



Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul

Curso de Sistemas de Informação

Campus Pedra Branca

UA Gestão de Marketing

Prof.^a Luciana Manfroí

Aluno(a): Diego Prestes de Sousa

Planejamento de marketing Tropical Esportes



¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

1ª Etapa: Planejamento

1.1	Sumário Executivo.....
1.2	Análise de Ambiente.....
1.2.1	Ambiente externo.....
1.2.1.1	Ambiente econômico.....
1.2.1.2	Ambiente sociocultural.....
1.2.1.3	Ambiente político legal.....
1.2.1.4	Ambiente tecnológico.....
1.2.1.5	Concorrência.....
1.2.2	Ambiente interno.....
1.2.3	Análise de oportunidades, ameaças, forças e fraquezas (SWOT).....
1.3	Definição do Público-alvo.....
1.4	Definição do Posicionamento de Mercado: como o cliente vê o seu negócio.....
1.5	A Importância da Marca.....
1.6	Definição de Objetivos e Metas.....
1.7	Definição das Estratégias de Marketing.....
1.7.1	O Composto de Marketing.....
1.7.1.1	Produto.....
1.7.1.2	Preço.....
1.7.1.3	Praça.....
1.7.1.4	Promoção.....

2ª Etapa: Implementação do Plano de Marketing

3ª Etapa: Avaliação e Controle *(iremos realizar esta etapa após a implementação do plano de marketing digital)*

Conclusão (iremos realizar esta etapa após a implementação do plano de marketing digital)

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

Referências Bibliográficas (*inclua todas as fontes de sua pesquisa*)

1.1 Sumário Executivo (só no final)

1.2 Análise de Ambiente

1.2.1 Ambiente externo

1.2.1.1 Ambiente econômico

Com base em notícias da BBC News Brasil, podemos observar que o clima econômico está instável, o Brasil como um todo está sofrendo com a ressecção econômica, que se agravou de maneira exponencial com a pandemia que chegou no começo de 2020 e ainda a enfrentamos até a confecção deste plano de marketing.

O dólar em alta e as más relações que o Brasil tem cultivado com a China está tornando a matéria prima – corda, feita de polietileno – escassa e mais cara que o normal, o que anda impactando negativamente os negócios de forma geral.

Economicamente não há boas previsões, o dólar ameaça subir todo dia e dependendo de como for as eleições dos EUA em novembro as coisas podem mudar bastante, para melhor ou para pior. Mas isso fica na parte política legal.

1.2.1.2 Ambiente sociocultural

Um bom ponto é que, apesar do preço elevado em todos os quesitos, as pessoas compraram mais redes para proteção residencial, aquelas de colocar na janela para proteção de crianças e animais, já que não há creches e muitos pais estão em casa. Construtoras pararam de solicitar nossos produtos do dia para a noite, mas os condomínios aumentaram, o orçamento que fazemos para construtoras é bem maior, mas condomínios normalmente não possuem prazo de entregas tão apertados.

As construtoras, de maneira geral, querem tudo com muita pressa e sempre pagam no dinheiro, o que diminui taxas de banco (que não são lá muito altas) e nos facilita bastante o trabalho, visto que em nosso ambiente a maioria das pessoas são arcaicas e utilizam muito dinheiro em papel.

Condomínios e consumidores finais, no geral, se diversificam muito com o único padrão entre eles sendo a grande diferença de necessidades de um para outro e a pressa elevada em seus pedidos. Lembrando, o produto é feito de forma manual e precisamos sempre dar uma reeducação para o cliente entender como as coisas funcionam.

Nossos clientes são em sua grande maioria com mais de 35 anos, aposentados e de classe média/alta. Os clientes finais normalmente são de classes mais baixas, que compõe a grande maioria da população brasileira.

