
INFORMAÇÕES DE MERCADO AO SEU ALCANCE

*Como usar a internet para
gerar inteligência competitiva
em seu negócio.*



Ficha Técnica

© 2017. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros

SGAS 605 - Conjunto A - CEP: 70200-904 - Brasília/DF

Telefone: (61) 3348-7346

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Vinicius Lages

Unidade de Acesso a Mercados - UAM

Gerente - Renata Malheiros

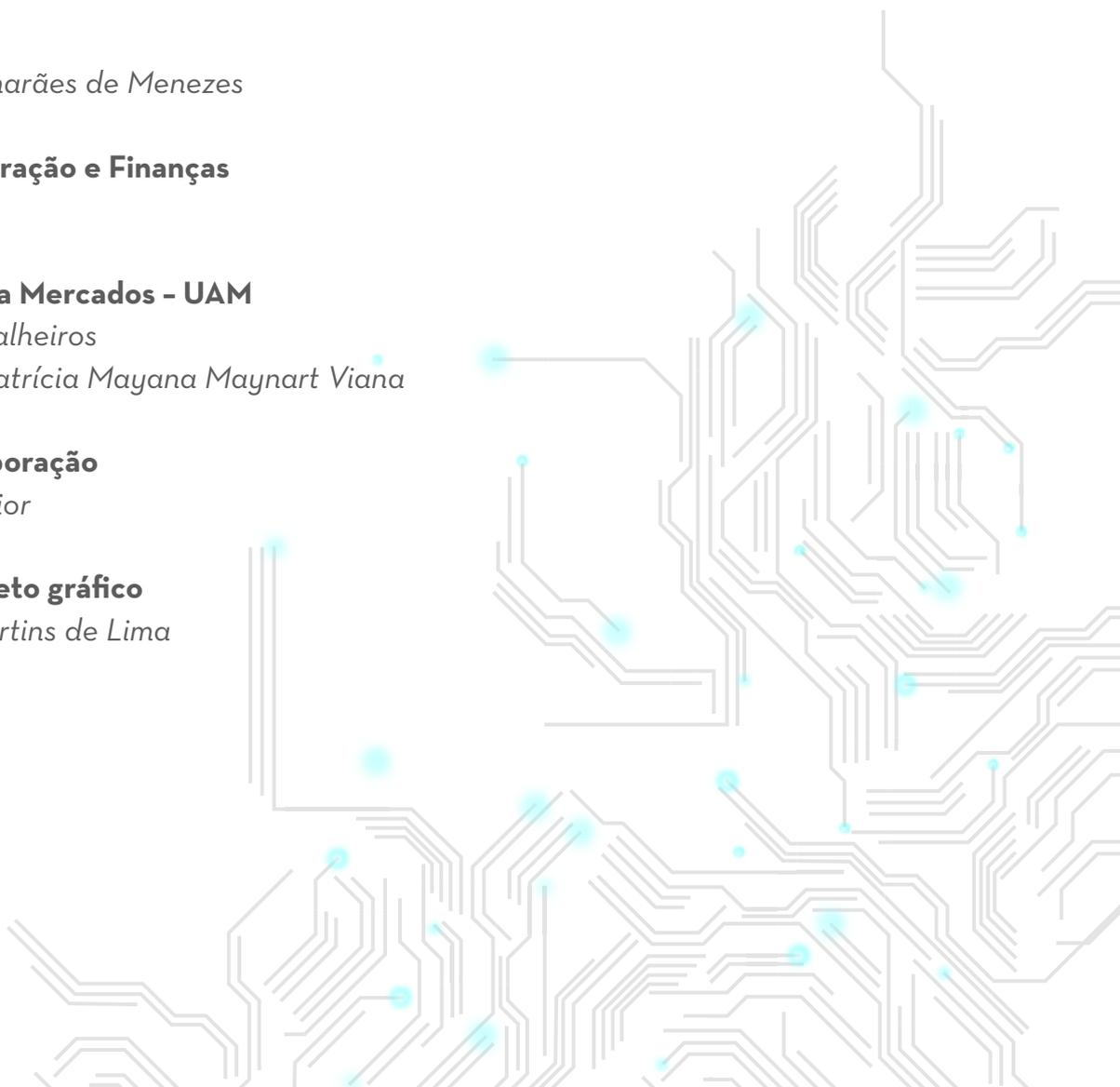
Gerente Adjunta - Patrícia Mayana Maynard Viana

Coordenação e elaboração

Lúcio Silva Pires Júnior

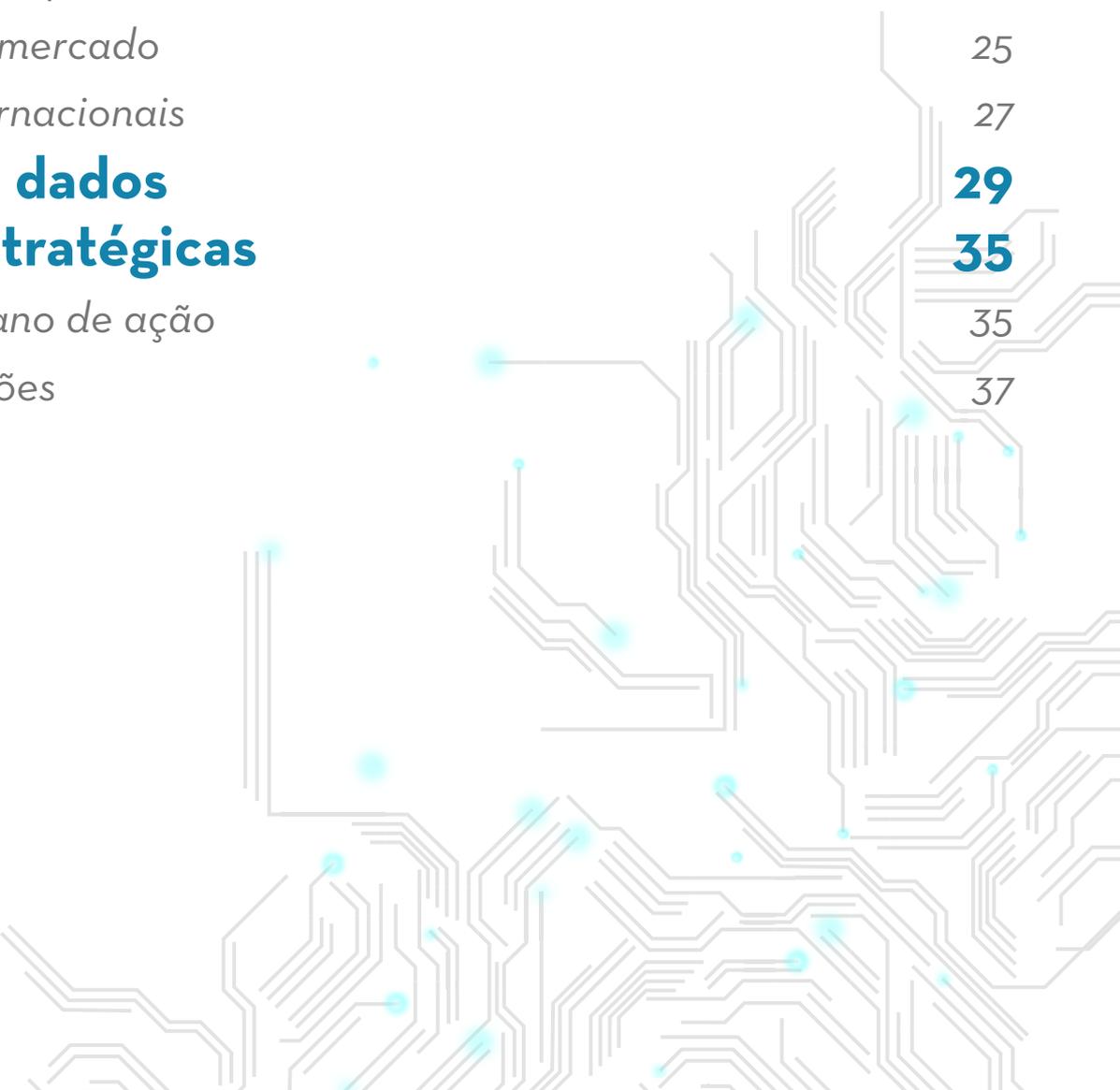
Diagramação e projeto gráfico

Gabriel de Jesus Martins de Lima

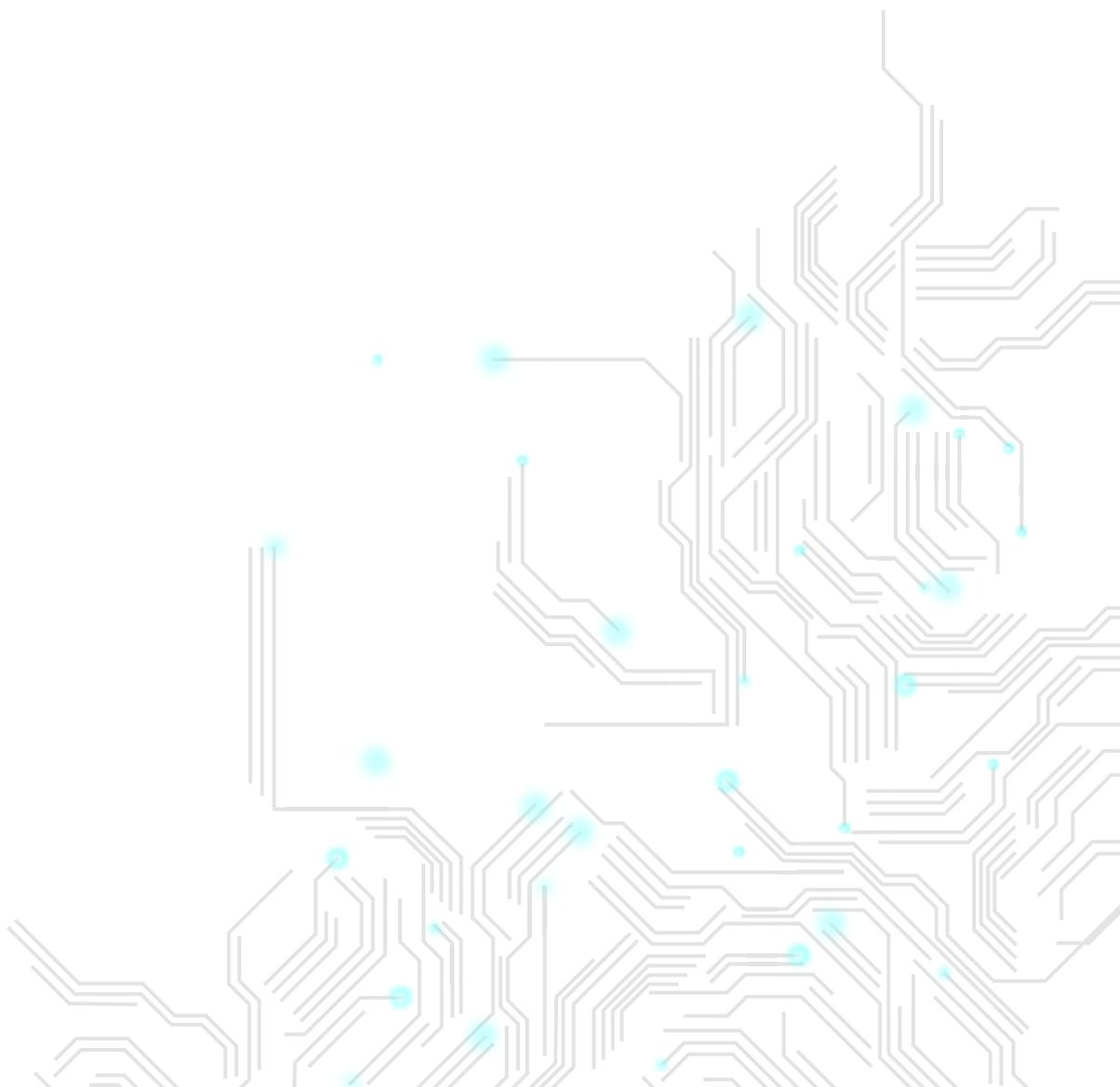


Sumário

// Inteligência de mercado	5
// O negócio e os clientes	7
> <i>Mercado online</i>	14
> <i>Ideias de negócio</i>	15
// Localização e concorrência	17
// Parcerias e fornecedores	22
> <i>Informações de fornecedores</i>	22
> <i>Feiras e eventos</i>	22
// Tendências e oportunidades	24
> <i>Inteligência competitiva setorial</i>	24
> <i>Monitore seu mercado</i>	25
> <i>Compras internacionais</i>	27
// Bases de dados	29
// Ações estratégicas	35
> <i>Métodos e plano de ação</i>	35
> <i>Priorize as ações</i>	37



INTELIGÊNCIA DE MERCADO



// Inteligência de mercado

O objetivo desse guia é apresentar possibilidades práticas de leituras informacionais a partir de fontes de dados disponíveis na internet, que permitam a construção de análises de um mercado em que um empreendedor atue ou queira atuar.

Não é incomum no atendimento do Sebrae indagações sobre “como pesquiso o mercado do segmento de (nome da atividade) para eu abrir um negócio?” e o que indicamos como um caminho mais prático é a busca e uso de informações de mercado já existentes e disponíveis na internet. A inteligência de mercado é um atributo fundamental para a elaboração de um plano de negócio ou para monitorar o mercado em que já se atue.

