

Pesquisa de Mercado

Autores: Otávio Thomas Bertucini, Felipe Chies Gurkewicz, João Gustavo Kowacic Carvalho, Paulo Gabriel Sena Comassetto, Arthur Santori Gasparin

Orientador: Adriana Maria Corrêa Riedi

O Empreendedorismo envolve o Comportamento das pessoas, sendo que algumas resolvem direcionar-se para os negócios, no entanto, muitos tem dificuldades em colocar suas ideias em prática na criação de um empreendimento (RIEDI, 2009). A pesquisa de mercado surge como uma eficiente estratégia na busca de informações. A pesquisa secundária é aquela realizada a partir dos resultados de pesquisas de terceiros como IBGE, jornais, artigos, etc. A pesquisa primária é aquela desenvolvida pelo próprio pesquisador (questionário, ou entrevista), que visa obter informações que não foram obtidas nas secundárias. Este trabalho tratará da questão do Estudo de Mercado, focando principalmente a pesquisa primária (pesquisa de campo), aquela realizada pelo próprio empreendedor para compreender melhor o comportamento do público alvo que deseja conhecer (RIEDI, 2011). Objetiva-se: destacar a importância do Estudo de Mercado para o Empreendedorismo; diferenciar a pesquisa primária com relação a secundária; apresentar como se estrutura um questionário de pesquisa e demonstrar por meio de software a compilação e resultados obtidos com a pesquisa. Os resultados obtidos com este trabalho foram: o conhecimento obtido com a produção do trabalho; o entendimento de como se dá a estruturação de uma pesquisa de mercado; o aprendizado no uso de um software para o tratamento dos dados da pesquisa e a interpretação dos resultados para a tomada de decisão a respeito do negócio. Conclui-se como sendo de fundamental importância a participação em uma feira científica, pois ao se expor as ideias para outras pessoas, se aprende muito mais a respeito do assunto.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Pesquisa de Mercado. Questionário de Pesquisa