

# 5<sup>a</sup> JEPEX

Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão

26 e 27 de outubro de 2016

## Análise do Ambiente de Marketing e Comportamento do Consumidor de Bicicletas Caloi de Erechim/RS

**Modalidade:** Ensino

CARVALHO, Marcio R. S.<sup>1</sup>  
MORGAN, Idacir A.<sup>2</sup>  
ANDRIOLI, Willian M.<sup>3</sup>  
OPENKOSKI, Carolina.<sup>4</sup>  
GOLLO, Silvana Saionara\*

O ciclismo urbano e os investimentos em mobilidade urbana são fatores determinantes para o crescimento do setor de ciclismo no Brasil, país que já é o terceiro maior produtor e o quinto maior mercado consumidor de bicicletas do mundo, segundo dados da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo, 2015). Com o crescimento do setor, intensifica-se a concorrência, e as empresas do segmento têm que se adequar às novas normas do seu ambiente de marketing e às exigências e atitudes dos consumidores. O objetivo do trabalho foi realizar uma análise do micro e macroambiente da empresa, em especial, traçar o perfil e comportamento dos consumidores de bicicletas Caloi na cidade de Erechim. A pesquisa classifica-se como qualitativa e quantitativa, e o método foi o estudo de caso e o levantamento de campo. A pesquisa teve como foco a empresa Caloi e seus consumidores. Os consumidores de bicicletas entrevistados foram os residentes em Erechim, que em sua maioria têm idade entre 21 e 35 anos, A pesquisa foi aplicada no período de junho a julho de 2015. Foram coletados dados primários, através de questionário estruturado e dados secundários, coletados em sites, livros e artigos. As análises do ambiente de marketing foram qualitativas e os dados dos consumidores foram tratados de forma quantitativa. Os principais resultados são: a) análise do ambiente de marketing: a Caloi, empresa que atua há mais de 115 anos no mercado, tornou-se uma gigante no segmento, destacando-se no setor ciclístico e de ciclomotores, através da inovação, qualidade de produtos e propagandas, buscando a satisfação e fidelização de clientes; entre seus principais concorrentes destacam-se as Marcas Monark e Huston; b) análise do perfil e comportamento do consumidor: 21% dos entrevistados encontram-se com idade entre 21 e 35 anos, 18% possuem renda mensal de 2 a 3 salários-mínimos e estão cursando o ensino superior; quando decidem pela compra de uma bicicleta, 20% leva em consideração a qualidade do produto e 19% a marca. Observou-se que os entrevistados em 19% dos casos comprariam uma Caloi pelo fato de a Empresa fabricar produtos duráveis com alta qualidade, 12% dos casos por ser uma marca de renome no mercado. Constatou-se que a empresa Caloi, ao longo dos anos se empenhou para que seus produtos fossem duráveis e de qualidade, sempre inovando para satisfazer seus clientes mais fiéis e assim ganhando em sua trajetória muito nicho de mercado

**Palavras chaves:** comportamento do consumidor, ambiente de marketing, ciclismo.

1 Tecnologia em Marketing, IFRS – Campus Erechim, [marciorscarvalho@hotmail.com](mailto:marciorscarvalho@hotmail.com)

2 Tecnologia em Marketing, IFRS – Campus Erechim, [idacirmorgan@gmail.com](mailto:idacirmorgan@gmail.com)

3 Tecnologia em Marketing, IFRS – Campus Erechim, [willian\\_mateus\\_a@yahoo.com.br](mailto:willian_mateus_a@yahoo.com.br)

4 Tecnologia em Marketing, IFRS – Campus Erechim, [carolina.openkoski@yahoo.com.br](mailto:carolina.openkoski@yahoo.com.br)

\* Docente e Pesquisadora, IFRS – Campus Erechim, [silvana.gollo@erechim.firs.edu.br](mailto:silvana.gollo@erechim.firs.edu.br)