O significado do termo Inteligência de Mercado pode ser resumido em:

UM PROCESSO DE LEVANTAMENTO E ANÁLISES DE INFORMAÇÕES QUE REVELAM A LÓGICA DE UM MERCADO-ALVO E DIRECIONAM AS AÇÕES ESTRATÉGICAS PARA UM NEGÓCIO.

Dessa definição podemos perceber que inteligência de mercado não é algo que encontramos disponível numa prateleira, num serviço de consultoria ou na assinatura de um serviço. Isso porque inteligência é um processo que requer a atividade da tomada de decisão por um dirigente de um negócio a partir das informações trazidas até ele. As “ações estratégicas” decorrem de um entendimento humano sobre qual caminho seguir.

Abrir um negócio é uma atividade de risco e por isso, o objetivo da inteligência de mercado é trazer à atenção do empreendedor, para que todas as ações tomadas na direção da nova empresa tenham fundamentações a partir de leituras de informações que tornem essas ações bem sucedidas.

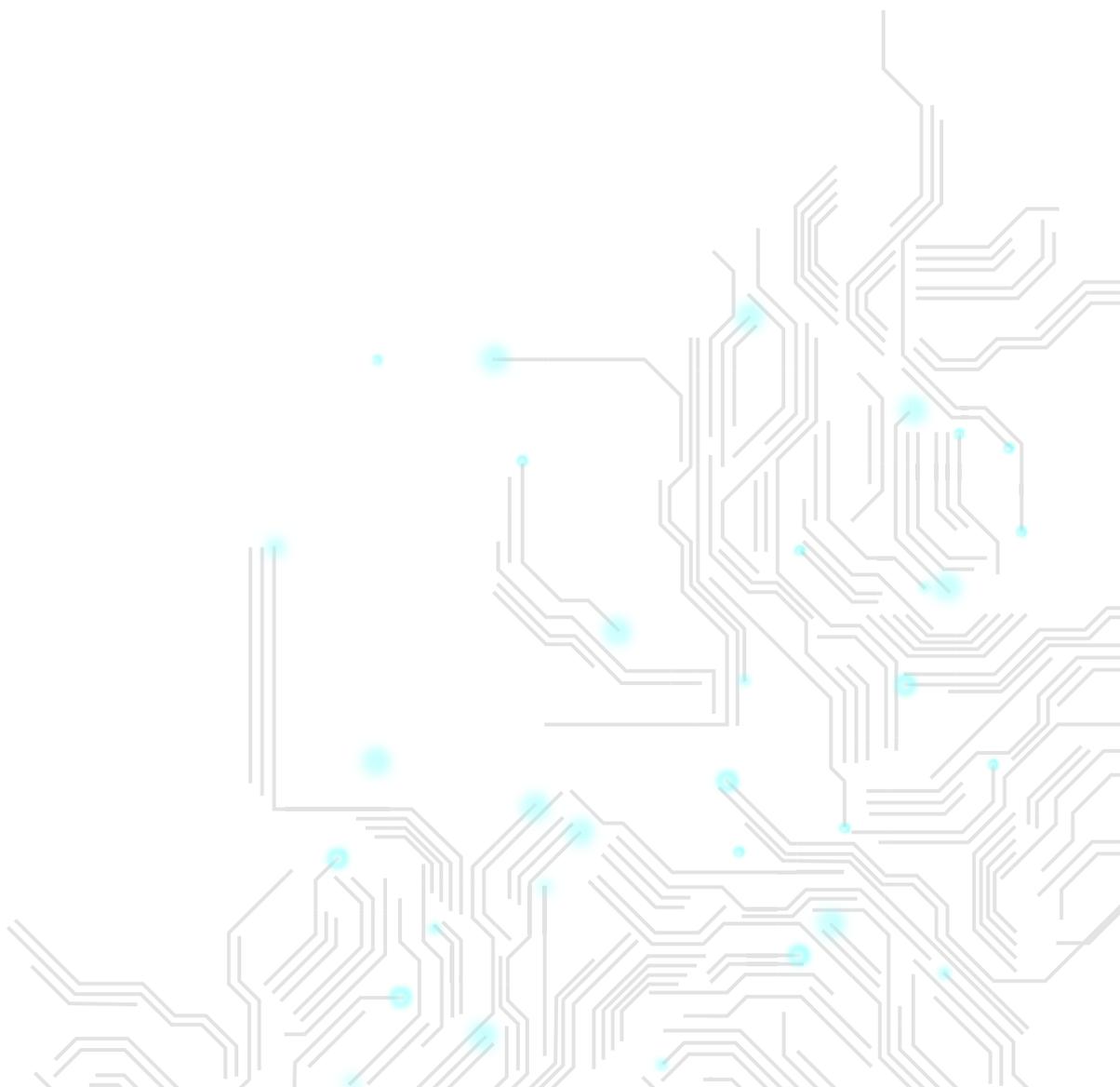
De forma prática, vamos pontuar quatro categorias de informações importantes para o seu mapeamento de mercado:

- **O NEGÓCIO E OS CLIENTES;**
- **LOCALIZAÇÃO E CONCORRÊNCIA;**
- **TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES; E**
- **PARCERIAS E FORNECEDORES.**

O NEGÓCIO E SEUS CLIENTES

> MERCADO ONLINE

> IDEIA DE NEGÓCIO



// O negócio e os clientes

Entender o negócio e o perfil de seus clientes é um primeiro passo para se descobrir se tal negócio é ou não oportuno.

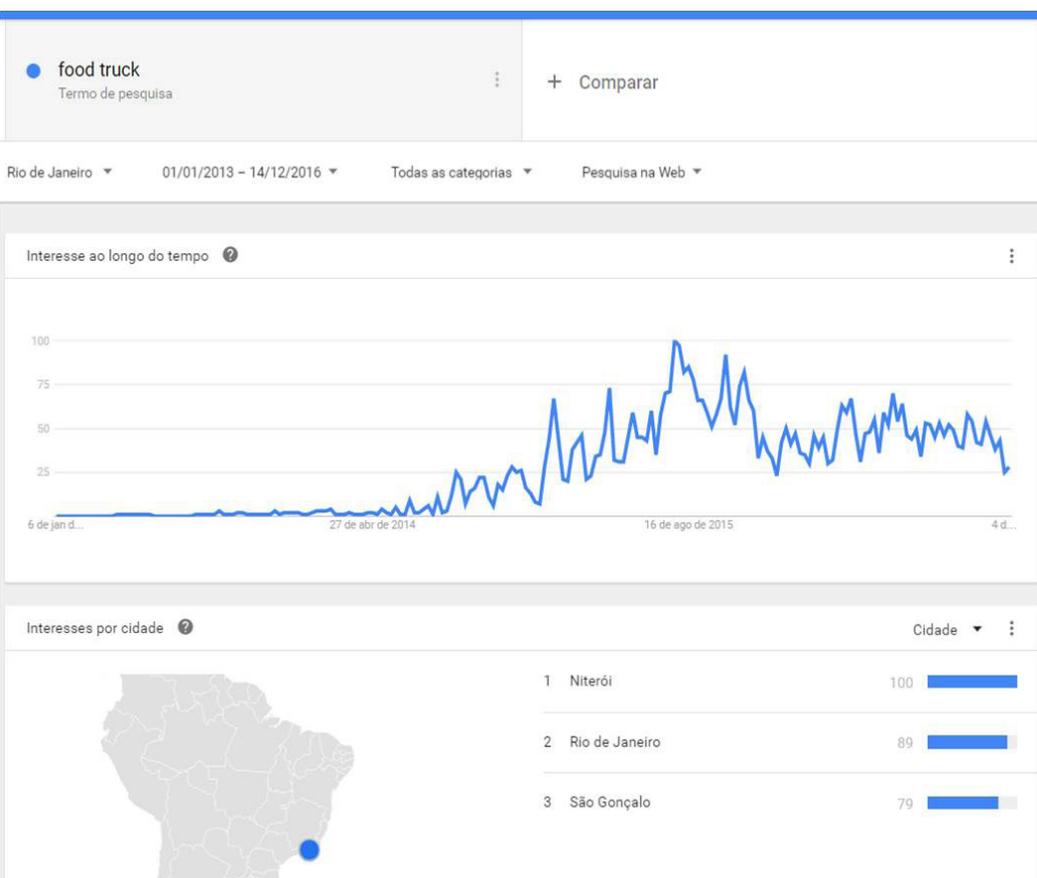
Pode ocorrer nessa primeira etapa de levantamento de informações, a interrupção do processo de pesquisa para empreendedores em novos negócios, por motivos como: negócio saturado, negócio de investimento muito alto, clientes são incompatíveis com minha região de atuação, negócio em forte declínio e assim por diante.

Mas, nessa etapa podem surgir informações muito positivas como: negócio de alta demanda, baixo investimento ou alta rentabilidade.

Pra quem já está estabelecido, monitorar o negócio e o comportamento de seus clientes pode impulsionar ações estratégicas no mercado.

GOOGLE TRENDS: < WWW.GOOGLE.COM.BR/TRENDS/ >

Com o Google Trends você pode testar o interesse da população brasileira ou de sua cidade em relação a uma palavra-chave relativa ao seu negócio. Por exemplo: Food truck no Rio de Janeiro:



Use o **FACEBOOK ADS** < WWW.FACEBOOK.COM/BUSINESS/PRODUCTS/ADS > para obter informações de seu público-alvo.

Com a ferramenta de marketing promocional do Facebook é possível quantificar o seu público-alvo na internet. Por exemplo, suponhamos que você queira abrir uma loja de moda feminina em Criciúma - SC voltada para as mulheres com nível universitário entre 22 e 39 anos. Para esse recorte é possível identificar a quantidade de pessoas com perfis na internet. No caso, a população digital com esse perfil é de 31 mil pessoas.

Localização Todos nesta localização

Brasil

Criciúma Santa Catarina Mais de 40km

Incluir Adicionar locais

Adicionar locais em massa...

Idade 22 - 39

Gênero Todos Homens **Mulheres**

Idiomas Insira um idioma...

Direcionamento detalhado

INCLUIR pessoas que correspondam a pelo menos UM dos critérios a seguir

Dados demográficos > **Formação** > nível educacional

Formação universitária

Interesses > Outros interesses

moda

Adicione dados demográficos, interesses ou comport... | Sugestões | Procurar

Excluir pessoas ou Limitar público

Definição de público

Seu público foi definido.

Localização do público:

- Localização:
 - Brasil: Criciúma (+40 km) Santa Catarina
- Conexões excluídas:
 - Excluir pessoas que curtiramuzzado
- Idade:
 - 22 a 39
- Gênero:
 - Mulheres
- Posicionamentos:
 - Feed de notícias em dispositivos móveis, Feed de notícias em desktops ou Coluna à direita em computadores desktop
- Pessoas que correspondem a:
 - Interesses: moda
 - Nível educacional: Formação universitária
- Placements:
 - Facebook Feeds e Facebook Coluna da direita

Alcance potencial: 31.000 de pessoas

Alcance diário estimado

1.200 - 3.300 pessoas no Facebook

0 of 25.000

Esta é apenas uma estimativa. Os números mostrados baseiam-se no desempenho médio dos anúncios direcionados para o seu público selecionado.

A vantagem da ferramenta, além de trazer essas análises, é que ela permite direcionar campanhas promocionais diretamente ao público desejado.

Outra utilidade rica em informações, embora pouco usada por empreendedores, é a ferramenta **AUDIENCE INSIGHTS DO FACEBOOK** < WWW.FACEBOOK.COM/ADS/AUDIENCE-INSIGHTS/ >

Nela é possível conhecer em detalhes o perfil de consumo do público-alvo.

Para isso, acesse < WWW.FACEBOOK.COM/ADS/AUDIENCE-INSIGHTS/ > e clique em “todos no facebook”. Você precisará estar logado no facebook.



Ao lado esquerdo da página, você preencherá o escopo de seu público. No exemplo abaixo, continuaremos supondo que você empreenda numa loja de moda feminina em Criciúma - SC voltada para as mulheres entre 22 e 39 anos.

criar público

Localização

BRASIL, SANTA CATARINA

Criciúma

+ País, região ou cidade

Idade e gênero

Idade

22 - 39

Sexo

Todos Homens **Mulheres**

Interesses

COMPRAS E MODA

Tudo em Compras e moda

+ Interesse

Conexões

(Novo público)

15K - 20K pessoas ativas mensalmente

Pessoas no Facebook

País: Brasil

Dados demográficos

Curtidas na Página

Localização

Atividade

Domicílio

Compra

Idade e gênero

Informações autorrelatadas de pessoas em seus perfis do Facebook. Informações disponíveis apenas para pessoas maiores de 18 anos de ida...

100% Mulheres

54% Todo o Facebook

Idade	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65 +
Mulheres	19%	58%	23%	0%	0%	0%
Homens	0%	0%	0%	0%	0%	0%

A tela apresentará *insights* sobre o seu público. No caso acima, há uma concentração importante de consumidoras entre 25 e 34 anos. E rolando a página é possível encontrar informações sobre relacionamentos e nível educacional.



Você pode escolher focar no público de nível superior e selecionar (no lado esquerdo da tela) essas informações. E os gráficos se ajustam revelando, por exemplo, que 57% são casadas.