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

Dependendo da performance do Brasil nos campos em copas e de como os times brasileiros estão de status as vendas crescem momentaneamente, a ultima vez que isso aconteceu foi quando o Flamengo quase ganhou um campeonato mundial, foi um grande “bum” e se manteve por um bom tempo. Motivou muita gente e os campos ficaram mais vivos.

As vendas online dispararam no ano de 2020, e muita gente que tinha medo de realizar compras online se obrigou a fazê-la, isso quebrou alguns velhos tabus e fez com que, apesar da crise, pudéssemos manter as coisas por um tempo.

Vale dizer também que as contas a pagar de muitas instituições foram postergadas por 3 meses, o que auxiliou muito para “sobreviver economicamente” durante o pior tempo da quarentena.

Apesar de agora as pessoas estarem ignorando as regras de segurança para o combate ao novo corona vírus, o Correios entrando em greve complicou muito a situação do nosso negócio. Um produto que demorava uma semana, hoje (literalmente hoje: 20 de setembro de 2020) demora um mês, e muitas vezes mais que isso ainda. A privatização dos Correios ainda não foi pautada por políticos e é uma incógnita sobre se ficará melhor ou pior. Até que essa situação de greve passe, ficaremos à mercê de fatores externos e lidando com isso como melhor pudermos.

1.2.1.3 Ambiente político legal

O que importa para nós é a relação entre o Brasil e a China, visto que moramos próximo a Itajaí, onde tem um porto que chega mercadoria chinesa diariamente. Algumas desavenças bobas por conta do governo brasileiro com o chinês custaram uma diminuição momentânea bem agressiva do governo chinês para o Brasil. Ultimamente, produtos vindos do outro lado do mundo custam 2x mais caros e os importadores e exportadores estão tendo problemas com preços. A tendência é subir o preço ocasionalmente, até que, por algum golpe de sorte ainda não previsto pelas minhas fontes, a economia volte a prosperar e o Soft Power do Brasil volte a ser forte, relações exteriores são uma valiosa commodity.

1.2.1.4 Ambiente tecnológico

Para nós não importa muito o ambiente tecnológico. Somente o Mercado Livre e outras plataformas de comércio online funcionando e expandindo diariamente já é o suficiente para continuarmos operando, tecnologicamente falando. Mas isso se encaixa melhor no ambiente sociocultural.

1.2.1.5 Concorrência

A concorrência online é agressiva - brutal, eu diria —, e a maioria são de São Paulo, estes comerciantes pagam mal a mão de obra, esta que por sua vez não possui outras alternativas de trabalho e possuem contas para pagar, então aceitam trabalhar

