



Doceria como oportunidade de negócio: um estudo de caso para a criação de um plano de marketing

Ruchely Luana Trevisan Lahm Gonçalves
Universidade La Salle

Silvana Lehn (Orientadora)

Tipo do trabalho

Pôster

Tema

Ciência Socialmente Aplicada - Gestão e Negócios

Palavras-chave

Confeitaria, Doces, Marketing.

OBJETIVO

O estudo tem como objetivo caracterizar o cliente de determinada doceria localizada na cidade de Sapucaia do Sul/RS, a fim de identificar oportunidades de negócio e estratégias no segmento de doces e confeitaria, visando a criação de um plano de marketing.

MATERIAL

O mercado de doces e confeitaria no Brasil tem se reinventado nos últimos anos. Os produtos mais clássicos estão ganhando novas versões, da mesma forma que, guloseimas típicas dos Estados Unidos, estão sendo introduzidas no mercado por meio de lojas especializadas. Em um ambiente competitivo como este, se faz necessário identificar as principais necessidades do consumidor e criar estratégias de marketing a partir dos quatro P's, tanto de longo quanto de curto prazo, para se destacar. Os resultados positivos da empresa não serão mantidos sem inovar, portanto, a inovação se faz indispensável para melhorias e adaptações em produtos, processos e serviços. O mercado muda constantemente, e é preciso se diferenciar dos demais para garantir resultados positivos para o seu negócio. Este movimento de inovação, pode ser fortemente relacionado com o empreendedorismo, onde há a criação de algo novo a partir da percepção de oportunidades, dedicação, persistência para alcançar os objetivos traçados e ousadia para assumir riscos.

A fim de se destacar e em busca de inovação para o mercado de doces, esta pesquisa tem como objetivo identificar novas oportunidades de negócio para se destacar de forma competitiva. Os objetivos específicos são: a) caracterizar o cliente identificando suas preferências em relação a doceria; b) identificar formas de inovar no segmento de doces e confeitaria; c) criar estratégias de marketing visando obter vantagem competitiva no mercado. Acredita-se que é grande a possibilidade de sucesso nesta área, visto o crescimento do setor nos últimos anos, ainda que em tempos de crise no país.



METODOLOGIA

Para a realização da pesquisa, o método adotado é um levantamento de dados, de cunho quantitativo, sendo aplicado com clientes de uma doceria localizada no município de Sapucaia do Sul/RS. A pesquisa tem como técnicas de coleta de dados a aplicação de um questionário e para análise de dados será aplicada a técnica de estatística descritiva.

RESULTADOS

Este estudo pode contribuir para demais negócios da área de confeitaria, pelo fato de contribuir com dados fundamentais para auxílio na criação de estratégias mercadológicas e de novos produtos.

CONCLUSÃO

Além disto, esta pesquisa tende a identificar pontos fortes e fracos do mercado, com intuito de facilitar a definição e caracterização do consumidor atual.