Descendo mais a página, você encontra informações sobre ocupação do seu público-alvo. Sobre o recorte que você fez é possível descobrir que 16% é formado por funcionárias públicas.

Suponha que você quisesse realizar uma campanha de marketing exclusivo para um tipo de ocupação, como por exemplo, medicina e saúde. Basta clicar na barra azul correspondente.



Clicando em “Atividade” você terá informações sobre dispositivos de acesso à internet usados pelo público.



No exemplo abaixo, o facebook consegue identificar 10%, do público recortado, que acessou a rede social nos últimos 30 dias usando um Iphone.



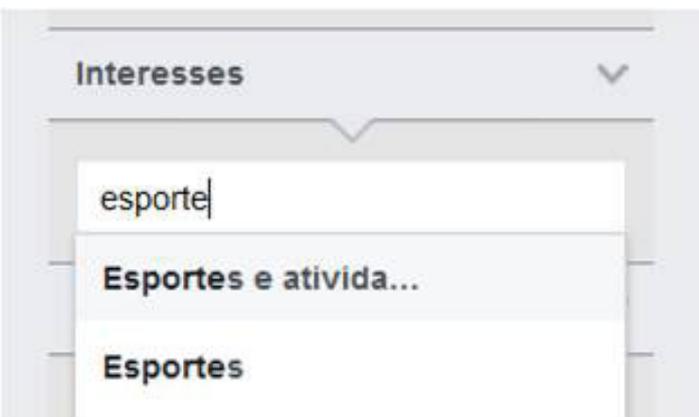
Na aba “Curtidas na Página” é possível identificar, nesse exemplo, que o filtro do público feminino de 22 a 39 anos em Criciúma possui uma afinidade forte com o “Nações Shopping” que é um Shopping importante da cidade. Essa análise pode apontar que o shopping é uma boa localização para a abertura de uma eventual loja.

Dados demográficos	Curtidas na Página	Localização	Atividade	Domicílio	Compra
Principais categorias					
1	Shopping/Retail	Nações Shopping			
2	Media/News/Publishing	Melhores Publicações			
3	Entertainer	Luciano Huck			
4	Entertainment	Cifras			
5	App	Facebook for Every Phone			
Curtidas na Página					
Páginas do Facebook com maior probabilidade de serem relevantes ao seu público com base nas curtidas da Página do Facebook.					
Página	Relevância ⁱ ▼	Público	Facebook	Afinidade ⁱ	
Melhores Publicações	1	11,8K	59,8K	433.8x	
Nações Shopping	2	9,6K	46,6K	452.4x	
Luciano Huck	3	10,3K	13,1m	1.7x	
Cifras	4	11,5K	25m	1x	

Em “Avançado” ao lado direito da tela você pode explorar diversas informações para a sua pesquisa do mercado, como comportamentos, renda anual (financeiro), se tem filhos e em quais idades (residência).

Avançado ⁱ ▼
Comportamentos >
Idioma >
Relacionamento >
Educação >
Trabalho >
Financeiro ⁱ >
Residência >
Segmentos de mercado >
Pais >

Em “interesses” você pode descobrir o tamanho de um recorte do público que se interessa por alguma palavra-chave.



Se você já possui uma página com uma quantidade de seguidores significativa, é possível descobrir o perfil desse seu público acessando o mesmo endereço <WWW.FACEBOOK.COM/ADS/AUDIENCE-INSIGHTS/>, mas dessa vez você deve clicar em “Pessoas conectadas à sua página”.



Se você já possui um cadastro de e-mails de consumidores potenciais de seu negócio ou ainda possui uma rede social de seguidores de sua marca, uma boa ferramenta de captura de informações é o **GOOGLE FORMS** <GOOGLE.COM/FORMS>

Nessa ferramenta é possível construir um questionário com perguntas objetivas ou abertas e enviá-las para a sua lista.

Restaurante - Bona's

Avalie os quesitos abaixo sobre a qualidade de nossos serviços.

	Não concordo	Concordo parcialmente	Concordo plenamente
O atendimento é rápido e assertivo (não enrou meu pedido)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A refeição é saborosa, tem variedade e conservada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os talheres, pratos e mesas estão impecavelmente limpos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Veja nesse link < WWW.GOO.GL/MYLX3D > dicas para construir um questionário para a sua pesquisa.

Você ainda pode usar a ferramenta como canal de comunicação entre sua empresa e os clientes usando o formulário para sugestões ou reclamações. Analisar essas informações é essencial para conhecer sua clientela e transformar seu negócio.

> Mercado online

Para avaliar se o seu negócio possui potencial para ser comercializado na internet, você pode analisar se ele representa um nicho de mercado oportuno utilizando algumas ferramentas.

Para isso, acesse a cartilha contida nesse endereço < WWW.SEBRAEMERCADOS.COM.BR/50_OPORTUNIDADES_ECOMMERCE >. Nela há uma passo-a-passo para se fazer essa análise.

Também é possível testar o nível de demanda em sites de e-commerce como o Mercado Livre. Acesse < WWW.TENDENCIAS.MERCADOLIVRE.COM.BR/ > e descubra o que é mais buscado nesse canal.

mercado livre

O mais buscado

Por categorias

- Acessórios para Veículos
- Agro, Indústria e Comércio
- Animais
- Antiquidades
- Arte e Artesanato
- Bebês
- Brinquedos e Hobbies
- Calçados, Roupas e Bolsas
- Carros, Motos e Outros
- Casa, Móveis e Decoração
- Celulares e Telefones
- Coleções e Comics
- Câmeras e Acessórios
- Eletrodomésticos

Conheça as buscas mais populares no MercadoLivre

1. carros	11. blusas femininas
2. caminhoes	12. iphone 5s
3. celular	13. fusca
4. bebe reborn	14. notebook
5. motos	15. ps4
6. roupas femininas	16. relógios masculinos
7. vestidos femininos	17. iphone 6
8. tenis feminino	
9. tenis masculino	
10. opala	

Para conferir mais informações sobre itens mais vendidos e itens mais anunciados confira nesse link: < WWW.GOO.GL/TCQ50X >

> Ideias de negócio

Ainda sobre informações de negócios, o Sebrae disponibiliza um site contendo mais de 400 fichas de negócios contendo informações detalhadas sobre o perfil do negócio como infraestrutura, investimentos e mercado.

Acesse o site **IDEIA DE NEGÓCIOS**: < WWW.GOO.GL/8DR70Z >

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Temas de Gestão

Segmentos

Sebrae nos Estados

Fale com o Sebrae

Faça Login ou Cadastre-se

IDEIAS DE NEGÓCIO

Tudo o que precisa saber para começar a empreender

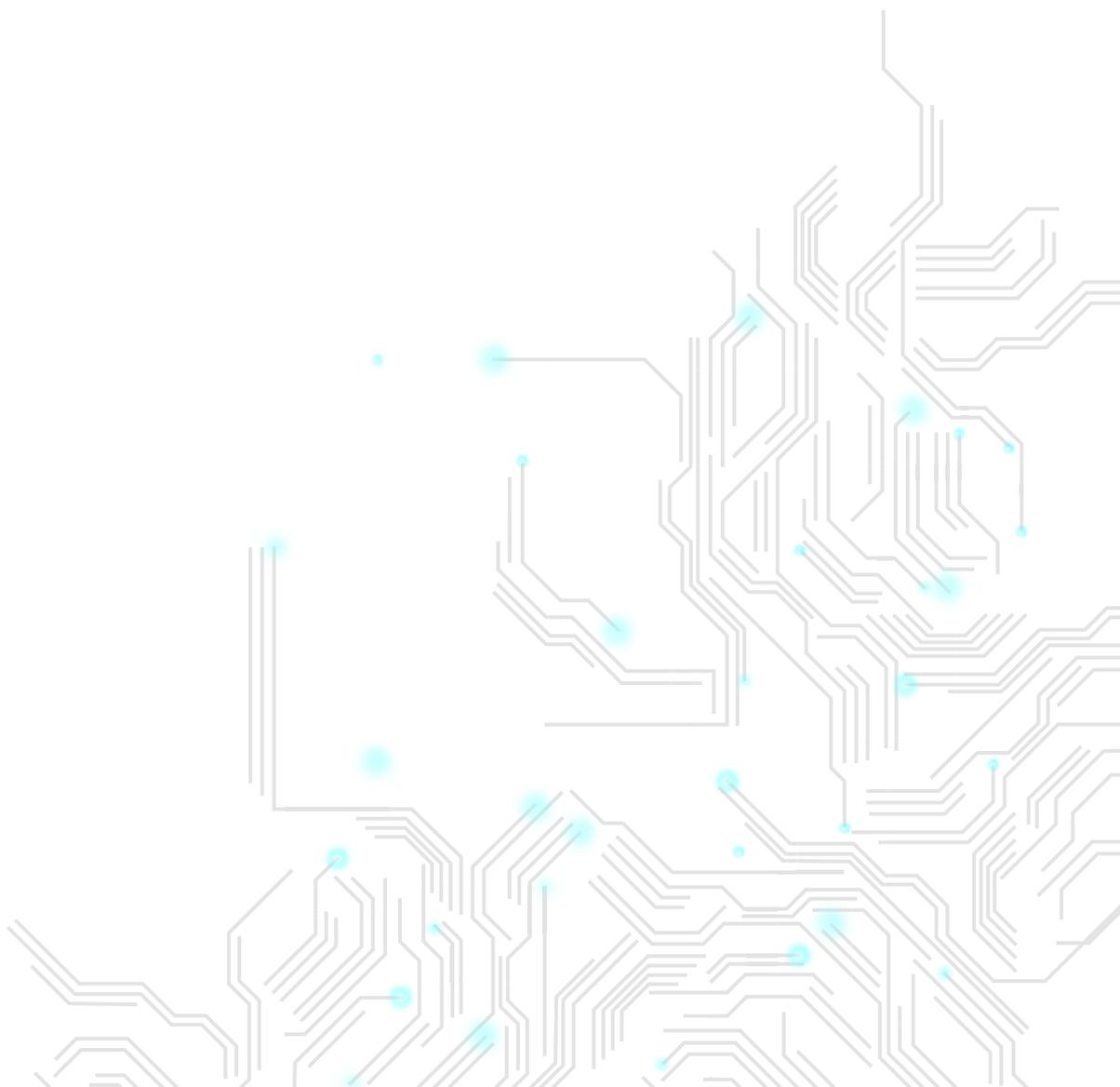
ideias de negócios

Busque uma ideia

Sugestão de negócio

Escolha por setor

LOCALIZAÇÃO E CONCORRÊNCIA

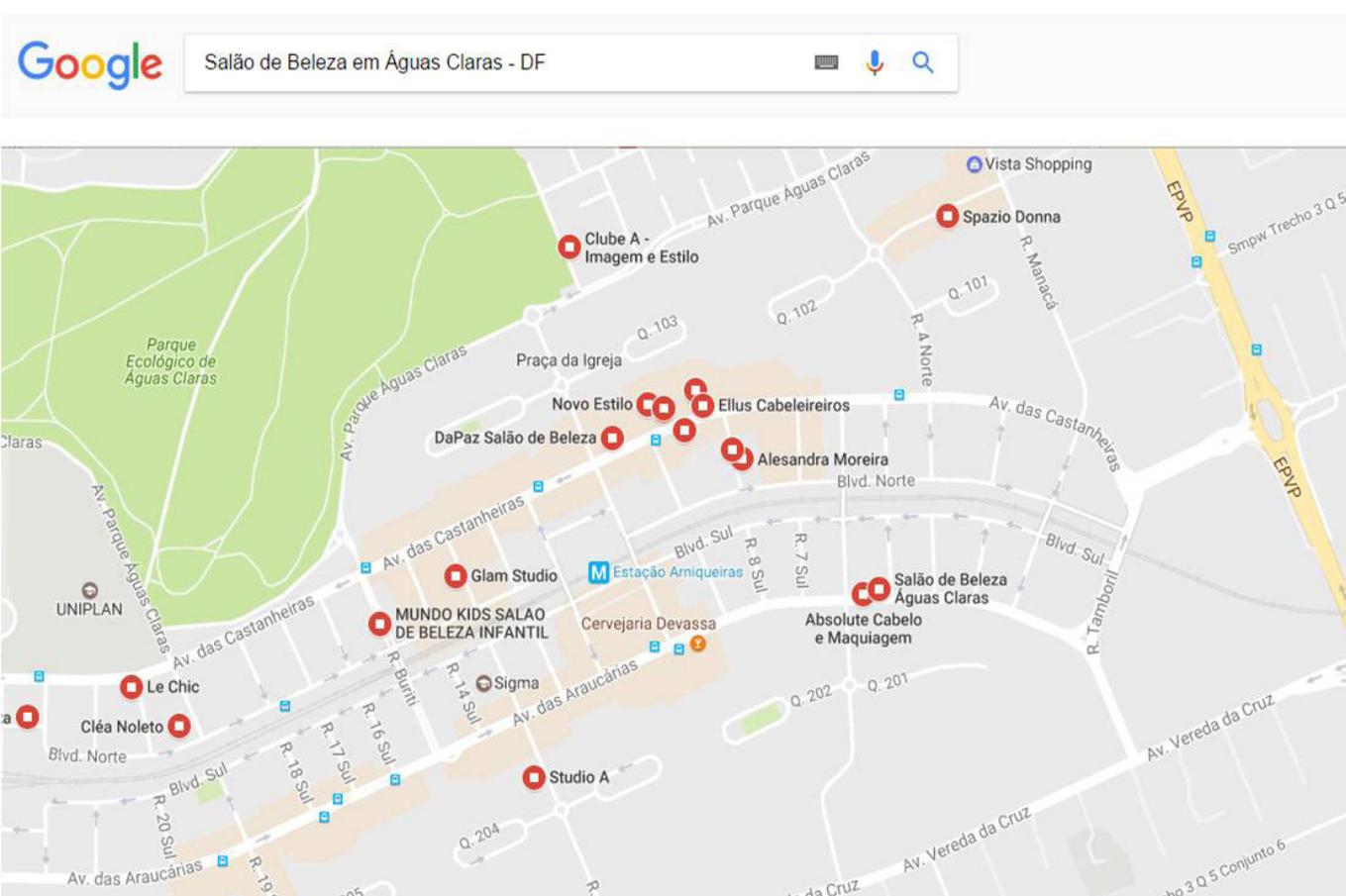


// Localização e concorrência

Estudar a localização e a concorrência é essencial para a definição do lugar mais adequado para empreender. E pra quem já exerce uma atividade, monitorar a concorrência e o território pode suscitar insights para novos investimentos como abertura de mais uma loja ou para mudança de localização.