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

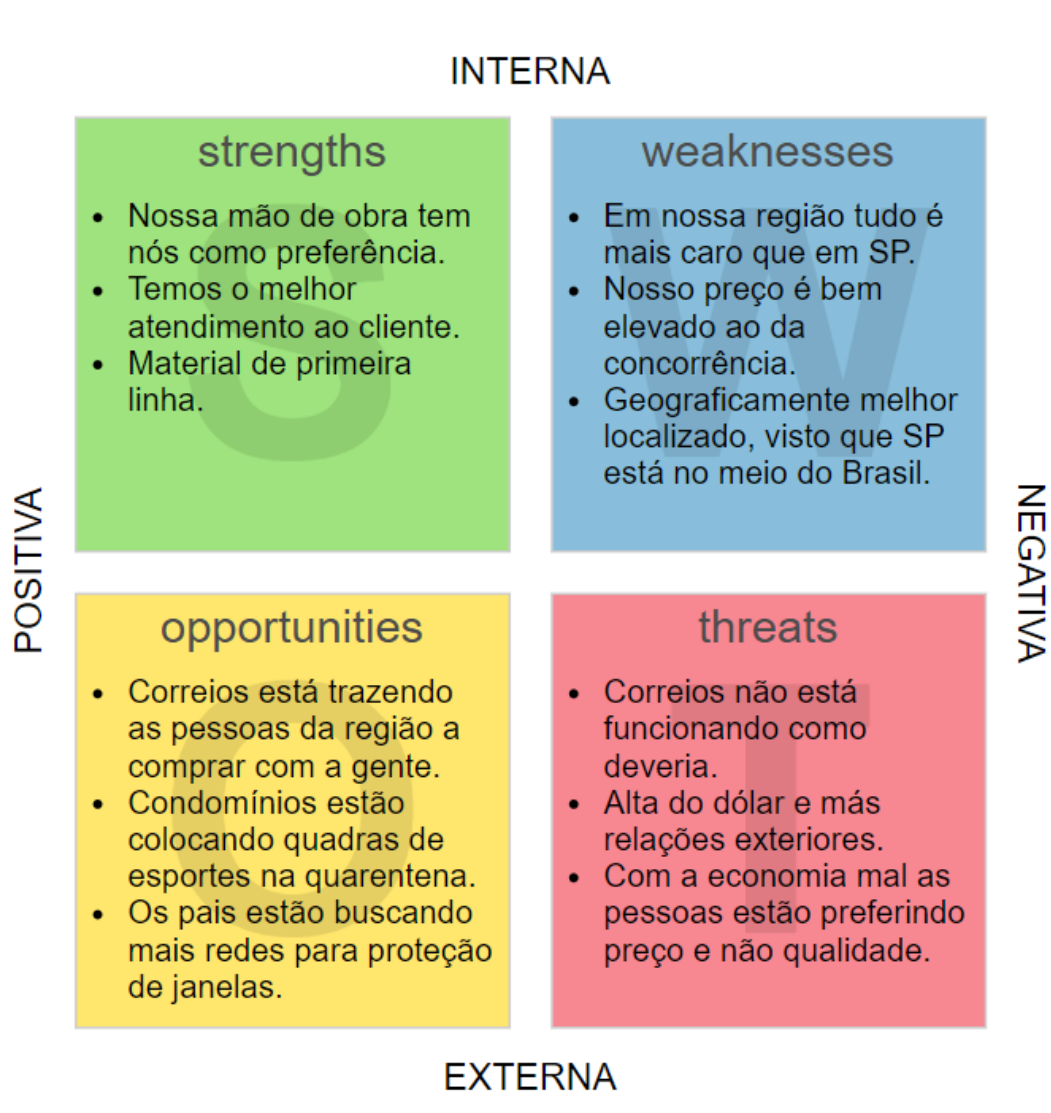
nessas condições de trabalho informal e com baixíssima remuneração. Possuem várias vantagens sobre nós. Mas só o fato de sermos de Santa Catarina nosso produto já é melhor visto, ou costuma ser, já que que em São Paulo se vende todo tipo de bugiganga vinda de fontes duvidosas.

1.2.2 Ambiente interno

Nossa mão de obra é informal e no total temos 9 “rendeiras” que confeccionam redes para nós. No mais, temos um contador e as pessoas da família em nossa casa, que é nossa sede, contribuem bastante. Não necessitamos de muito equipamento, afinal basta um pedacinho de madeira no formato certo (chamado agulha), um pedaço de ferro com o tamanho correto das “malhas” da rede e um gancho bem preso. Atualmente a disponibilidade financeira é crítica, mas nossa organização é muito boa e conseguimos sempre nos virar com o que temos, o que precisamos para voltar a crescer é de capital de giro, demanda (que conseguiríamos com promoção e coisas do gênero) e mão de obra. Sempre que resolvemos um desses problemas o outro aparece para contrabalancear.

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

1.2.3 Análise de oportunidades, ameaças, forças e fraquezas (SWOT)



1.3 Definição do Público-alvo

1.3.1 Geográficos

Construtoras, condomínios e pessoas que querem proteger suas casas para bola de futebol não cair no vizinho no Brasil inteiro, e principalmente SC, nossa região. Pretendemos expandir para venda internacional, mas a pandemia nos imobilizou temporariamente.

