríamos para disponibilizar, relacionado aos nossos compromissos diários. Quando começamos a planejar o projeto, fomos estudar a marca, o site da empresa, as ofertas de produtos e serviços. Vimos a importância e a presença marcante dos aplicativos e programas de vantagens vinculados à Ipiranga. Nos interessamos em pesquisar mais sobre os aplicativos vinculados à empresa. Utilizamos as lojas da apple e android e notamos uma quantidade considerável de comentários negativos. Também notamos o mesmo padrão em muitos comentários contidos na rede social Instagram. Uma das dores mais comentadas foi sobre a dificuldade de resgatarem suas pontuações. Isso nos direcionou a explorarmos este tema. Nossa pesquisa qualitativa inclui conversa com taxista, colegas que dirigem longos trajetos e abastecem diariamente. Também preparamos algo pós envio da pesquisa quantitativa, mas que foi válido da mesma maneira, pois evidenciou o tema sobre os aplicativos e também um comparativo relacionado a quantidade de postos existentes aqui no RJ, incluindo algumas bandeiras concorrentes. Observamos um ponto bastante curioso entre os entrevistados: A dificuldade de encontrar um Posto Ipiranga na cidade do Rio de Janeiro. Nossa pesquisa quantitativa teve contribuição de todo o grupo, e fechamos com 36 perguntas. Das respostas conseguidas resolvemos montar o case com um dashboard de duas abas: • Respostas relacionadas a motivação da escolha do posto com 6 gráficos • Respostas relacionadas a escolha e utilização do app com 6 gráficos • Utilizamos 6 itens como filtros interativos com os gráficos. Depois das análises da pesquisa nossa conclusão pode servir como sugestão para a empresa. Baseado nas repostas dos entrevistados relacionadas a quantidade de Postos na cidade e a dificuldade do motorista de encontrar um Posto no seu trajeto, entramos no site da empresa para analisar o mapa e localização dos Postos. Percebemos uma discrepância na quantidade de Postos em uma região. Nossa sugestão é que a empresa inicie um programa de distribuição de Postos para melhor ocupação dos espaços. Para iniciar, a primeira ação poderia ser: ao surgir interesse de uma parceria com um empresário que queria investir em uma franquia, poderia acrescentar como exigências, áreas descobertas pela marca. Para isso, a própria empresa teria um estudo técnico das possíveis áreas, de interesse da empresa, para apresentar como sugestão ao futuro franqueado. Para efeito de visualização, estamos anexando dois prints do Mapa dos Postos da Ipiranga, encontrado no próprio site da empresa. Neles podemos observar que existe uma concentração muito grande de Postos Ipiranga, somente, em uma região do estado, totalizando 17 postos.