Use o **GOOGLE MAPS** < WWW.GOOGLE.COM/BR/MAPS > para descobrir negócios semelhantes no território pretendido.

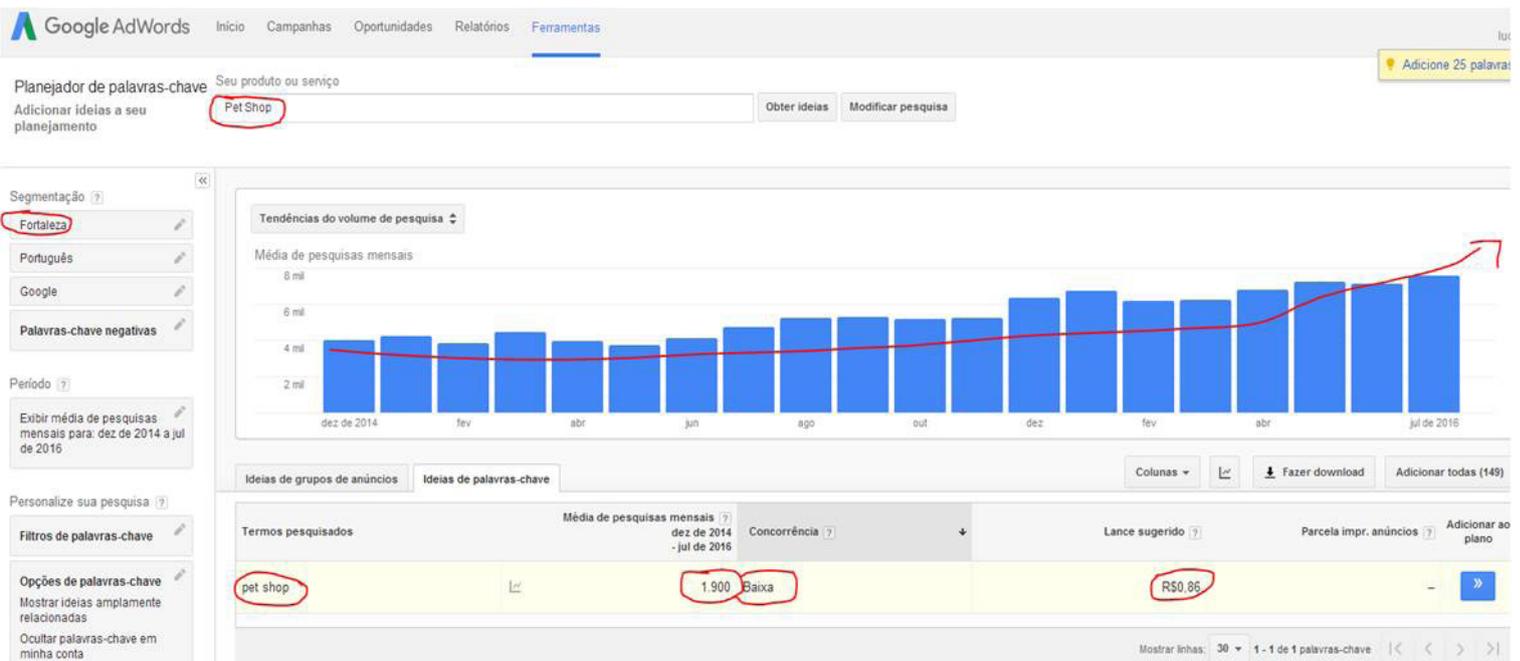
Exemplo: Salão de Beleza em Águas Claras - DF



Aliás, se você já possui um negócio e ainda não está no mapa, não perca mais tempo. Acesse < WWW.GOOGLE.COM/INTL/PT-BR/BUSINESS/ > e cadastre sua empresa gratuitamente.

Existe ainda uma ferramenta do Google capaz de indicar quantas vezes uma palavra foi buscada em um país, estado ou cidade e ainda indica a concorrência de anunciantes locais. O nome da ferramenta é:

PLANEJADOR DE PALAVRAS-CHAVE GOOGLE ADWORDS: < WWW.ADWORDS.GOOGLE.COM/KEYWORDPLANNER >



Exemplo: “Pet shop” é buscado 1.900 vezes ao mês em Fortaleza – CE e possui baixa concorrência. Aqui já é possível dimensionar investimentos em publicidade para criar fluxo em site da empresa ou implementar outra estratégia de promoção na internet como produção de conteúdo como blogs, canal de vídeos, loja virtual ou sites.

Acesse ainda esse boletim < WWW.GOO.GL/ZZPFKA > e confira dicas para que sua empresa apareça bem nos buscadores do Google.

Outro site que se pode analisar a concorrência é o:

EMPRESÔMETRO < WWW.EMPRESOMETRO.CNC.ORG.BR/MAPA >

No exemplo abaixo foi buscado “Cabelereiros e outras atividades de tratamento de beleza” em Serra do Aimorés – MG.

Outro site que indica o nível de concorrência por atividade econômica (CNAE) é a:

CENTRAL DE OPORTUNIDADES DO SEBRAE: < WWW.OPORTUNIDADES.SEBRAE.COM.BR/CENTRALOPORTUNIDADES/INDICECONCORRENCIA.DO >

Para a atividade “Comércio varejista de artigos de papelaria” consta que a concorrência é baixa na cidade de Serra dos Aimorés - MG. A metodologia do site compara dados de densidade empresarial (quantidade de empresas por habitantes) em comparação a cidades parecidas em termos de população, demografia e economia.

SERRA DOS AIMORÉS



Serra dos Aimorés é um município brasileiro do estado de Minas Gerais, pertencente a Microrregião de Nanuque, mesorregião do Vale do Mucuri, tendo como relevo a Serra dos Aimorés. Sua população estimada em 2012 era de 8.447 habitantes Saiba mais em: www.pt.wikipedia.org/wiki/Serra_dos_Aimorés

Resultado

Ordenar ▼ Comércio varejista de a 🔍

Comércio varejista de artigos de papelaria

Índice de Concorrência: **Baixo**

Outra ferramenta do Sebrae indica a quantidade de negócios existentes e a sua evolução ao passar do tempo. Basta acessar:

DATA SEBRAE < WWW.DATASEBRAE.COM.BR >

Quantidade de empresas por Ano/CNAE

Filtros: Região Nordeste; Estado BA; Município Ilhéus e CNAE Comércio varejista de artigos de

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Comércio varejista de artigos de papelaria	16	24	21	22	24	27
Comércio varejista de livros	10	15	15	16	16	15

Quantidade de empresas por Ano/CNAE

Filtros: Região Nordeste; Estado BA; Município Porto Seguro e CNAE Comércio varejista de art

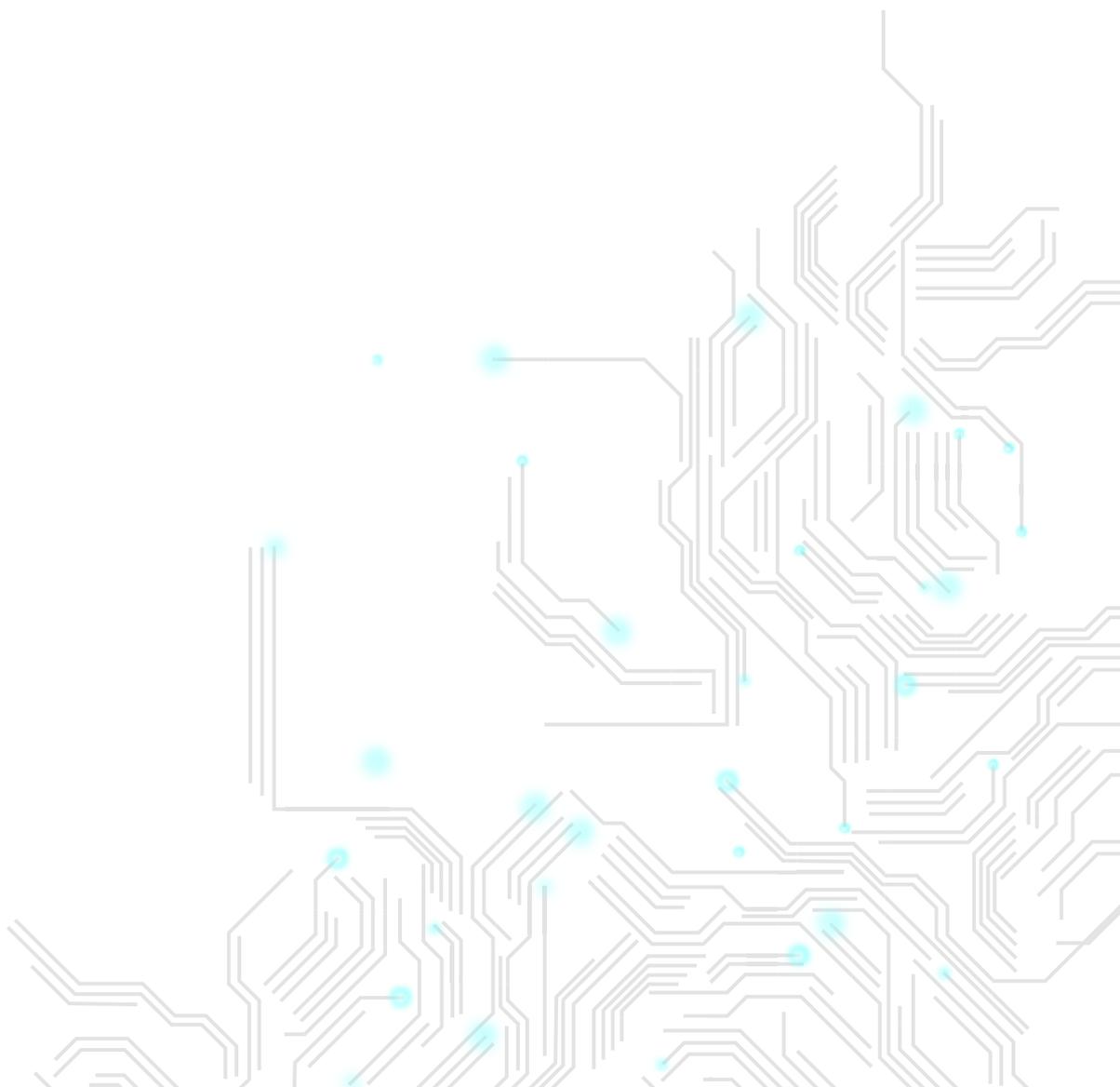
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Comércio varejista de artigos de papelaria	28	35	34	35	34	37
Comércio varejista de livros	1	2	4	4	5	7

Seus concorrentes mais espertos estão na internet também em sites, classificados ou market places. Para descobrir a presença digital multicanal dos seus concorrentes, acesse < WWW.SEBRAEMERCADOS.COM.BR/CANAISDIGITAIS > e conheça sites frequentemente utilizados por pequenos negócios.

PACERIAS E FORNECEDORES

> INFORMAÇÕES DE FORNECEDORES

> FEIRAS E EVENTOS



// Parcerias e fornecedores

A partir das informações já levantadas de negócios, clientes, localização e concorrência é possível descobrir outros negócios que podem te ajudar a vender mais com recomendações recíprocas ou encontrar fornecedores que potencialize sua comercialização.

Para isso, você precisa discriminar os seus insumos principais para o processo produtivo e as possibilidades de parcerias em sua comercialização.

> Informações de fornecedores

Encontrar informações de fornecedores na internet é uma tarefa de monitoramento em diversos sites. Alguns são temáticos e outros ainda representam pouca parcela do mercado. Mas o fato é que eles estão na internet e agora é mais fácil encontrar fornecedores no Brasil e no mundo.

