

23 e 24 de outubro de 2017

## **Aplicação de ferramentas de análise de mercado na gestão de produtos regionais**

NARDINO, Camila<sup>1</sup>  
GUTOWSKI, Jéssica Aline<sup>2</sup>  
ALVES, Emanueli<sup>3</sup>  
STORTI, Adriana Troczinski\*

Objetivando conhecer e implementar algumas das ferramentas de análise de mercado na visão de um gestor, os alunos matriculados na disciplina Gestão de Produtos e Marcas, do quarto semestre do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, do IFRS/*Campus* Erechim, buscaram empresas de Erechim, região e outras localidades, de diferentes segmentos para esta prática. Realizado no mês de agosto de 2017, em grupos, os alunos escolheram uma das ferramentas estudadas em aula, e desta forma a turma debateu os seguintes casos de gestão de produtos: “Empresa Peccin S. A”, com aplicação da ferramenta Matriz BCG (Boston Consulting Group); “Loja Gang”, com aplicação do Modelo SWOT - terminologia em inglês que significa Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats); “Empresa de calçados infantis – Kidy”, com a ferramenta de análise das potencialidades e vulnerabilidades do produto e dos concorrentes (MATTAR, 2009). Com esta última ferramenta citada, foram analisadas também as empresas “Panificadora Paladar” e “X e Cia” da cidade de Erechim; além do estudo da Estética Leila na Matriz SWOT. A metodologia para análise e aplicação destas diferentes ferramentas nas empresas incluiu entrevistas com gestores e funcionários, e dados secundários disponíveis nos *sites* empresariais, de seus principais concorrentes, dados estatísticos e notícias informadas em instrumentos de mídia nacionais. Percebeu-se pelas ferramentas empregadas que as mesmas contribuem para a gestão de produtos, quando se objetiva analisar concorrentes e mercado situacional, antecedendo decisões relativas a linhas e produtos, tais como ampliar, extinguir, caracterizar ou modernizar. Ainda, destaca-se como resultado, a oportunidade prática junto às empresas, permitindo aos estudantes realizar análises específicas regionais do mercado de trabalho destes futuros profissionais.

**Palavras-chave:** Análise de mercado. Gestão de produtos. Empresas.

**Modalidade:** Ensino

---

1 Tecnologia em Marketing, IFRS Erechim, camila.nardino@yahoo.com.br

2 Tecnologia em Marketing, IFRS Erechim, jessika.aline@hotmail.com

3 Tecnologia em Marketing, IFRS Erechim, emanuelialves@gmail.com

\* Professora da área de Gestão, IFRS Erechim, adriana.storti@erechim.ifrs.edu.br