



Universidade dos Açores

Departamento de Economia e Gestão

Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais

Atividades de Marketing e Comunicação: A loja EXPERT em Ponta Delgada

Ana Rita Pacheco Aragão

Orientador: Flávio Gomes Borges Tiago

Versão Provisória

Ponta Delgada, Março de 2014

## Resumo

O estágio decorreu na empresa Susiarte, mais precisamente numa das suas lojas, a de Ponta Delgada. A sua principal atividade é o comércio de eletrodomésticos, aparelhos de rádio e de televisão. O estágio teve duração de 12 meses, iniciando-se em 2 de janeiro de 2012 e com o termo a 31 de Dezembro de 2012.

Os objetivos do estágio tiveram como finalidade a realização de atividades de marketing inerentes à empresa para obtenção do grau de mestre.

Na última parte deste relatório são apresentadas algumas lacunas da loja. Após detetar questões a melhorar é feito todo um processo de planeamento e a realização de atividades de marketing na loja EXPERT, em Ponta Delgada, visando o aumento de vendas anuais.

**Palavras-chave: marketing, atividades de marketing, comunicação.**

## Abstract

The internship had place at Susiarte, more precisely at one of their branch office in Ponta Delgada. Their principal activity is the trade of electrical household appliances like televisions and sound systems. The duration of the internship was 12 months starting at January 2nd of 2012 and have finished on December 31st of the same year.

The internship goals was the realization of marketing activities inherent in the company for my master's degree achievement. I found some gaps in the company that is mentioned on the last part of this report and so, after searching for some things to improve in the store, a plan of marketing activities is made for the EXPERT branch office in Ponta Delgada in order to raising the annual sales.

**Keywords: marketing, marketing activities, communication**

# Índice

## Conteúdo

Agradecimentos.....	3
Resumo .....	4
Abstract .....	5
Índice .....	6
Lista de Figuras .....	9
Lista de Tabelas.....	10
Lista de Abreviaturas .....	11
Introdução.....	12
Capitulo I.....	13
1.1- Apresentação da Empresa.....	13
1.2- Estrutura Organizacional.....	17
1.3- Visão .....	18
1.4-Missão .....	18
1.5- Valores.....	18
Capitulo II - Enquadramento teórico .....	19
1 - Marketing.....	19
1.1- Marketing Operacional .....	22
1.1.1- Marketing de serviços .....	23
1.2- Estratégia .....	25
1.3- Marketing Estratégico.....	25
1.3.1 - Orientação de mercado.....	27
1.3.2 – Planeamento.....	29

1.4- Marketing Estratégico <i>versus</i> Marketing Operacional .....	29
2. Comunicação .....	31
2.1- Evolução da comunicação .....	31
2.2- Modelos de comunicação .....	32
2.3- Modelo genérico de comunicação .....	34
3. Comunicação nas PME's .....	35
3.1- Definição de empresa .....	35
3.2- Definição de PME's.....	36
3.2.1- Efetivos e limiares financeiros que definem as categorias de empresa .....	36
3.3 Comunicação empresarial .....	37
4. Comunicação Interna .....	38
4.1- Comunicação Organizacional .....	38
4.2- Processos de comunicação Interna.....	39
4.3- Funções da comunicação Interna.....	42
3.4- Instrumentos e meios de comunicação interna .....	43
4. Comunicação Digital .....	45
4.1- <i>E-mail</i> .....	46
4.2- SMS .....	47
4.3- <i>Instant Messaging</i> .....	47
4.4 - Redes sociais .....	48
5. Vendas e RP's .....	48
5.1- Vendas.....	48
5.2- R.P .....	50
Capítulo III - Atividades desenvolvidas ao longo estágio.....	52
3.1- Estudo da situação empresarial .....	53
3.2- Segmentação, <i>Targeting</i> e Posicionamento .....	55

3.4- Avaliação dos sete componentes do Marketing -Mix:.....	57
3.4.1- Comunicação Interna:.....	59
3.4.2- Comunicação Externa:.....	60
3.5 – Propostas e Implementação.....	60
3.6- Comparações de resultados:.....	65
Capitulo IV- Considerações finais e oportunidades de melhoria .....	67
Conclusão .....	69
Referências Bibliográficas .....	70
ANEXOS.....	75

## Lista de Figuras

Figura 1 Logotipo da Empresa.....	14
Figura 2 Organigrama do sector de atuação da empresa .....	16
Figura 3 Marketing Mix dos serviços .....	24
Figura 4 Passos do Marketing Estratégico.....	26
Figura 5 Processos da Mensagem .....	33
Figura 6 Processos de Persuasão.....	34
Figura 7 Funções da Comunicação.....	43
Figura 8 Instrumentos da Comunicação .....	44
Figura 9 Passos do processo de gestão de Marketing.....	53
Figura 10 Mercados Alvos .....	56

## Lista de Tabelas

Tabela 1.Principais elementos da empresa .....	13
Tabela 2- Definições de Marketing .....	19
Tabela 3- Segmentação de mercados.....	21
Tabela 4- Diferenças entre Marketing Estratégico e o Operacional .....	30
Tabela 5 - Novos limiares .....	36
Tabela 6- Alternativas da utilização da Internet e Intranet como suporte de atividades de marketing.....	46

## Lista de Abreviaturas

NIF- Número de Identificação Fiscal

SMS - Short Message Service

RP- Relações Públicas

LEP- Loja Expert Ponta Delgada

## Introdução

O presente trabalho surge no âmbito do estágio integrado no Mestrado de Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Marketing, do Departamento de Economia e Gestão da Universidade dos Açores, com o objetivo da obtenção do grau de Mestre. O estágio em causa foi realizado na empresa Susiarte, mais concretamente na Loja EXPERT, em Ponta Delgada, no período compreendido entre 2 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2012. O tema escolhido foi “ Atividades de Marketing e Comunicação: A loja EXPERT Ponta Delgada”.

Este relatório compõe-se por quatro partes. Inicialmente será apresentada a empresa Susiarte, empresa responsável pela realização do estágio. Nesta fase será feita uma descrição sumária da empresa e uma resenha da história da empresa, assim como a sua estrutura organizacional.

No segundo capítulo, intitulado -Enquadramento teórico- apresenta-se a exposição de uma pesquisa de temas relacionados com o marketing a saber: marketing estratégico, operacional, comunicação interna, organizacional e digital.

No terceiro capítulo, estão patentes todas as atividades desenvolvidas ao longo do estágio, tais como um estudo da situação empresarial, avaliação dos componentes de marketing-mix, comunicação interna e externa da empresa e, por fim, propostas para o estágio e suas implementações.

Este relatório termina com as considerações finais do trabalho e oportunidades de melhoria para a empresa.