
	PROJETO DE INTERVENÇÃO (DISCIPLINA DE EXTENSÃO - DISCENTE)						
APROVADO POR:	DIRETORA ADJUNTA DE REGULAÇÃO	DATA:	19/02/2024	VERSÃO:	01	CÓDIGO:	PEX-MDL-54

Análise estratégica de mercado para pequenos negócios

	PROJETO DE INTERVENÇÃO (DISCIPLINA DE EXTENSÃO - DISCENTE)						
APROVADO POR:	DIRETORA ADJUNTA DE REGULAÇÃO	DATA:	19/02/2024	VERSÃO:	01	CÓDIGO:	PEX-MDL-54

DADOS DO PROJETO	
INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR:	Uninassau
DISCIPLINA:	Atividades Práticas Interdisciplinares de Extensão I
CURSO(S) PROPONENTE(S):	Análise e desenvolvimento de sistemas
ÁREA TEMÁTICA:	Tecnologia
DISCENTES RESPONSÁVEIS: (nome e matrícula)	Arthur santos de Macedo -01722254 Ayrton Senna Sabino da Costa- 01647930 Camila Marques Vieira de Moraes- 01742843 David Antony Luiz da Silva- 01651819 Enos bezerra de souza-01709083 Johnathan Robert Dumaresq pereira- 01695321 Jonas Felipe Dantas Segundo Guimarães -01720927 Kildey Ruan Leonez de Lima- 01685190 Nicolas França Castro Rosa - 01715574 Rharyson Silva- 01706975 Samuel Dion de Berto Gomes- 01720760
QUANTIDADES DE ALUNOS NO PROJETO	11

## 1. Introdução:

A análise estratégica de mercado é essencial para qualquer negócio que busca entender o ambiente competitivo, identificar oportunidades e desafios, e tomar decisões informadas para alcançar o sucesso. Para pequenos negócios, essa análise é ainda mais crucial devido à necessidade de se destacar em um mercado competitivo e dinâmico, muitas vezes com recursos limitados. A tecnologia desempenha um papel fundamental nesse processo, oferecendo ferramentas que tornam a análise de mercado mais acessível e eficaz.

O avanço tecnológico democratizou o acesso a dados e insights detalhados que antes eram exclusivos de grandes corporações. Ferramentas como Google Analytics proporcionam uma visão aprofundada do comportamento online dos consumidores, permitindo que pequenas empresas compreendam como seus clientes interagem com seus produtos ou serviços e ajustem suas estratégias de marketing de forma precisa. Além disso, plataformas de monitoramento de concorrência, como SEMrush e SimilarWeb, permitem acompanhar as atividades dos concorrentes e identificar lacunas a serem exploradas, ajudando a posicionar produtos e serviços de maneira competitiva.

Softwares de CRM (Customer Relationship Management), como HubSpot e Zoho CRM, facilitam o gerenciamento das interações com clientes, permitindo a criação de campanhas de marketing personalizadas e altamente segmentadas. Isso resulta em um engajamento mais profundo e em uma maior probabilidade de conversão. Além disso, ferramentas de automação de marketing, como Mailchimp, economizam tempo e melhoram a eficácia das campanhas, fornecendo dados detalhados sobre o desempenho de cada ação.

O monitoramento das redes sociais com ferramentas como Hootsuite ou Sprout Social permite que os pequenos negócios acompanhem o engajamento do público e ajustem suas estratégias de comunicação

em tempo real, respondendo rapidamente às mudanças no comportamento dos consumidores. Isso é crucial para manter a relevância e a eficácia das estratégias de marketing.

A integração da inteligência artificial (IA) e big data também oferece previsões precisas e insights acionáveis, ajudando pequenos negócios a antecipar tendências e se preparar para o futuro. Essas tecnologias não apenas aprimoram a análise de mercado, mas também possibilitam decisões baseadas em dados robustos.

