

# MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão  
Marketing - Campus Balneário Camboriú

## TÍTULO

Elizabeth Cristina Soares<sup>1</sup>  
Paulo Eduardo de Oliveira Rocha<sup>2</sup>

Ana Claudia de Azevedo Machado<sup>3</sup>  
Fabio Bucior<sup>4</sup>  
Manuel Carlos Pinheiro da Gama<sup>5</sup>

## RESUMO

Atuando há 13 anos no mercado de Balneário Camboriú - SC e acreditando que a transição entre as culturas é algo importante para qualquer área mercadológica a Sb5 Eventos e Promoções, foi criada para impulsionar eventos esportivos com novos conceitos em todo território nacional, onde a grande parte do seu público alvo são atletas amadores e profissionais que se identifiquem com o segmento de esportes ao ar livre, sendo corrida, natação e ciclismo. Assim a sua missão é ser referência em eventos outdoor e sua visão é que seus atletas tenham uma experiência emocional inesquecível participando de seus eventos. As atividades de negócios da empresa estão voltadas a produção e promoção de eventos esportivos, serviços de organizações de feiras, congressos, exposições e festas, aluguel de equipamentos recreativos e esportivos. Os principais eventos realizados pela empresa Sb5 Eventos e Promoções até o momento são: GP Internacional Extreme Endurance Triathlon, GP Winter, GP Summer, GP Celebration, GP Corrida da Fantasia, 4º Meia Maratona Itajaí, Meia Maratona Aniversario Balneário Camboriú 3º Edição. O sócio proprietário Sandro Lucio Bernardoni consegue comandar a sua empresa com grande autonomia, mas pensando quão grande a sua empresa ainda pode vir a crescer ocupando uma fatia maior ainda de mercado, logo este plano de marketing tem como intuito analisar a situação atual da empresa, encontrar suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, propor novos objetivos e ações, e apresentar como o mesmo poderá implantado e controlado para que os resultados das ações propostas possam ser obtidos. As análises elaboradas no marketing estratégico resultam de um afunilamento de conteúdos que nos permite chegar a estratégia central de marketing, assim a segmentação da empresa enquadrada no tipo demográfica e comportamental encontrada, permite ao setor de eventos esportivos a realização de atividades designadas a satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores. Portanto, a empresa Sb5 Eventos e Promoções conseguem oferecer aos seus consumidores um posicionamento

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Marketing, UNIVALI –  
Campus Balneário Camboriú  
(elizacsoares@gmail.com)

<sup>2</sup> Acadêmico do Curso de Marketing, UNIVALI –  
Campus Balneário Camboriú  
(padu50@hotmail.com)

<sup>3</sup> Professora do Curso de Marketing, UNIVALI –  
Campus Balneário Camboriú  
(ana\_azevedo@univali.br)

<sup>4</sup> Professor do Curso de Marketing, UNIVALI –  
Campus Balneário Camboriú  
(fabiobucior@gmail.com)

<sup>5</sup> Professor do Curso de Marketing, UNIVALI –  
Campus Balneário Camboriú  
(manuel@manuelgama.adm.br)

# MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão  
Marketing - Campus Balneário Camboriú

proporcionando experiências ligadas à superação e emoção a cada competidor que participa de seus eventos esportivos. Grande parte do público alvo são atletas amadores com idade mínima de 18 anos e sendo a idade máxima ilimitada, onde estes consumidores pertencem a diversos segmentos de grupos e o que possuem em comum é o desejo de superar seus próprios limites. Assim também, não se pode esquecer dos atletas profissionais, que também se constituem no público alvo da empresa Sb5 Eventos e Promoções, para treino e preparação para eventos ainda maiores e internacionais. Conforme listado pelo grupo, este plano de marketing aponta para seis concorrentes diretos e indiretos, que vendem a mesma linha de produtos e serviços para um mesmo público alvo, com uma faixa de preço similar, em pontos de vendas diferentes. Assim por meio dessa análise, conseguiu-se levantar muitos dados, como: onde estão localizados, quais os produtos e serviços que eles oferecem, qual aquele que cobra o menor preço pelas inscrições e dentre outras muitas informações relevantes que poderão ajudar na hora da implementação das estratégias escolhidas. Para tornar este documento como uma guia de ações que devem ser tomadas para atingir os resultados esperados dentro do plano de marketing, foram definidos sete objetivos: 1º Posicionar o produto "GP Internacional Extreme" como o melhor item de venda, aumentando assim o valor das inscrições de forma gradativa em percentual e realizando este tipo de evento nove vezes ao ano em três estados do Brasil. 2º Registrar a marca Sb5 Eventos e Promoções e GP Internacional de Triathlon colocando-a em nome titular: 900 Eventos e Promoções Ltda. 3º Terceirizar o planejamento e ações de marketing digital focando na estratégia de e-mail marketing tornando o relacionamento com o consumidor mais estreito por meio da ferramenta Mail Chimp, que além dos serviços de e-mails esta ferramenta oferece o desenvolvimento de campanhas publicitárias, geração de relatórios para acompanhamento e automação de forma totalmente gratuita. 4º Aumentar a visibilidade da empresa por meio de comunicação online, onde este objetivo trará a perceptibilidade da empresa Sb5 Eventos e Promoções, por meio das redes sociais como o Facebook, Instagram e a busca por palavras chaves relacionada à mesma dentro do site de pesquisa Google. 5º Investir na contratação de um estagiário de marketing, onde mesmo se tratando de uma empresa que ainda é de pequeno/médio porte, logo o grupo sugere que a mesma invista em um estagiário para trazer um suporte às áreas designadas ao marketing tanto na parte estratégica como operacional. 6º Buscar o investimento de novos patrocinadores, no qual o grupo sugere que ao solicitar ao patrocínio de uma empresa, a Sb5 Eventos e Promoções, utilize um documento com a projeção de suas ações, servindo como base para mostrar que para ambos os lados que essa forma de parceria possa vir ser algo rentável gerando sinergia. 7º E investir em um Curso de capacitação em Gestão Estratégica de Venda. Logo o objetivo final com este plano de marketing é alcançar o faturamento bruto da empresa Sb5 Eventos e Promoções em até R\$1.361.144,40 no prazo de 14 meses, com a expansão da área de atuação de seus serviços e produtos em todo território nacional, assim este planejamento focará em três principais estados brasileiros: Paraíba, Espírito Santo e Santa Catarina. O grupo definiu que a estratégia de marketing mais assertiva para a empresa Sb5 Eventos e Promoções seja a diferenciação, que consiste em criar uma identificação própria no produto, objetivando torná-lo nitidamente distinto dos demais produtos concorrentes. Esta estratégia é adotada quando o mercado entende como valor a exclusividade ou determinadas características que justifiquem um preço mais alto, proporcionando maiores margens de lucro, sendo assim a mesma se tornará uma ferramenta de grande auxílio na hora de oferecer as melhores opções no mercado ao público alvo. A fonte de recursos que a empresa disponibiliza no atual momento é de R\$2.500,00 mensalmente para as estratégias do plano de marketing, totalizando um investimento aproximadamente de R\$30.000,00 anual. Portanto, o custo total para iniciar a operação do negócio será de R\$ 2.485,90 por mês, sendo R\$1.140,00 para investimento em comunicação em mídias digitais, R\$789,90 para relações públicas e R\$556,00 para investimento em curso para a equipe em capacitação de Gestão Estratégica de Vendas pelo SEBRAE. Sendo assim após analisar todos os fatores relevantes para a concretização das ações pertinentes, o grupo levou em consideração a análise atual da empresa, traçou informações mediante o cruzamento das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, fazendo com o embasamento de todo o plano de marketing possa vir a dar um suporte à tomada de decisão que a empresa Sb5 Eventos e Promoções possa vir a realizar seguindo o presente planejamento.

Palavras-chave: Plano, Marketing, Estratégia, SB5 Eventos.