Confira abaixo alguns links com informações de fornecedores:

- **ALIBABA** < WWW.PORTUGUESE.ALIBABA.COM/ >
- **MERCADO LIVRE** < WWW.MERCADOLIVRE.COM.BR >
- **OLX** < WWW.OLX.COM >
- **CENTRAL DE OPORTUNIDADES** < WWW.OPORTUNIDADES.SEBRAE.COM.BR >
- **QUEM FORNECE** < WWW.QUEMFORNECE.COM >
- **MERCADO PME** < WWW.MERCADOPME.COM.BR >
- **OHUB** < WWW.OHUB.COM.BR >
- **GET NINJA** < WWW.GETNINJAS.COM.BR >

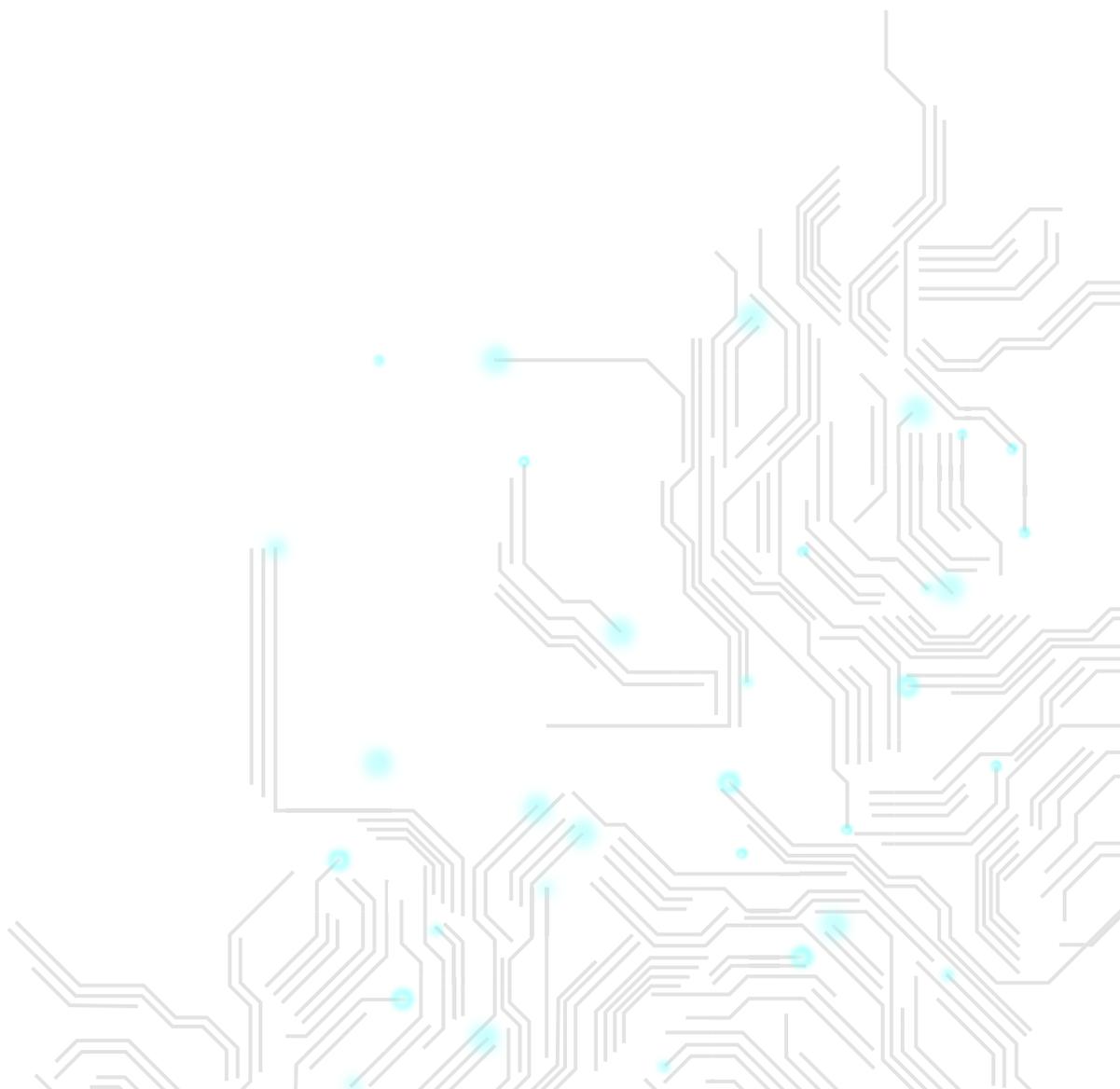
> Feiras e eventos

Feiras e eventos são oportunidades para conhecer tendências e fechar negócios. Monitorar e planejar participações nesses eventos também requer uma pesquisa. Para isso acesse:

- **EXPO FEIRAS** < WWW.EXPOFEIRAS.GOV.BR/ >

TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES

- > INTELIGÊNCIA COMPETITIVA SETORIAL
- > MONITORE SEU MERCADO
- > COMPRADORES INTERNACIONAIS

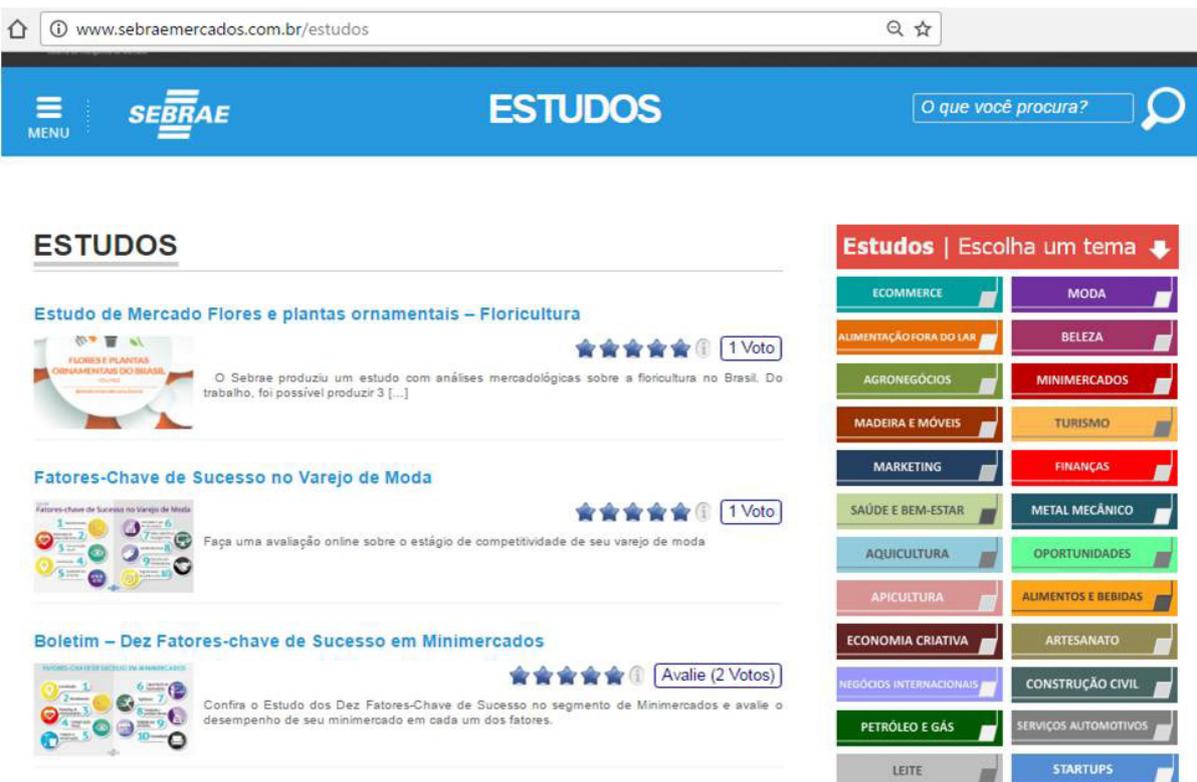


> Inteligência competitiva setorial

Ferramentas do Sebrae disponibilizam milhares de análises para cada tipo de negócios.

SEBRAE MERCADOS < WWW.SEBRAEMERCADOS.COM.BR/ESTUDOS >

A ferramenta disponibiliza alguns estudos completos sobre segmentos de negócios.



Se você selecionar “moda” no menu lateral direito é possível encontrar diversos estudos.

ESTUDOS – MODA

[Caso de Sucesso] – Nichos são oportunidades no varejo de Moda

Essencial para todo empreendedor, olhar para o mercado em que atua e identificar um nicho pouco explorado pode ser uma [...]

[Caso de Sucesso] Moda Infantil ganha espaço e loja virtual conquista muitos seguidores e ainda vende para outros países

Atravessando séculos de história, a renda ainda é considerada artigo indispensável nas passarelas. Em Fortaleza/CE, o Ateliê de Arte é [...]

Tendências para primavera-verão 2017

Todos os anos, o mundo da moda abre espaço para experimentações. Novas cores, cortes e modelagens passam a fazer parte [...]

Fatores-Chave de Sucesso no Varejo de Moda



No Sebrae Mercados ainda é possível acessar fatores-críticos de cada mercado. Essas informações te auxiliarão a explorar temas importantes de seu negócios. Acesse: < WWW.SEBRAEMERCADOS.COM.BR/SUCESSO >

O Sebrae ainda tem outras iniciativas como essa acima. Confira os segmentos nos links abaixo:

- **ALIMENTOS** - < WWW.SEBRAEINTELENCIASETORIAL.COM.BR/SETORES/ALIMENTOS >
- **MODA** - < WWW.SEBRAEINTELENCIASETORIAL.COM.BR/SETORES/MODA >
- **PETRÓLEO E GÁS** - < WWW.SEBRAEINTELENCIASETORIAL.COM.BR/SETORES/PETROLEO-E-GAS >
- **APICULTURA** - < WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR/SETORES/APICULTURA >
- **CALÇADOS FEMININOS** - < WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR/SETORES/CALCADOS-FEMININOS >
- **LEITE** - < WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR/SETORES/LEITE >
- **MADEIRA E MÓVEIS** - < WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR/SETORES/MOVEIS-DE-MADEIRA >
- **SUSTENTABILIDADE** - < WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR/SETORES/SUSTENTABILIDADE >
- **VESTUÁRIO** - < WWW.SIS.SEBRAE-SC.COM.BR/SETORES/VESTUARIO >
- **ENCADEAMENTO DE NEGÓCIOS (RJ)** - < WWW.RIOOPORTUNIDADESDENEGOCIOS.COM.BR/ >

> Monitore seu mercado

Além de assinar serviços de inteligência setorial como os oferecidos gratuitamente pelo Sebrae você pode usar uma ferramenta para monitorar seu mercado com um escopo personalizado que é o:

GOOGLE ALERTAS < WWW.GOOGLE.COM/ALERTS >



No Google Alerts você pode configurar quantos alertas você quer receber por semana e incluir infinitas buscas. Abaixo segue uma sugestão de termos relacionados ao seu negócio você pode cadastrar:

- **TENDÊNCIAS + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **MODELO DE NEGÓCIOS + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **LICITAÇÃO + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **FORNECEDORES + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **ESTUDO + MERCADO + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **CONSUMIDORES + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **LEGISLAÇÃO + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **PARCERIA + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **“SUA CIDADE OU BAIRRO” + “NOME OU SINÔNIMOS DE SUA ATIVIDADE”**
- **PALAVRAS-CHAVE DE SEU NEGÓCIO COMO PRODUTOS OU SERVIÇOS**
- **NOME DA SUA EMPRESA (CONHECER O QUE FALAM DE SUA EMPRESA)**
- **NOMES DE SEUS CONCORRENTES (CONHECER O QUE FALAM DOS CONCORRENTES)**

Vale ainda fazer uma pesquisa sobre esses conteúdos com um filtro no próprio buscador com informações recentes como “1 ano” ou “1 mês”. Você já terá um levantamento para o seu mapeamento de mercado. Vide exemplo abaixo.

GOOGLE < WWW.GOOGLE.COM/ >

The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "legislação \"salão de beleza\"". Below the search bar, there are navigation tabs: "Todas", "Shopping", "Vídeos", "Imagens", "Notícias", "Mais", "Configurações", and "Ferramentas". Below the tabs, there are filters: "Qualquer país", "Em qualquer idioma", "No último ano" (highlighted with a red box), "Classificados por relevância", and "Todos c". The search results are as follows:

- Nova lei desobriga salão de beleza a contratar profissionais como ...**
g1.globo.com/.../nova-lei-desobriga-salao-de-beleza-a-contratar-profissionais-como-c...
 27 de out de 2016 - Nova lei desobriga salão de beleza a contratar profissionais como CLT a minimizar o adiamento das discussões sobre mudanças na legislação trabalhista.
- Lei das parcerias em salões de beleza entra em vigor no final de ...**
www12.senado.leg.br/.../lei-das-parcerias-em-saloes-de-beleza-entra-em-vigor-no-fin...
 1 de nov de 2016 - ... (28) a Lei 13.352/2016 , que regulamenta os contratos de parceria entre donos de salão de beleza e profissionais que atuam nesses estabelecimentos.
- Como contratar pessoal para um salão de beleza | Sebrae**
<https://www.sebrae.com.br/.../como-contratar-pessoal-para-um-salao-de-beleza,72d1e...>
 14 de out de 2016 - Conheça as melhores formas de contratar profissionais para um salão de beleza, conforme legislação vigente.
- Nova lei desobriga salão de beleza a contratar profissionais como CLT**
contadores.cnt.br/.../nova-lei-desobriga-salao-de-beleza-a-contratar-profissionais-com...
 31 de out de 2016 - Nova lei desobriga salão de beleza a contratar profissionais como CLT a minimizar o adiamento das discussões sobre mudanças na legislação trabalhista.

