



POSICIONAMENTO COMPETITIVO A PARTIR DO COMPOSTO DE MARKETING: O CASO DE UMA EMPRESA DE VAREJO DO VESTUÁRIO DO OESTE DE SANTA CATARINA

Pesquisador(es): CHITTOLINA, Ana Priscila; MACHADO, Nelson Santos

Curso: Administração

Área: Ciências Sociais

Resumo: As oportunidades geram mudanças para o gestor empreendedor. No segmento do varejo do vestuário quem possui diferenciais competitivos está à frente. Esta pesquisa tem como objetivo geral identificar o posicionamento competitivo de Marketing de empresa do varejo do vestuário do oeste de Santa Catarina, que se desvinculou de franquia internacionalmente conhecida para construir identidade própria com produtos multimarcas. O estudo adota a abordagem qualitativa, do tipo descritiva com delineamento do estudo de caso único. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e pesquisa documental, tratados pelo método de análise de conteúdo. Durante o estudo foi possível perceber as adversidades encontradas com uma mudança drástica de portfólio de produtos, layout de loja, processos e do perfil da clientela. Para melhor entender esse processo de mudança foi delineado o modelo estratégico de marketing que possibilita a busca do melhor desempenho perante a concorrência. Identificou-se que a empresa possui diferenciais competitivos, porém enfrenta desafios pela falta de uma marca de renome em seu portfólio de produtos e isso acarreta falta de visibilidade no mercado. Procura compensar as dificuldades com a qualidade no atendimento, com uma equipe experiente no segmento e uma gestão empreendedora com experiência no setor.

Palavras-chave: Estratégias de Marketing. Diferencial Competitivo. Mercado Alvo. Análise do Ambiente.

E-mails: annaprisila07@hotmail.com; nelson.machado@unoesc.edu.br