**ROTEIRO PARA ESTUDO DE MERCADO**

1. **IDENTIFICAÇÃO DO PRODUTO**

- definição

- usos do produto

- características técnicas

- componentes do produto

-forma de apresentação do produto

2- **ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE EMPRESA E CONSUMIDOR**

- área geográfica alvo

- consumo (dos sobre quanto, como é consumido, evolução de consumo)

- características do consumidor (escolaridade, idade, sexo, estrutura da família, nível de renda e variáveis relevantes que possam influir no consumo);

- comportamento do consumidor (sensibilidade do consumidor em relação a preço, qualidade, forma de apresentação, crédito, propaganda, confiabilidade, políticas de manutenção e aspectos relacionados à criação de valor);

- como o produto é distribuído?

3- **ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA**

- nível de oferta dos concorrentes

- tecnologia dos concorrentes

- estrutura econômico-financeira dos concorrentes

- recursos humanos e seu papel no negócio

4- **ESTRUTURA DE MERCADO**

- fatias de mercado dos concorrentes

- formas de competição

- preços praticados (impostos, forma de pagamento, impostos envolvidos)

5- **OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES**

- Substitutibilidade do produto

- Fornecedores envolvidos

- Papel do governo como regulador do negócio proposto (normas envolvidas)

6- **DESENVOLVIMENTO DE REGRESSÃO PARA PREVISÃO DA DEMANDA**

**7 – FONTES UTILIZADAS NO TRABALHO**