## **2. Objetivo:**

1. Identificar as principais ferramentas tecnológicas que podem ser utilizadas por pequenos negócios na análise estratégica de mercado.
2. Avaliar a eficácia dessas ferramentas na coleta e análise de dados de mercado para pequenos negócios.
3. Analisar como a utilização de tecnologia pode melhorar a tomada de decisões estratégicas para pequenos negócios.
4. Explorar as melhores práticas para integrar ferramentas tecnológicas nas operações diárias de pequenos negócios.
5. Determinar os desafios enfrentados por pequenos negócios ao adotar tecnologias para análise de mercado e desenvolver soluções para superá-los.
6. Comparar os resultados obtidos por pequenos negócios que utilizam tecnologias avançadas com aqueles que não utilizam, destacando as vantagens e desvantagens.
7. Desenvolver recomendações para a implementação eficaz de tecnologias na análise estratégica de mercado para pequenos negócios.

## **3. Caracterização da área:**

### **Social:**

Natal, a maior cidade do Rio Grande do Norte, conta com uma população de aproximadamente 890.480 mil habitantes. A cidade é caracterizada por uma diversidade socioeconômica, com uma mistura de diferentes origens e classes sociais. A zona norte, a mais populosa e com alta densidade habitacional, enfrenta desafios significativos em termos de infraestrutura e acesso a serviços essenciais. Em contraste, a zona sul é mais desenvolvida e mais bem equipada. Em termos de educação, o nível é variado, com uma parte significativa da população tendo apenas ensino médio completo. Isso reflete um desafio na qualificação profissional, o que pode impactar a qualidade da mão-de-obra disponível para pequenos negócios. A disparidade socioeconômica entre as zonas sul e norte é marcante, com a zona sul apresentando melhores condições de vida em comparação com a zona norte.

### **Cultural:**

Natal possui uma rica herança cultural, refletida em festas tradicionais como o Carnaval e o São João, que movimentam o comércio local. A cultura nordestina, com suas músicas, danças e culinária, influencia os hábitos de consumo. Como uma cidade turística, conhecida pelas praias e pelo Forte dos Reis Magos, Natal atrai turistas nacionais e internacionais, o que beneficia especialmente o comércio em áreas turísticas como Ponta Negra. A culinária típica, com pratos como gíngua com tapioca e carne de sol, é um

atrativo para moradores e visitantes, e pequenos comércios que investem em produtos locais têm maior potencial de destaque.

**Econômico:**

O turismo é um dos principais motores econômicos de Natal, complementado pelo comércio e pelos serviços. A informalidade é elevada, especialmente em áreas menos desenvolvidas. Pequenos negócios predominam, principalmente em bairros mais afastados do centro, e enfrentam desafios como a concorrência com grandes redes e a dificuldade de acesso a crédito. Embora a infraestrutura da cidade seja razoável, com acessos rodoviários e portuários adequados, a logística pode ser um desafio para pequenos negócios, especialmente para aqueles que dependem de insumos de fora do estado.

**Geográfico:**

Natal está localizada na costa nordeste do Brasil, com uma geografia que inclui dunas e o rio Potengi. A cidade possui um clima tropical, caracterizado por temperaturas altas e alta umidade durante o ano todo. Esse clima favorece atividades ao ar livre e negócios relacionados ao turismo e à gastronomia. No entanto, a sazonalidade pode afetar o fluxo de clientes durante períodos de baixa temporada. A cidade é dividida em quatro zonas (Norte, Sul, Leste e Oeste), sendo a zona sul a mais desenvolvida e concentrando a maior parte das atividades comerciais e turísticas.

**Ambiental:**

Natal enfrenta uma crescente preocupação com a sustentabilidade ambiental. Pequenos negócios que adotam práticas ecológicas, como o uso de embalagens recicláveis e a venda de produtos orgânicos, estão em ascensão. A cidade é rica em recursos naturais, como áreas de preservação que atraem turistas, e sua preservação é crucial para manter o fluxo turístico e o sucesso dos comércios locais. No entanto, desafios como a gestão de resíduos e o saneamento básico ainda impactam a qualidade de vida e as operações comerciais, especialmente nas áreas periféricas.