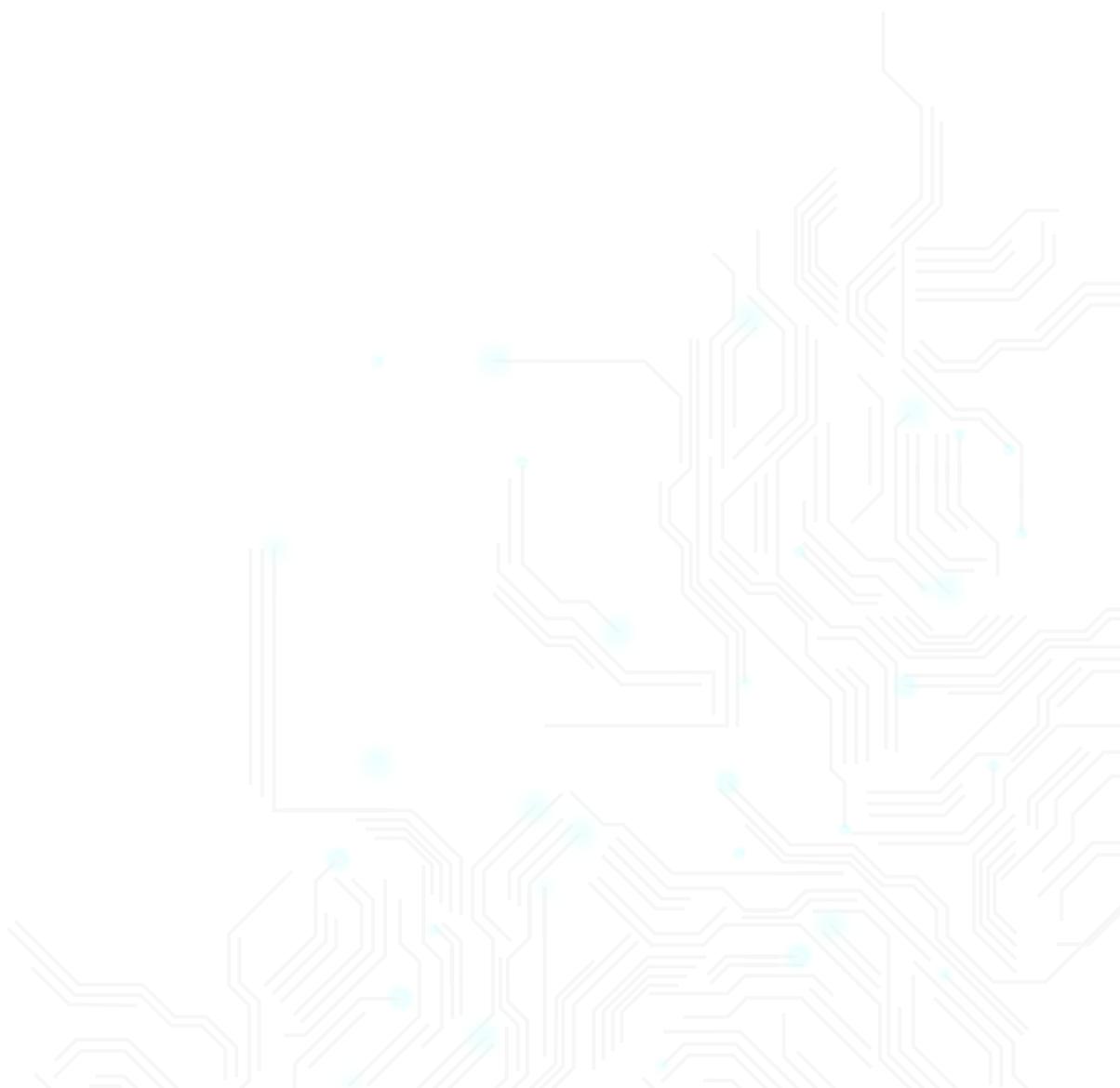
> Compras internacionais

Se o seu negócio pretende atingir mercados internacionais, acessar informações de demandas e compradores internacionais é essencial:

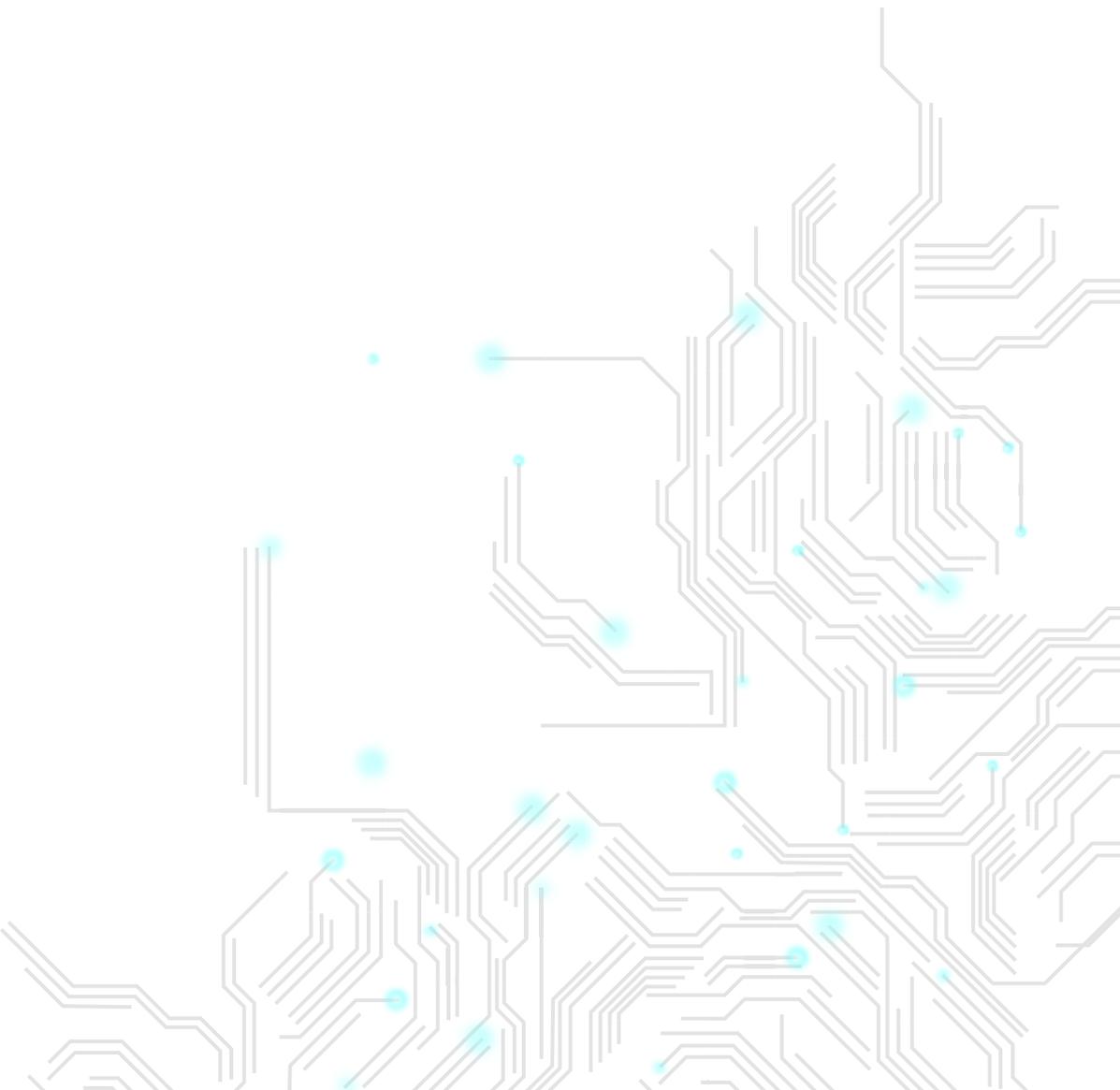
INVEST EXPORT BRASIL < WWW.INVESTEXPORTBRASIL.GOV.BR/ENCONTRE-COMPRADORES >

ALIBABA < WWW.PORTUGUESE.ALIBABA.COM/ >

Conheça requisitos essenciais de atuação no mercado internacional acessando o diagnóstico de internacionalização < WWW.INTERNAZIONALIZACAO.SEBRAE.COM.BR/ >



BASES DE DADOS



// Bases de dados

Existem diversas bases de dados, com informações disponíveis na internet, que podem ser utilizadas em suas análises de mercado.

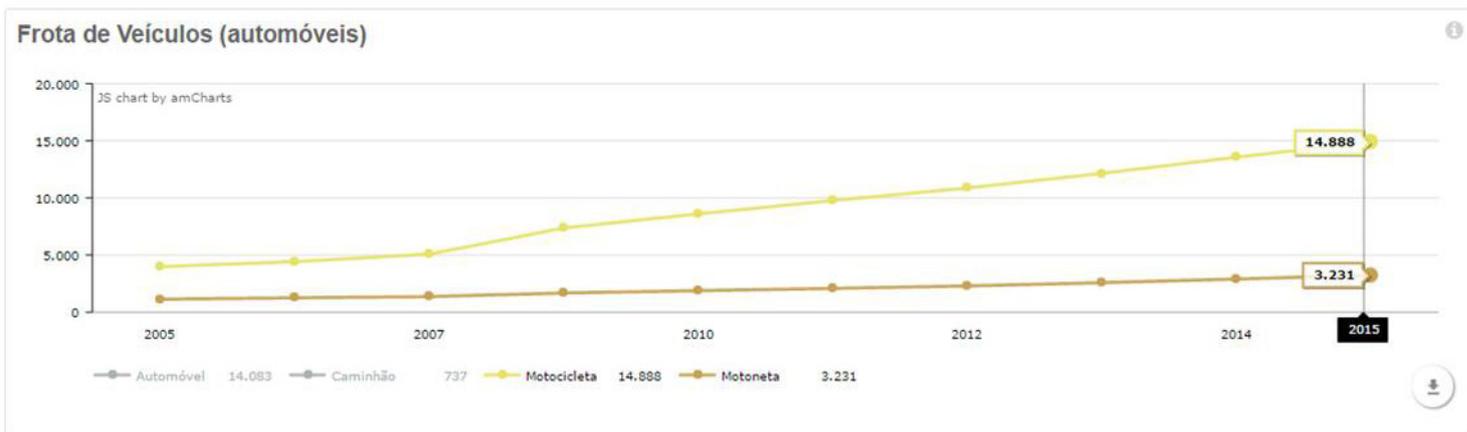
IBGE CIDADES < WWW.CIDADES.IBGE.GOV.BR >

Nesta página sobre dados de cidades brasileiras podem ser feitas diversas análises a partir da atividade econômica a se estudar.

Se alguém deseja empreender em loja de acessórios para motocicletas em Porto Seguro - BA pode obter a quantidade de motocicletas e motonetas que a cidade possui:



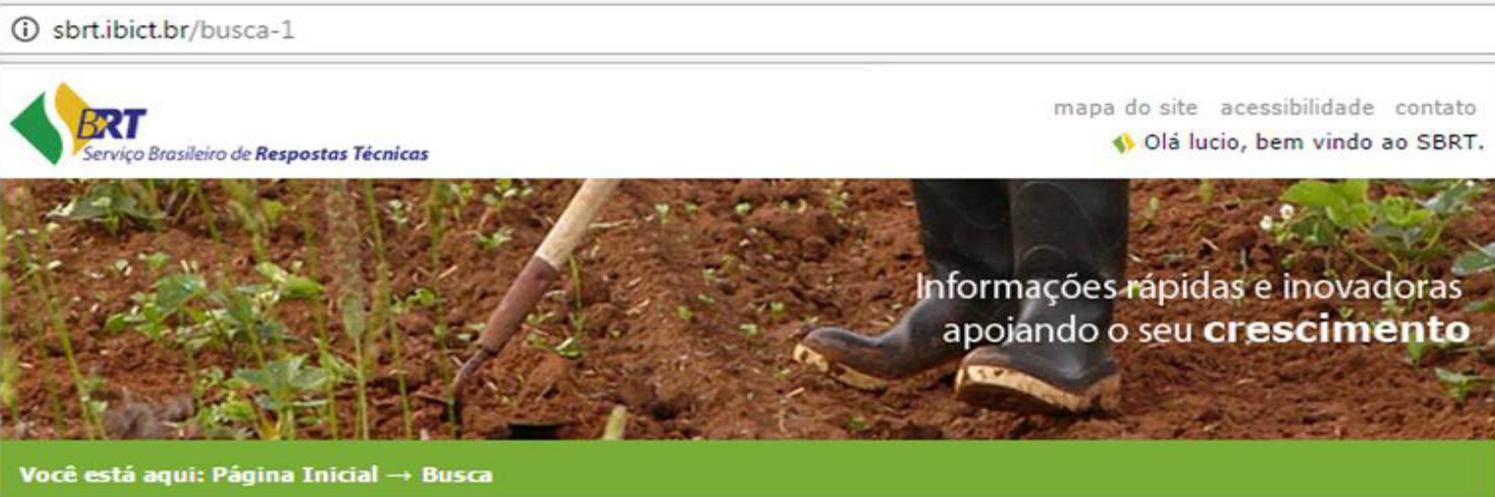
Frota



Fonte: <http://www.cidades.ibge.gov.br/v3/cidades/municipio/2925303>

Outras informações como, nível de escolaridade, renda, gênero, idade, religião, economia, saúde, estado civil, finanças públicas ou emprego podem ser explorados. Muitas outras pesquisas estão disponíveis em < WWW.IBGE.GOV.BR >

SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS < WWW.SBRT.IBICT.BR/BUSCA-1 >



Nesta página você pode cadastrar perguntas sobre alguma necessidade técnica ou acessar as respostas já prontas do serviço. Na tela abaixo é possível visualizar setores atendidos e exemplos de perguntas como “Gostaria de receber uma lista de fornecedores de roupas íntimas”

Busca Básica Busca Avançada Árvore de Categorias

Coleção para procura:
Respostas Técnicas ▾

- SBRT
 - AGRICULTURA E PECUÁRIA
 - ÁGUA, ESGOTO, GESTÃO DE RESÍDUOS
 - CONSTRUÇÃO
 - ELETRICIDADE E GÁS
 - EXTRAÇÃO DE MINERAIS
 - INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO
 - PESCA E AQUICULTURA
 - PRODUÇÃO FLORESTAL
 - SERVIÇOS DE APOIO A INDÚSTRIA
 - Alojamento e Alimentação
 - Artes, Cultura, Esporte e Recreação
 - Atividades Profissionais, Científicas e Técnicas
 - Comércio atacadista e varejista
 - Educação
 - Informação e Comunicação
 - Transporte, armazenagem, e correio
 - Outras Atividades de Serviços

Procurar: Ajuda para sintaxe da consulta

Classificar por: Relevância ▾

392 melhores resultados encontrados | 392 documentos correspondentes.

