



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Comércio Exterior
Campus de Itajaí

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL APLICADAS AO MERCADO EUROPEU DE PET FOOD: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA RITZENBERGER PETFOOD

Bernardo Gabriel Canci Rebello¹
Renata Granemann Bertoldi Platchek²

RESUMO

O presente trabalho busca demonstrar, através de um estudo de caso, as estratégias de marketing digital utilizadas pela empresa Ritzenberger Petfood na comercialização de produtos alimentícios premium para pets, no mercado europeu. Para isso, optou-se por descrever o cenário do mercado europeu, com ênfase na comercialização de alimentos premium, para pets; apresentar o modus operandi da empresa, o composto mercadológico e o contexto em que a mesma está inserida; e identificar as estratégias adotadas pela empresa para promover o consumo de seus produtos e a expansão da marca, por meio de ferramentas de marketing digital. A utilização de livros, monografias, artigos e páginas na internet compõem a bibliografia dos capítulos iniciais, como fonte de dados primários. Nota-se também a fundamental importância do aprofundamento nos conceitos de marketing, marketing internacional, análise ambiental e mix mercadológico para a estrutura e embasamento dos capítulos seguintes. O estudo de caso aborda o histórico da comercialização de alimentos para animais de estimação em âmbito global, o fenômeno da humanização dos pets, as tendências observadas neste contexto e aprofunda-se nas características pertinentes ao cenário da União Europeia, onde a empresa atua desde 2009. A pesquisa de campo, as entrevistas com os gestores e o referencial bibliográfico permitem analisar o panorama do marketing digital, suas ferramentas e estratégias, bem como relacionar as práticas da Ritzenberger Petfood ao planejamento estratégico, composto mercadológico, e decisões de marketing digital. As considerações finais contemplam ainda sugestões de melhorias e implementações de ferramentas, pautadas na análise de dados e desenvolvimento bibliográfico.

Palavra-chave: Pet food, Marketing digital, Mercado europeu.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Comércio Exterior, UNIVALI – Campus Itajaí/SC.bernardo.r3bello@gmail.com

² Prof^a. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. renata_bertoldi@univali.br