



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Marketing
Campus de Balneário Camboriú

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Beatriz Campos da Silva¹

Mateus Felipe Carlini²

Paulo Roberto da Silva Bastos³

Pablo Flores⁴

RESUMO

O projeto apresentado possui dados concretos obtidos através de pesquisa de campo, envolvendo questionários com o público consumidor da cafeteria Café & Morango. Foi realizada uma análise de mercado a fim de identificar as variáveis internas e externas que influenciam no funcionamento da empresa, o comportamento do consumidor e a buyer persona. Através da análise SWOT foram descobertas as ameaças, oportunidades, pontos fortes e fracos da Café & Morango, com a finalidade de auxiliar na criação de estratégias. Com isso, a empresa obterá conhecimento para criar as estratégias de marketing, solucionando os problemas e otimizando as oportunidades.

Palavras-chave: Pesquisa de campo, estratégia de marketing, análise organizacional.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú
/SC.beatriz.camposds@gmail.com

² Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.mateuscx93@gmail.com

³ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú
/SC.paulorobertobastos94@gmail.com

⁴ Prof. Dr. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. pflimberger@hotmail.com