

TENDÊNCIAS DE MERCADO: COMO USUFRUIR E IDENTIFICAR ESSA OPORTUNIDADE?

Mylena Maria Vieira FERNANDES¹

Daniel de Oliveira SOLFA²

Josilaine Mara ANTONIO³

José Estevão DURAN⁴

RESUMO

INTRODUÇÃO: As tendências são novos empreendimentos dentro de um mercado já pré-estabelecido que afeta não só o lugar onde está inserido, e sim todo um contingente, todas as áreas que estão interligadas de uma forma indireta. **OBJETIVO:** Analisar como surgem as tendências de mercado e a forma como elas afetam as empresas. **METODOLOGIA:** Pesquisa bibliográfica. **RESULTADO:** No atual mercado em que as empresas estão inseridas, aquela que atende melhor seus clientes está à frente dos concorrentes. Porém não é tão fácil agradar e fidelizar uma clientela. Uma boa estratégia para se conseguir mercado é trabalhar com tendências. As tendências podem ser produtos já lançados que, com o tempo, voltam à ativa, podem ser novas ideias que ganham o gosto do público ou algo mais passageiro, que apareceu por conta de uma eventualidade. Mas se deve ficar atento ao analisar tendências de mercado, pois se trata de algo volátil, já que as pessoas mudam de preferência rapidamente, podendo levar uma empresa ao fracasso se seu ramo de atuação for só a tendência escolhida ou não conseguir renovar o produto. **CONCLUSÃO:** Diante do exposto pode-se concluir que o consumo das pessoas, o poder aquisitivo, o comportamento, e os costumes são fatores preponderantes e variáveis fundamentais na percepção das novas tendências e estratégias de mercado, no modismo, no ponto de partida e de chegada para identificação de novos nichos de mercado, alavancagem comercial e financeira do que uma empresa pode esperar e propor.

Palavras-chave: Tendências de mercado. Empresas. Competitividade.

¹mylena.fernandes@hotmail.com

²danielsolofa@hotmail.com

³josylaine_nunes@hotmail.com

⁴agroduran@yahoo.com.br