

CONSTRUÇÃO DO PLANO DE MARKETING PARA UMA MICROEMPRESA DE CONFECÇÃO DO OESTE DE SANTA CATARINA

Pesquisador(es): MERGEN, Fillipe Pedro; MACHADO, Nelson Santos

Curso: Administração

Área: Ciências das Humanidades

Resumo: Embora a cultura de planejar seja bem difundida entre médias e grandes empresas, as pequenas e microempresas, em geral, iniciam suas atividades sem planejamento. O objetivo geral deste estudo visou elaborar o plano de marketing para a microempresa Maygar Confecções, que atua em Chapecó (SC), no segmento de roupas e uniformes. Para este fim, desenvolveu-se a análise dos ambientes interno e externo, a definição do posicionamento da empresa na relação produto-mercado, do perfil dos potenciais clientes e dos segmentos de atuação, bem como a análise do composto de marketing (4 P's). Para este estudo, adotou-se a abordagem qualitativa, de cunho descritivo e interpretativo, com o delineamento do estudo de caso. A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas não estruturadas e pesquisa documental, e a análise pelo método de categorização. Durante o processo de elaboração do plano, os gestores da empresa definiram seu posicionamento focado no segmento de confecções de uniformes profissionais, buscando empresas que tragam pequenas demandas e que querem ser atendidos de forma ágil e personalizada. A estratégia definida pelos sócios proprietários, que serviu como referência ao desenvolvimento do Plano de Marketing, foi a busca de crescimento gradativo, com base na fidelização de clientes pela rapidez no atendimento e qualidade dos produtos a um preço um pouco acima da concorrência. Conclui-se com este trabalho que as micro e pequenas empresas devem implementar a cultura do planejamento em seu ambiente de negócio, preparando-se para melhor atender o seu segmento de atuação.

Palavras-chave: Planejamento. Plano de Marketing. Microempresa. Indústria do Vestuário.

E-mails: fillipe_mergen@hotmail.com - nelson.machado@unoesc.edu.br