

OS 4 PS DO MARKETING: UMA PROPOSTA DE APLICAÇÃO EM UMA EMPRESA FAMILIAR DO RAMO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS NO MUNICÍPIO DE OUROESTE – SP

Marcelo Caldeira GREGORINI¹
Clayton Aparecido Cardoso de MORAES²

RESUMO

INTRODUÇÃO: Com um mercado cada vez mais globalizado e clientes mais exigentes, as empresas que pretendem sobreviver nesse ambiente acirrado necessitam identificar os fatores que determinam a atratividade do seu negócio, para isso, pode-se fazer a utilização das ferramentas de marketing. Uma ferramenta de grande importância é o mix de marketing ou 4P's, essencial para se obter um diferencial diante da concorrência. **OBJETIVO:** Evidenciar uma proposta de implementação do mix de marketing em uma empresa familiar para a obtenção de vantagem competitiva, enfatizando a conquista de novos mercados e agregação de valor a marca. **METODOLOGIA:** Inicialmente, realizar-se-á uma pesquisa bibliográfica abordando temas referentes ao marketing, e a utilização do mix de marketing nas empresas familiares do setor de alimentos. Por fim, será realizado um estudo de caso em uma empresa familiar, que se utilizará para a coleta de dados, duas ferramentas: o questionário destinado aos consumidores e a entrevista aos gestores da empresa. A pesquisa será de caráter qualitativo, onde os dados serão analisados e interpretados. **RESULTADO:** Com a utilização do mix de marketing, as empresas familiares poderão obter uma adequada organização do seu negócio, assim como um diferencial competitivo, agregando valor a marca. **CONCLUSÃO:** Pode-se concluir, parcialmente, que as empresas familiares necessitam da aplicação dos 4P's, principalmente pela falta de organização na sua gestão, assim como também diferenciais competitivos que as destaquem no mercado inserido.

Palavras-chave: Produtos alimentícios. Empresa familiar. Marketing.

¹marcelocgregorini@gmail.com

²clayton.apartamentocaragua@gmail.com