**4. Local de execução e público-alvo:**

O projeto será realizado na Uninassau, campus Ponta Negra, em Natal, RN. Este local foi escolhido por sua infraestrutura completa, que inclui salas de aula, laboratórios e espaços adequados para a condução de atividades práticas e de extensão. O público-alvo principal são os alunos dos cursos de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Administração, e outras áreas relacionadas, que participarão das atividades como parte de sua formação acadêmica. Além disso, o projeto visa atender pequenos comerciantes de Natal, abrangendo uma variedade de setores, como comércio varejista, serviços e alimentação. Através de workshops, treinamentos e consultorias, o projeto buscará capacitar esses empreendedores, auxiliando-os na análise estratégica de mercado e na adoção de tecnologias que possam melhorar a gestão e competitividade de seus negócios.

**5. Materiais e métodos de abordagem:****Pesquisa de Campo e Coleta de Dados:**

Será realizada uma pesquisa de campo com visitas a pequenos comércios. A coleta de dados será feita por meio de entrevistas presenciais e aplicação de questionários estruturados. O objetivo é compreender as principais dificuldades enfrentadas pelos comerciantes locais, especialmente em relação ao marketing, gestão financeira e atendimento ao cliente.

**Materiais:**

Celular ou Bloco de anotações para a aplicação das entrevistas e canetas para a coleta de informações e organização de maiores problemas em comum entre pequenos comércios.

**Análise de Mercado e consultoria:**

Após a coleta de dados, será realizada uma análise estratégica do mercado local, considerando as informações obtidas com os comerciantes e dados secundários. A análise servirá de base para a criação de relatórios e planos de ação.

**Materiais:**

Softwares de análise de mercado e banco de dados (Excel, google sheets) para compilar as respostas e identificar tendências.

**Métodos:**

A equipe utilizará ferramentas de análise de SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) para avaliar o posicionamento competitivo desses comércios.

**Participação com o público:**

A participação do público é fundamental para o sucesso do nosso projeto, que visa desenvolver um site dedicado a ensinar ferramentas de análise estratégica de mercado para pequenos negócios. Para isso, planejamos criar um espaço interativo onde os usuários possam compartilhar suas experiências e desafios enfrentados em suas jornadas empreendedoras. Por meio comentários nos artigos e fóruns de discussão, incentivaremos a troca de ideias e a colaboração entre os visitantes. Além disso, no futuro, pretendemos implementar ferramentas práticas diretamente no site, permitindo que os usuários testem e apliquem as técnicas aprendidas de forma objetiva e eficaz. Dessa forma, buscamos não apenas informar, mas também engajar e capacitar a comunidade de pequenos empresários.

**6. Resultados esperados:****Impacto na Formação Profissional da Equipe**

Espera-se que os membros da equipe, ao participarem deste projeto, adquiram conhecimentos práticos e estratégicos sobre o funcionamento de pequenos comércios e o mercado local. Isso incluirá o desenvolvimento de habilidades em análise de dados, comunicação e relacionamento com clientes, além de experiência em consultoria e desenvolvimento de intervenções voltadas para negócios. A equipe também poderá aprimorar sua capacidade de trabalho em campo, resolução de problemas e coordenação de eventos, como oficinas e treinamentos. Esses conhecimentos contribuirão diretamente para a formação profissional, proporcionando uma experiência valiosa em projetos voltados para o empreendedorismo e desenvolvimento econômico local.

**Impacto no Público-Alvo**

Para os pequenos comerciantes de Natal, o projeto poderá gerar uma série de benefícios. Primeiramente, a aplicação de estratégias de gestão, marketing digital e atendimento ao cliente, desenvolvidas a partir das análises de mercado e oficinas, poderá melhorar a competitividade e sustentabilidade dos negócios. Além disso, ao oferecer capacitação e consultoria, espera-se que os participantes tenham maior acesso a ferramentas de controle financeiro, técnicas de vendas e métodos para melhorar o relacionamento com