Mostrar Detalhes 1-10 de 392

100,00%	25/11/16	Clique aqui para ver o documento completo.
<p>Título: Fornecedores de roupas e moda íntima Solicitação: Gostaria de obter uma lista de empresas fornecedoras de roupas e itens de moda íntima. Instituição: USP/DT - Disque Tecnologia Resumo: Informa sobre empresas fornecedoras de roupas e moda íntima. Tipo: Resposta Técnica Assunto: Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem</p>		
100,00%	25/11/16	Clique aqui para ver o documento completo.
<p>Título: Fornecedores de calçados Solicitação: Gostaria de obter uma lista de fornecedores de calçados. Instituição: USP/DT - Disque Tecnologia</p>		

Clicando no documento, você tem acesso a um PDF com a resposta.



Fornecedores de roupas e moda íntima

Informa sobre empresas fornecedoras de roupas e moda íntima.

Agência USP de Inovação

EMBRAPA PERGUNTAS E RESPOSTAS < WWW.MAIS500P500R.SCT.EMBRAPA.BR/ >

O site disponibiliza uma coleção de 500 perguntas e 500 respostas para dezenas de atividades do agronegócio. As publicações dessa coleção foram elaboradas a partir de perguntas formuladas por produtores, associações de produtores, cooperativas, etc. e respondidas pela Embrapa.

Coleção

• 500 Perguntas • 500 Respostas •

• Você pergunta, a Embrapa responde •



Bem-vindo ao site da Coleção 500 Perguntas 500 Respostas.

As publicações dessa coleção foram elaboradas a partir de perguntas formuladas por produtores, associações de produtores, cooperativas, etc. e respondidas pela Embrapa. Aqui, além de ter acesso aos conteúdos de cada edição, você pode fazer o download dos títulos em versão digital ou comprar a versão impressa.



PUBLICAÇÕES EMBRAPA < WWW.EMBRAPA.BR/PUBLICACOES >

Esta página contém diversas publicações e estudos sobre produtos do agronegócio.

BIBLIOTECA DO SEBRAE < WWW.BIS.SEBRAE.COM.BR >

Neste banco há milhares de cartilhas, estudos e boletins sobre diversos temas de negócios e muitos desses produtos podem representar soluções para os seus problemas no mercado.

PORTAL DA INDÚSTRIA < WWW.PORTALDAINDUSTRIA.COM.BR/PUBLICACOES-E-ESTATISTICAS/ >

Estatísticas e pesquisas dos sistemas CNI, SESI, SENAI e IEL.

APEX INTELIGÊNCIA DE MERCADO < WWW.APEXBRASIL.COM.BR/INTELENCIAMERCADO >

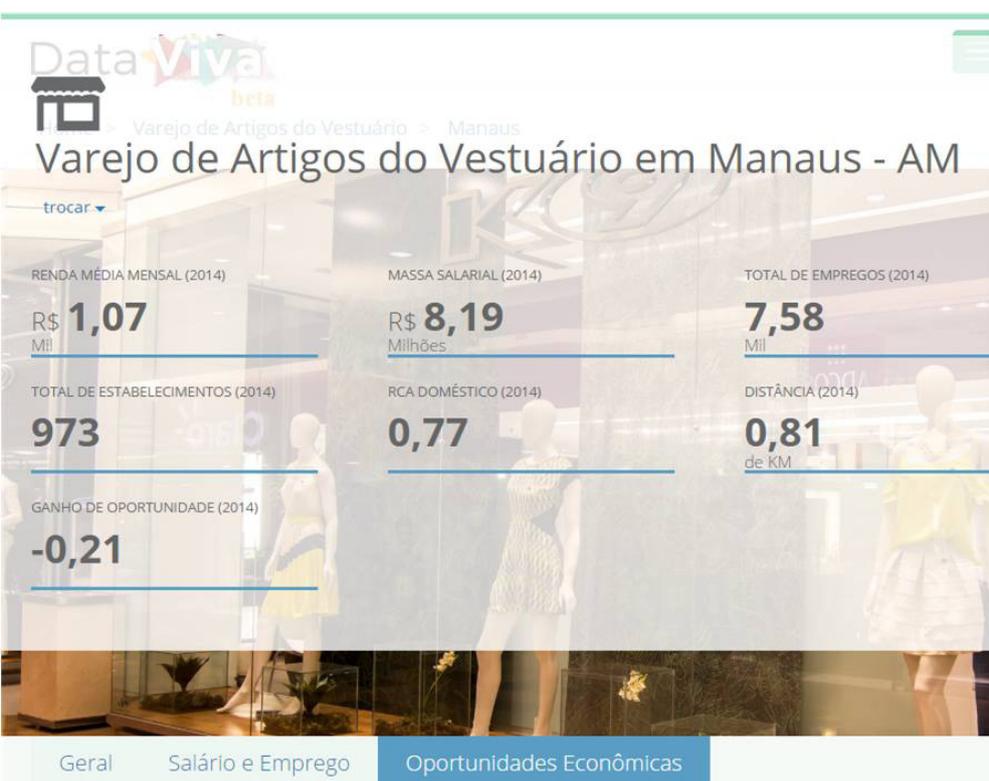
Estudos e pesquisas sobre oportunidades em negócios internacionais.

CENTRAL DO CONHECIMENTO DO COMÉRCIO < WWW.CNC.ORG.BR/CENTRAL-DO-CONHECIMENTO >

Estatísticas e pesquisas das entidades que compõem a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo.

DATA VIVA < WWW.DATAVIVA.INFO/ >

O Data Viva contém informações de negócios, população, educação, emprego, exportações e importações. Na ferramenta é possível se delimitar municípios e escolher análises a partir de um tipo de negócio.



Ainda pode-se fazer cruzamentos entre ocupações e massas salariais na aba “salário e empregos”.
 Vide exemplo abaixo.



GOOGLE ACADÊMICO < WWW.SCHOLAR.GOOGLE.COM.BR >

Nesse site é possível buscar estudos acadêmicos que podem apoiar em questões de mercado. Esses resultados não aparecem com facilidade no buscador tradicional. Inserindo na busca o termo “tudonotitulo:” antes das palavras-chave você encontrará documentos com mais objetividade.

Google

Acadêmico 3 resultados (0,03 s)

Artigos

Minha biblioteca

A qualquer momento
 Desde 2016
 Desde 2015
 Desde 2012
 Período específico...
 2010 —

Classificar por

[PDF] **PRINCIPAIS ITENS DE COMPOSTOS DE MARKETING UTILIZADOS EM AUTOPEÇAS DE SINOP/MT**
 MADOP TORRES, M ORLANDI, S BAGGENSTOSS - simpoi.fgvsp.br
 Resumo: O artigo analisa os compostos de marketing conhecidos como "4Ps" e "4Cs" utilizados pelas empresas de autopeças em Sinop/MT. Propõe-se identificar os compostos promocionais, a percepção dos empresários sobre o tema e o grau de importância dado
 Artigos relacionados Todas as 2 versões Citar Salvar Mais

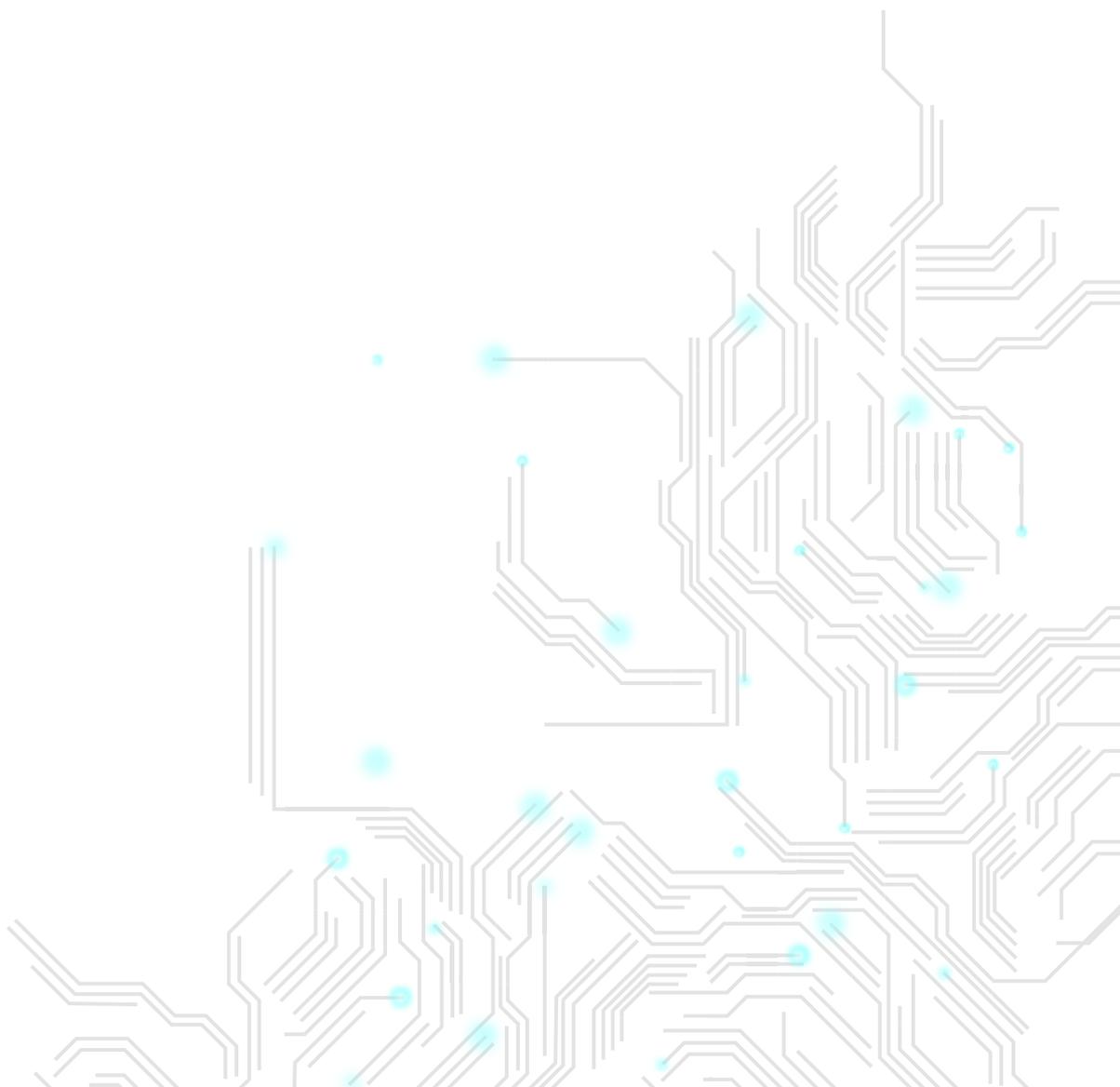
O e-mail marketing como vantagem competitiva no ramo de autopeças
 FF Bueno - 2013 - bdm.unb.br
 Vivemos num mundo cada vez mais globalizado, onde a informação é parte da vida de todos. Na era da informação em que vivemos, a internet exerce o papel de um importante meio de propagação. Isso gera benefícios tanto na vida pessoal quanto na vida profissional
 Citar Salvar

[PDF] ... ! A INFLUÊNCIA DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING NAS DECISÕES EMPRESARIAIS: ESTUDO DE CASO EM UMA ORGANIZAÇÃO DE AUTOPEÇAS

AÇÕES ESTRATÉGICAS

> MÉTODOS E PLANO DE AÇÃO

> PRIORIZE AS AÇÕES



// Ações estratégicas

A internet permite acesso a muitas informações capazes de transformar os negócios quando os empreendedores reagem a elas. Mas com tantas informações, precisamos de métodos capazes de dar maior produtividade à essa ação de inteligência.

