

AS ESTRATÉGIA DE MIX DE PRODUTO NAS DROGARIAS DE CONCEIÇÃO DO ALMEIDA-BA

Maria Das Graças Lima Lago*
João Luiz Da Silva Casas**

Diante de um mercado cada vez mais competitivo, as drogarias estão investindo cada vez mais na diversificação do mix de produto para atraírem mais consumidores. É notório que a formulação da estratégia do mix de produto considera os fatores internos e externos das organizações. As empresas sempre procuram às demandas dos clientes, buscando sempre conhecer melhor seu público-alvo. Os consumidores, por sua vez, estão constantemente à procura de empresas que possam suprir em um mesmo local suas necessidades e desejos, de forma a otimizar o tempo. Nesse cenário, as organizações adotam ações de marketing para conseguirem competir com êxito contra as atividades concorrenciais. Tais ações têm como base os 4P's de marketing, conceituado pelos autores da temática como um composto de fatores que atraem consumidores, pois eles são denominados como os "olhos" da empresa, constituindo-se em estratégias do produto, preço, promoção e praça. Nessa concepção o estudo tem como objetivo analisar quais as estratégias de mix de produto influenciam na decisão de compra dos clientes nas drogarias de Conceição do Almeida-BA. A proposta de realizar esse trabalho na área de marketing é para compreender a decisão de compra dos clientes e o que faz os mesmo a efetuarem suas compras em um único local. Essa pesquisa será de natureza exploratória, construindo assim um estudo de caso de natureza qualitativa realizado nas drogarias de Conceição do Almeida- BA. Assim, a elaboração deste trabalho se faz pertinente, pois avalia os atributos nas tomadas de decisões dos clientes das drogarias de Conceição do Almeida-BA em efetuar suas compras naqueles locais e sua relação com as estratégias de diversificação do mix de produto para maior atratividade. Espera-se como resultados que as drogarias estejam investindo na inclusão de itens do varejo alimentar no seu mix de produtos com fator de atração e que os consumidores percebam essa inclusão como um fator que agrega valor às suas compras.

Palavras-chave: Mix de Produto. Decisão de compra. 4P'S do Marketing.

* Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza – FAMAM;marialagolima96@gmail.com

** Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social; Professor orientador na Faculdade Maria Milza – FAMAM; Casas.joao@gmail.com