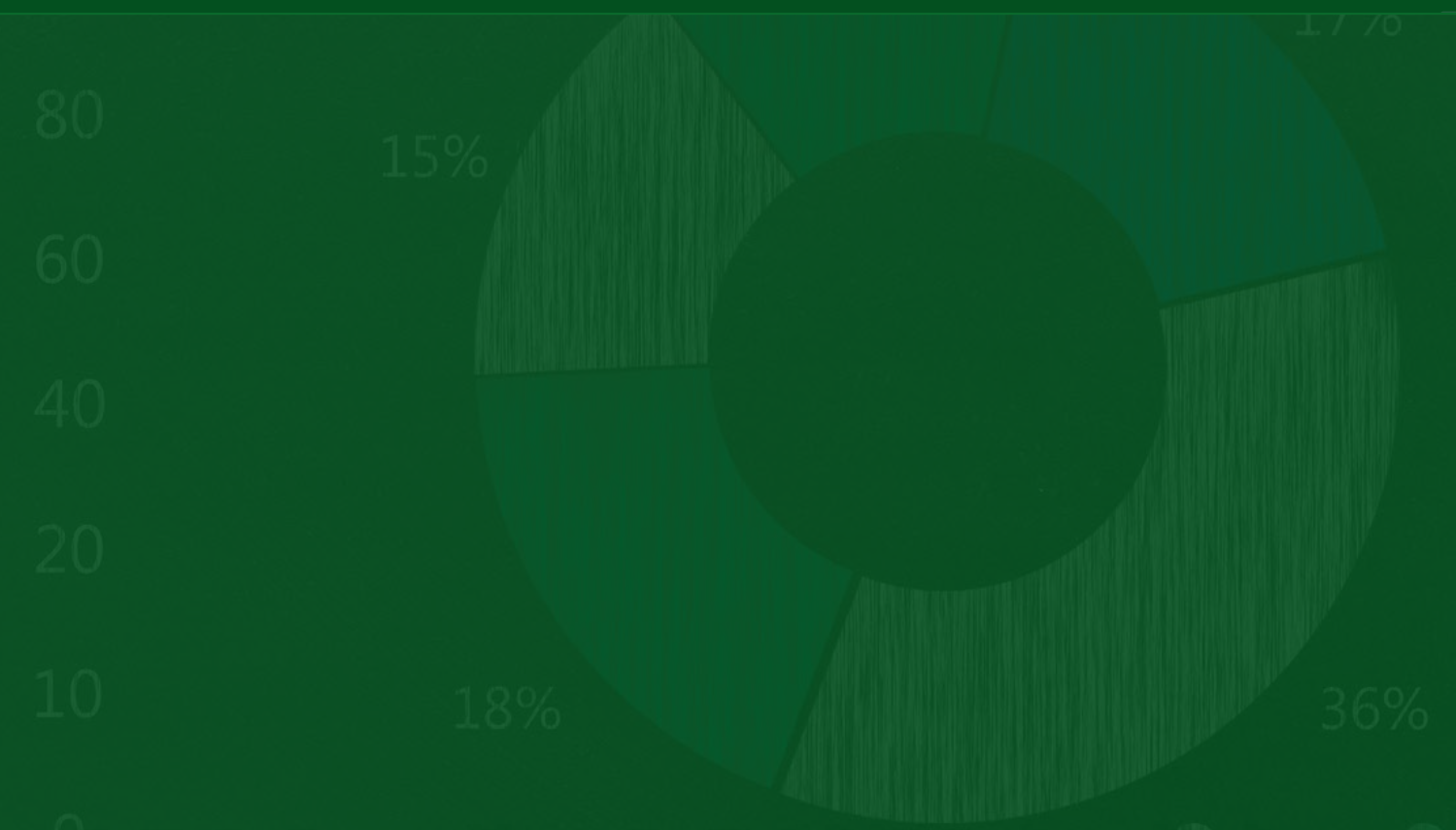




# PESQUISA DE MERCADO



**RONALDO CAIADO**

**Governador do Estado de Goiás**

**MARCIO CESAR PEREIRA**

**Secretário de Estado de Desenvolvimento e Inovação**

**ALEXANDRE CESAR**

**Superintendente de Negócios Internacionais**

**AURÉLIO RESENDE**

**Gerente de Comércio Exterior**

---

**EQUIPE DO PROJETO**

**Adriano Pires**

**Flávio Falcão**

**Maysa Rodrigues**

## INTRODUÇÃO



A pesquisa de mercado permite analisar os mercados que oferecem melhores perspectivas, os padrões de qualidade exigidos pelo mercado importador e o tempo necessário para se alcançar o nível ideal de vendas.

A pesquisa de mercado é importante porque ela ajuda a determinar as perspectivas de venda do produto no mercado externo, indicar a forma de obter melhores resultados, revelar se o produto poderá ser vendido a um preço razoável e em quantidade satisfatória.



## OBJETIVOS

A Pesquisa de Mercado busca:

- 🎯 **Selecionar mercados para a venda do produto.**
- 🎯 **Identificar tendências e expectativas.**
- 🎯 **Reconhecer a concorrência.**
- 🎯 **Conhecer e avaliar oportunidades e ameaças.**

**Conhecer as características do país-alvo é de grande utilidade no momento de optar por um determinado mercado.**



# SELEÇÃO DE MERCADOS

Fatores básicos que auxiliam na seleção de potenciais mercados para exportação

## Geográficos

- 🎯 Baseado nas semelhanças entre o mercado doméstico e o mercado-alvo, pois possibilita a expansão com necessidade de adaptação.
- 🎯 Condições de concorrência no mercado doméstico são as mesmas para todos.

## Sócio-políticos

- 🎯 Vantagens nas exportações, em relação a concorrentes externos, para os países com os quais existem acordos comerciais.



# SELEÇÃO DE MERCADOS

## Culturais

- 🎯 Hábitos diferentes no mercado-alvo.
- 🎯 Restrições religiosas.
- 🎯 Práticas comerciais diferentes.
- 🎯 Imagem do Brasil no mercado-alvo.

## Tecnológicos

- 🎯 Atendimento aos padrões tecnológicos do mercado-alvo.
- 🎯 Design adequado.

## Econômicos

- 🎯 Avaliação da situação econômica do país-alvo.
- 🎯 Avaliação do poder de compra do consumidor.



# IDENTIFICAÇÃO DE CLIENTES



## Identificação

- 🎯 **Por meio da Internet.**
- 🎯 **Câmaras de Comércio.**
- 🎯 **Consulados e Embaixadas.**
- 🎯 **Federações de Indústrias.**
- 🎯 **Outras entidades de classe.**



**Secretaria de  
Estado de  
Desenvolvimento e  
Inovação**

