

Pesquisa de Mercado: análise de percepções no Município de Itaperuna-RJ.

Josélia Rita da Silva^{1}; Matheus de Queiroz Lima Reis²; Marco Otávio Poubel de Oliveira Gonçalves³; Jhonnata Teixeira da Silva⁴; Karine Prevatto Fonseca Durado⁵*

¹Professora - IFF Campus Itaperuna; ²Estudante - IFF Campus Itaperuna;

³Estudante - IFF Campus Itaperuna; ⁴Estudante - IFF Campus Itaperuna;

⁵Estudante - IFF Campus Itaperuna.

**joselia.silva@iff.edu.br*

Resumo

A pesquisa de mercado tem sido considerada importante quando se pretende iniciar um negócio. Das abordagens para uma pesquisa de mercado, optou-se, neste trabalho, pela percepção de consumidores, avaliando na ótica dos consumidores de uma determinada região, quais são as necessidades de novos negócios ou reformulação dos existentes. O objetivo do presente trabalho foi investigar a percepção dos consumidores da cidade de Itaperuna-RJ sobre a demanda de novos negócios. Para tanto, foi realizada uma *survey* com consumidores que passavam pelas ruas mais comerciais do Município, no mês de junho de 2019. Foram entrevistados 120 pessoas, não especificado por idade, sexo, raça ou renda, tendo em vista que todos são consumidores do mercado estudado, no caso, Itaperuna. Os resultados mostram que para a maioria dos consumidores as melhores áreas para se investir são Alimentação (44%), Tecnologia (19%) e Lazer (19%). Apontam os respondentes (50%) que a área de lazer é a que mais carece de inovação nos formatos de serviços oferecidos. Quanto as áreas consideradas com mais opções para os consumidores e que representam maior concorrência de negócios foi apontado o setor de Vestuário (51%), seguido de Alimentação (23%). A expressiva maioria dos consumidores entrevistados (69%) disseram tomar conhecimento de novos negócios na cidade por meio de redes sociais. Sobre as maiores dificuldades para se montar um novo negócio na cidade, a percepção dos consumidores mostrou que são o momento econômico desfavorável (36%), a concorrência (24%), a falta de apoio do poder público (20%) e a burocracia (17%).

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Inovação. Consumo. Concorrência.