1.3.2 Demográficos

Pessoas com mais de 35 anos, pertencentes à classe média e alta. Este é, majoritariamente, nosso público alvo.

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

1.3.3 Psicográficos

Construtoras, condomínios e pessoas que querem proteger suas casas para bola de futebol não cair no vizinho. Assim como quem quer proteger crianças e animais de janelas e sacadas. As construtoras normalmente nos procuram quando precisam de garantia no serviço e os condomínios quando querem algo com padrão elevado, já que nosso produto é mais caro.

1.3.4 Comportamentais

Houve um aumento exponencial nas compras para consumidor final. Estes compram por motivos muito variados: alguns tem coqueiros em casa e querem que o coco não caia no vizinho. Outros querem jogar bola no terreno. Alguns tem sítio e querem fazer uma quadra. Pessoas jurídicas compram sempre que fecham uma licitação com prefeitura e precisam entregar rápido e com qualidade.

1.3.4 Características gerais Pessoa Jurídica

São construtoras, como já disse algumas vezes, normalmente não possuem tantos funcionários, mas não é mandatório, algumas dessas construtoras constroem redes de colégios do 0. Essas construtoras normalmente já se estabeleceram no mercado e pegam serviços mais robustos, por isso não se importam em pagar, e sempre preferem pagamento em dinheiro vivo. Os condomínios normalmente querem trocar a rede da quadra ou instalar uma nova rede trave de futebol, então fazemos a rede sob medida para a trave.

1.4 Definição do Posicionamento de Mercado: como o cliente vê o seu negócio

Voltamos nossos produtos e serviços para clientes com mais disponibilidade financeira, pois buscamos manter a qualidade mesmo com um preço elevado, e preferimos ser conhecidos pela qualidade do que pelo preço. Considerando o nosso principal concorrente, que chamaremos aqui de “Redes e CIA”, nesse mercado não há muitos concorrentes, e os que aparecem logo são descartados ou desanimam no começo.

Informações	Tropical Esportes	Redes e Cia
ATUAÇÃO	Brasil, principalmente SC	Brasil no geral
PÚBLICO-ALVO	Pessoas da região de SC que precisam de redes, construtoras, condomínios e consumidores finais.	Consumidores finais que preferem preço acima de qualidade.
PONTOS FORTES	Qualidade superior; atendemos melhor as pessoas do sul do país; atendemos	Preço baixíssimo; Localização ótima para atender o Brasil inteiro.

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

	presencialmente.	
PONTOS FRACOS	Localização não favorece atendimento para pessoas do nordeste do estado; falta de material mais em conta para ter variedade de preços.	Trabalha somente com materiais baratos; atendimento ruim; não atende presencialmente.
ESTRATÉGIAS UTILIZADAS	Google ADS; ferramenta de marketing do Mercado Livre; preços e prazos são negociáveis.	Desconto em cima de desconto; preços, de fato, “imbatíveis”.

Tabela de vantagens e desvantagens em comparação a concorrência baseada em pontuações. Onde 0 significa “não tem”, 1 significa ruim e 5 excelente.

Vantagens Competitivas	Tropical Esportes	Redes e Cia
Atendimento presencial	3	0
Material de primeira mão	5	2
Suporte pós-venda	4	3
Preço competitivo	3	5
Boa localização geográfica	2	5
TOTAL	17	15

Observando essa tabela sabemos:

- I. Precisamos melhorar nossos preços e encontrar materiais mais em conta, afinal, com a situação atual as pessoas têm preferido preço e não qualidade.
- II. Precisamos abrir a filial em São Paulo, do Mercado Livre, para podermos competir no resto do país de igual para igual.

1.5 A Importância da Marca

A Tropical Esportes tem como símbolo uma palmeira, a árvore significa crescimento, e é uma coisa meio simbólica que a criadora da empresa quis colocar, e fez sentido, pois os esportes são muito mais praticados no verão aqui no Brasil, e o nome da empresa tem “Tropical”.

