



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

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

ANÁLISE DE MERCADO

Ederson Zagoto¹

Gabriel Felipe Soares²

Giovane Magni³

Pablo Flores Limberger⁴

RESUMO

Este projeto tem por objetivo auxiliar a Chá de Pimenta na resolução de problemas e exploração de possíveis mercados, para isso, foram realizadas quatro tipos de pesquisas, sendo elas de satisfação, mercadológica, de buyer persona e análise de mercado. Teve como métodos para a realização destas pesquisas a aplicação de questionários na loja, na cidade, e em meios de comunicação online, e também coleta de dados em institutos nacionais, como IBGE. Com os resultados obtidos através das pesquisas, pôde-se perceber a satisfação de seus consumidores em relação ao atendimento prestado na loja, identificar o perfil e o comportamento de potenciais clientes da loja, representar através de uma buyer persona a compra de potenciais clientes da loja, representar através de uma buyer persona o perfil do consumidor da Chá de Pimenta e ainda identificar oportunidades e ameaças do mercado que podem ser exploradas e/ou neutralizadas pela loja. Apesar da limitação de tempo apresentada para a realização das pesquisas, foi possível através delas entender de que forma a Chá de Pimenta deve se portar em relação aos seus clientes e concorrentes, auxiliando através dos resultados obtidos com a pesquisa o processo de tomada de decisão pela gestão.

Palavras-chave: Marketing. Pesquisa. Chá de Pimenta.

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

² Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. gabrielfelips1@gmail.com

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

⁴ Prof. Dr. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. pflimberger@univali.br