Inicialmente, siga essas dicas práticas e preparatórias:

1. **MONTE UM ROTEIRO** com informações e fonte desejáveis. Crie um relatório em Word ou Excel com os registros e análises obtidos e atualize, sempre que possível as informações.
2. **CRIE ALERTAS** no Google e se inscreva em serviços de inteligências disponíveis. Lembre-se que mapear o mercado deve ser um ação permanente, pois os mercados são dinâmicos.
3. **LANCE MÃO SEMPRE DAS PESQUISAS PRIMÁRIAS** para potencializar os dados secundários.
4. **SOLICITE AJUDA** a pessoas mais experientes nas manipulações de informações nas quais você ainda não tenha costume.
5. **FAÇA OS CONTROLES GERENCIAIS EM SOFTWARES** de gestão que disponibilize informações agregadas sobre o seu negócio. Muitas informações importantes para tomada de decisões estratégicas no mercado estão na própria empresa.
6. Para cada análise de mercado importante sistematize um **PLANO DE AÇÃO**.

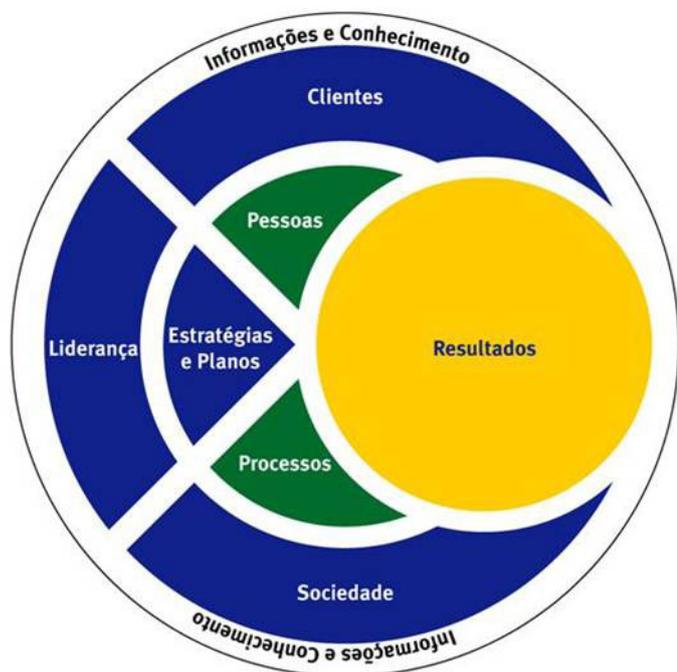
> Métodos e plano de ação

No mapeamento do mercado você descobre fatores externos que influenciarão o seu negócio. São as oportunidades e ameaças.

Se você já possui um negócio, um importante passo de inteligência para o seu negócio é conhecer as suas forças e fraquezas. São fatores internos, relacionados à gestão de seu negócio. Para auxiliar a descoberta desses fatores, o Sebrae disponibiliza uma ferramenta de autodiagnóstico de gestão. Como resultado do autodiagnóstico, você recebe uma pontuação para cada fator de gestão. As boas notas indicarão suas forças e as notas que precisam de melhoria indicam suas fraquezas. Acesse a ferramenta em < WWW.SEBRAE.COM.BR/SITES/PORTALSEBRAE/CADASTRO >.

No esquema abaixo estão os fatores desse diagnóstico disponibilizado pelo Sebrae.

Fatores da autoavaliação de sua gestão – SEBRAE



Com o conhecimento de suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, uma importante técnica de análise para construir seu plano de atuação é a Matriz SWOT. Ela permite o confronto entre os fatores internos e externos ao seu negócio.

MATRIZ SWOT

		Oportunidades	Ameaças
		Fatores Externos	
Fatores Internos	Forças	Exemplo de Plano de ação: Buscar oportunidade em que as forças da empresa potencialize o APROVEITAMENTO	Exemplo de Plano de ação: Proteger-se das ameaças com as forças da empresa. Estratégias de ENFRENTAMENTO
	Fraquezas	Exemplo de Plano de ação: Buscar MELHORIAS no negócio com vistas a potencializar a empresa no aproveitamento das oportunidades	Exemplo de Plano de ação: Buscar MUDANÇAS na estratégia de mercado. Se os produtos e serviços de baixo potencial ainda sofrem ameaças repense a sua oferta.

Confira no quadro acima uma sugestão para a construção do seu plano de ação. São ações para aproveitamento de oportunidades, enfrentamento de ameaças, melhorias e mudanças.

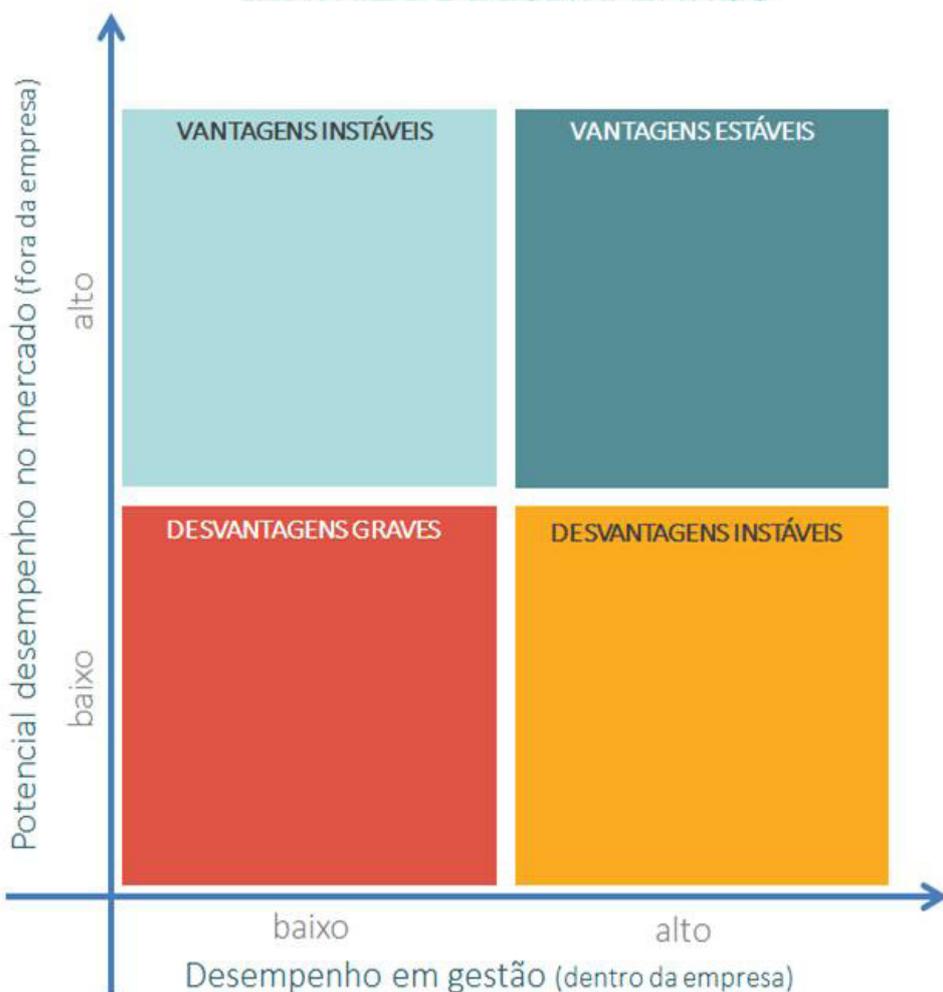
> **Priorize as ações**

Com sua lista de ações e recomendações, vale ainda tentar a priorização das mesmas. Uma técnica útil é a criticidade da ações. Para cada ação planejada é possível identificar um fator-crítico e avaliar o seu desempenho cruzado entre performances dentro da empresa (gestão) e performances fora da empresa (mercado).

Assim, dê preferência a executar ações que respondam a problemas percebidos simultaneamente na atuação em gestão e em mercados. Esses são os pontos em que sua empresa possui uma desvantagem grave.

A Matriz de Desempenhos abaixo sugere que a priorização se dê, primeiramente do vermelho (desvantagens graves), em seguida o amarelo (desvantagens instáveis) e o azul claro (vantagens instáveis). Por fim, atente-se às ações visualizadas para manutenção de suas vantagens estáveis.

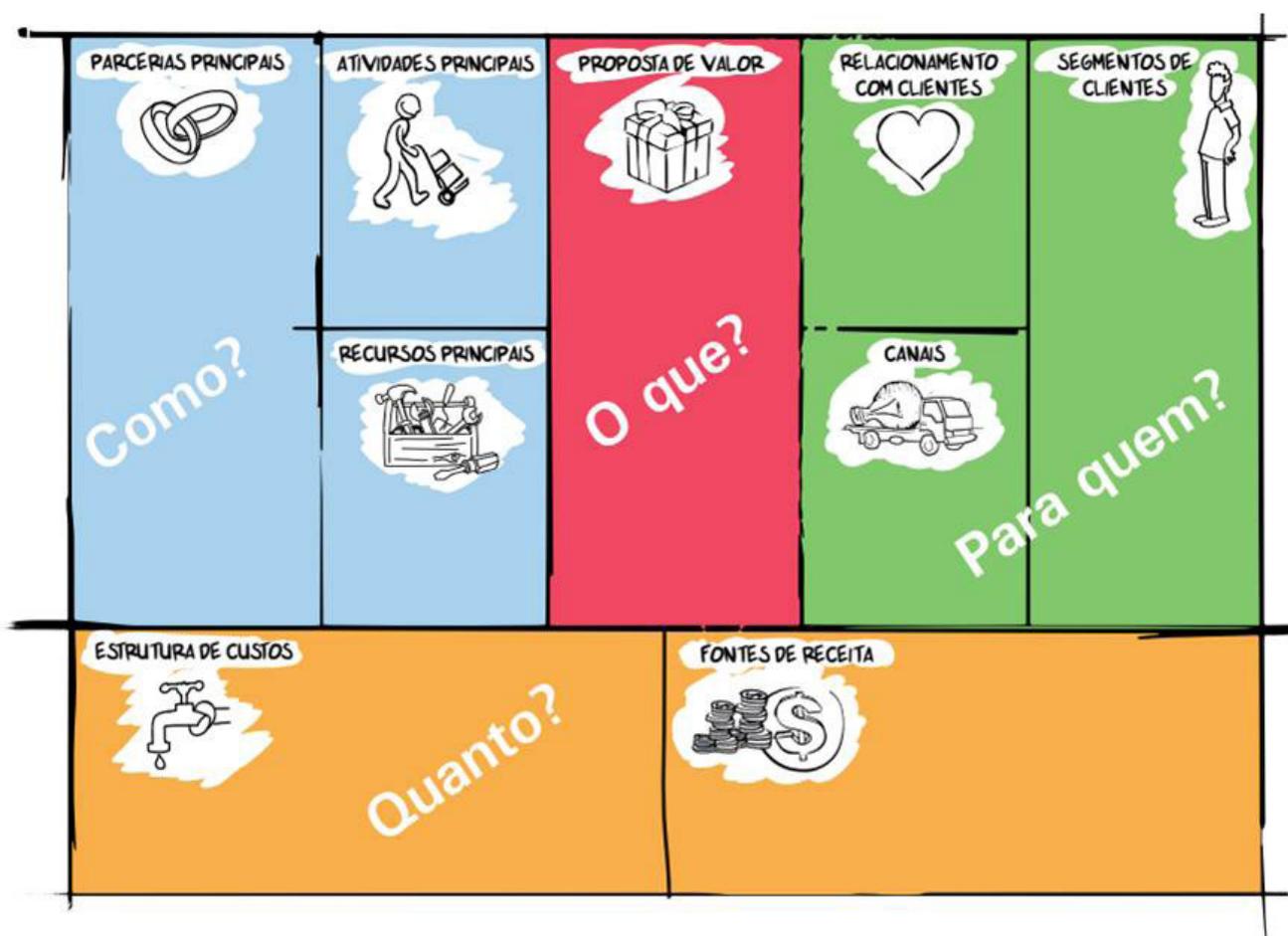
MATRIZ DE DESEMPENHOS



Uma ferramenta do Sebrae constrói essa avaliação quanto aos principais fatores-críticos de sucesso de alguns segmentos. Confira se o seu já está disponível em < WWW.SEBRAEMERCADOS.COM.BR/SUCCESSO >.

Se você planeja abrir um negócio ou reposicionar um produto ou serviço, o seu mapeamento de mercado deve compor o seu plano de negócio. Saiba como elaborar um plano de negócios no link < WWW.GOOGL/CJL19P >.

Uma ferramenta visual que pode te ajudar no seu planejamento é o Canvas. Ela estrutura uma forma de atuação ideal no mercado considerando os objetivos, estratégias e recursos.



Neste link < WWW.SEBRAECANVAS.COM > você tem acesso a uma ferramenta na web ou como aplicativo móvel para construir e acompanhar o seu Canvas.

Nesse link < WWW.GOOGL/DARR8M > você tem acesso a um manual que detalha o “como usar” a ferramenta visual.

Conte com o Sebrae no apoio da sua atuação no mercado. Fale com um especialista online em < WWW.SEBRAE.COM.BR/CONTATO >



SEBRAE

*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

0800 570 0800 / sebrae.com.br