Nome: Tropical Esportes

Sempre vendemos mais redes no verão, as pessoas associam verão e futebol assim como associam churrasco e pão de alho.

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

Símbolo: Palmeira

O símbolo da empresa, que também é o símbolo na capa desse trabalho, significa crescimento e prosperidade, a palmeira é uma grande árvore, e a Tropical Esportes é uma grande empresa.

Slogan: “Qualidade e Perfeição”

Pensamos em “Qualidade não tem preço”, mas isso significaria que nossos produtos são caros, queremos mudar isso assim que acharmos um caminho adequado, então assim fica mais condizente com a direção que a empresa está seguindo.

1.6 Definição de Objetivos e Metas

I. Objetivo: expandir os negócios e melhorar o transporte para o resto do país.

Meta: Abrir uma nova filial do Mercado Livre em São Paulo em até 2 anos.

II. Objetivo: Encontrar matéria prima mais em conta para atender clientes com preferência de preço.

Meta: Efetuar pesquisas entre fornecedores para encontrar material mais em conta e expandir o público alvo em até 1 ano.

III. Objetivo: Expandir nossos negócios para outras plataformas de vendas online.

Meta: Estabelecer base nas plataformas: Magalu, Amazon e Ebay em até 3 anos.

1.7 Definição das Estratégias de Marketing

1.7.1 O Composto de Marketing

1.7.1.1 Produto

Nossa área de atuação é bem específica, a competição é tranquila, oferecemos outros produtos também na linha esportiva, cordas e redes. Nosso foco sempre foi as redes de proteção para campos de futebol. O que chama atenção é a durabilidade e a qualidade, que é visível no produto. Sempre que podemos pedimos para os clientes nos avaliarem e darem suas opiniões, considerações e até mesmo sugestões, pois estas sempre ajudam a expandirmos nosso leque de possibilidades.

1.7.1.2 Preço

Nossos preços é algo que precisamos ampliar, não modificar, mas ampliar. Manteremos o preço e ajustaremos conforme o preço dos fornecedores, mas devemos encontrar materiais mais em conta para consumidores que valorizam muito preço. Atualmente nossos preços são bons, considerando o material, que é polietileno 100%

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*

virgem com proteção UV e não adere água. Mas precisamos trabalhar com aquelas cordas recicláveis que custam centavos/m² e podemos confeccionar a preço um preço competitivo a concorrência mais ferrenha.

1.7.1.3 Praça

Somo uma loja online, portanto podemos ser bem versáteis. Mas no geral nos estabelecemos em algum Marketplace e somos cadastrados no Google, nossa loja está mais para um estoque, afinal não costumamos receber clientes aqui, mas temos disponibilidade para isso. Atualmente estamos no Mercado Livre, de onde vem nosso maior fluxo de clientes, também estamos no Magalu, mas ainda não nos estabelecemos com força, e o Amazon, que entramos a pouquíssimo tempo.

1.7.1.4 Promoção

Como dito na parte da praça, estamos estabelecidos em vários tipos de Marketplace, eles têm uma mecânica de marketing na internet própria, pois os usuários destes sites precisam saber que eles estão lá! Além deste marketing fornecido por um algoritmo, fazemos promoções de preço ocasionais e divulgamos nossos produtos no Facebook e Instagram, nada muito sério até o momento, precisamos melhorar isso nos próximos anos, mas a promoção existe, ainda que pequena.

Referências bibliográficas

Canal oficial da BBC News Brasil no YouTube:

<https://www.youtube.com/user/BBCBrasil>

<https://propmark.com.br/mercado/populacao-acima-dos-50-anos-e-desafio-para-a-publicidade/#:~:text=Atualmente%2C%2054%20milh%C3%B5es%20de%20brasileiros,quase%20metade%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20brasileira.>

¹Esse documento deverá ser entregue preenchido na AV1. O modelo onde constam as informações está na midiateca com o título de *Como Elaborar um Plano de Marketing*