



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: II Mostra de Iniciação Científica Júnior

ESTRATÉGIAS DE MARKETING EM ORGANIZAÇÕES FAMILIARES: UM ESTUDO DE CASO NA LOJA BAZAR PARATY¹ CAMILA MARZARI²; CARINE HERMANY ZANON³

Carine Hermany Zanon², Camila Marzari³.

¹ Trabalho de conclusão de curso do Curso Técnico em Administração do SENAC ² Professor Orientador, Pós-graduada em Gestão de Pessoas e Marketing, Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, camila.marzari@hotmail.com ³ Aluna do Curso Técnico em Administração do SENAC, carine_zanon@hotmail.co

² Aluna do Curso Técnico em Administração do SENAC

³ Professor Orientador, Pós-graduada em Gestão de Pessoas e Marketing, Curso de Comunicação Social – Relações Públicas

Resumo: O marketing é uma ferramenta fundamental nas organizações. Empresas familiares não são diferentes, fazem uso de estratégias de marketing, muitas vezes, sem perceber que as utilizam. Este estudo buscou identificar quais as estratégias de marketing são utilizadas em empresa familiar, tendo como objeto de estudo a Loja Bazar Paraty. A partir de um referencial composto pelos conceitos de empresa familiar, marketing e estratégias de marketing estabeleceu-se um alicerce para a tabulação e análise dos dados. O estudo foi realizado através de uma pesquisa qualitativa, bibliográfica, descritiva, exploratória e estudo de caso com uma entrevista semiestruturada. A entrevista, composta por 11 questões, foi respondida por duas pessoas responsáveis pela gestão e tomada de decisões na empresa: a proprietária; e o gerente (filho da proprietária). Após aplicação da entrevista percebeu-se que a Loja Bazar Paraty é uma empresa familiar, pelo modelo apresentado por ambos entrevistados. A partir da análise, pode-se perceber que a empresa familiar loja Bazar Paraty possui estratégias de marketing que são pensadas de acordo com datas comemorativas, desenvolvendo ações para prospectar novos clientes e manter os já existentes, pois cada data possui um diferencial e são preparadas de acordo com as necessidades da época. Também outra ação utilizada, onde percebe-se que a empresa está buscando maior relacionamento com os clientes e inovação nas suas ações, é a rede social facebook. A empresa mesmo sendo de âmbito familiar e pequena, consegue desenvolver práticas de marketing. Pois se comparando o conceito de marketing proposto por Kotler, como sendo um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros e, comparando às ações realizadas na empresa, citadas em ambas as entrevistas, como propagandas, revistas, jornais, demonstra que a empresa está disposta a expandir o produto e a marca da empresa. O planejamento dessas estratégias existe, pois sendo um bazar e trabalhando com um mix de produtos muito grande, onde pode-se encontrar presentes, utilidades, brinquedos o ano todo. Este estudo não teve a pretensão de esgotar as discussões acerca dos temas, relacionando marketing com empresa familiar. Mas vale ressaltar que existe sim uma relação, e que a empresa familiar Bazar Paraty desenvolve algumas estratégias. Sabe-se o quão grande é o leque de



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: II Mostra de Iniciação Científica Júnior

opções quando fala-se em estratégias de marketing e que a empresa estudada pode buscar desenvolver outras estratégias de marketing, mesmo que utilizando as datas comemorativas, mas sempre buscando a inovação. Porém, fica claro que a questão do estudo foi respondida de acordo com a análise realizada.

Palavras-Chave: Empresa Familiar; Marketing; Estratégias de marketing