

MIX DE MARKETING: AS PRÁTICAS DA EMPRESA THE FINI COMPANY NO MERCADO BRASILEIRO

*MARKETING MIX: THE PRACTICES OF THE FINI COMPANY IN THE BRAZILIAN
MARKET*

ALINNE SORZI CAVASSANI

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

ISADORA TÓFOLI NONIS

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Nota de esclarecimento:

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.

ANOS
SINGEP

MIX DE MARKETING: AS PRÁTICAS DA EMPRESA THE FINI COMPANY NO MERCADO BRASILEIRO

Resumo

O Mix de Marketing tem grande importância para as empresas, como uma ferramenta que orienta o planejamento e faz com que as estratégias sejam efetivas no mercado. O estudo teve como objetivo identificar os 4P's do Mix de Marketing da empresa The Fini Company considerando sua atuação no mercado brasileiro. Para tanto, foi realizado um estudo exploratório de abordagem qualitativa, com coleta das informações realizada em fontes secundárias, tais como a Home Page e a rede social pelo Instagram, a fim de identificar os 4P's nas atividades da empresa Fini. Os produtos oferecidos pela Fini possuem uma descrição criativa, uma tabela nutricional e os ingredientes. As propagandas do produto podem ser vistas nas redes sociais, YouTube e com sua logomarca característica nas lojas.

Palavras-chave: Preço, Praça, Promoção, Produto, Estratégia

ANOS
SINGEP

MARKETING MIX: THE PRACTICES OF THE FINI COMPANY IN THE BRAZILIAN MARKET

Abstract

The Marketing Mix is of great importance for companies, as a tool that guides planning and makes strategies effective in the market. The study purpose to identify the 4P's of the Marketing Mix of The Fini Company considering its performance in the Brazilian market. To this end, an exploratory study with a qualitative approach was carried out, with data collection carried out in secondary sources, such as the Home Page and the social network through Instagram, in order to identify the 4P's in the activities of the Fini company. The products offered by Fini have a creative description, a nutritional table and the ingredients. Product advertisements can be seen on social media, YouTube and with its characteristic logo in stores.

Keywords: Price, Place, Promotion, Product, Strategy

ANOS
SINGEP

MIX DE MARKETING: AS PRÁTICAS DA EMPRESA *THE FINI COMPANY* NO MERCADO BRASILEIRO

Contextualização:

O marketing é compreendido por diversas pessoas somente como um meio de divulgar e promover um produto ou serviço. No entanto, o marketing também envolve fatores relacionados com a Produto, Preço, Praça, Promoção, igualmente conhecidos como Mix de Marketing.

Objetivos:

Identificar os 4P's do Mix de Marketing da empresa *The Fini Company* considerando sua atuação no mercado brasileiro. Em 2001, a empresa Fini se estabeleceu em Jundiaí – SP, passando a atender todo o país e América Latina. Ela conquistou importantes canais de venda do varejo, atacado, farmácias, parques, cinemas, e-commerce e franquias.

Fundamentação Teórica:

O conceito de Mix de Marketing está ligado aos 4P's para Produto, Preço, Praça e Promoção. Ele foi difundido por Philip Kotler, que afirma que esses quatro pilares são essenciais para qualquer estratégia de marketing. Diversos autores afirmam que se os 4P's não forem bem desenvolvidos e aplicados conforme as necessidades do público-alvo, poderá prejudicar o desempenho da empresa.

Metodologia:

A análise teve como base a realização de um estudo exploratório de abordagem qualitativa (Martins & Theóphilo, 2016). A coleta das informações foi realizada em fontes secundárias, tais como a Home Page e a rede social pelo Instagram, a fim de identificar os 4P's nas atividades da empresa *Fini*. Para a análise e apresentação dos resultados também se seguiu os quatro pilares do Mix de Marketing.

Resultados e Análises:

Os produtos oferecidos pela Fini possuem uma descrição criativa, uma tabela nutricional e os ingredientes. A partir da compra, que pode ser realizada pelo site da empresa ou nas suas lojas físicas, a distribuição do produto é feita conforme as informações cadastradas no pedido, é iniciada após a efetivação do processo de pagamento e faturamento. As propagandas do produto podem ser vistas nas redes sociais, *YouTube* e com sua logomarca característica nas lojas.

Considerações Finais:

O Mix de Marketing tem grande importância para as empresas, como uma ferramenta que orienta o planejamento e faz com que as estratégias sejam efetivas no mercado. Os 4P's do Marketing servem para inserir a marca no mercado, de acordo com o posicionamento que

deseja alcançar. Portanto, as definições de Preço, Produto, Praça e Promoção são responsáveis por transmitir esse posicionamento ao público-alvo e consolidar a imagem da marca na mente dos consumidores.

Referências:

Churchill, G. A., & Peter, J. P. (2000). Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva.

Kotler, P. (2000). Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Martins, G. de A., & Theóphilo, C. R. (2016). Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. (3a ed.). São Paulo: Atlas.

<https://www.finistore.com.br/home/> Acesso em: 17 de julho de 2022.

<https://instagram.com/finibrasil?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Acesso em: 17 de julho de 2022.

<https://rockcontent.com/br/blog/4-ps-do-marketing/> . Acesso em: 17 de julho de 2022.

<https://www.dinamize.com.br/blog/mix-de-marketing/> . Acesso em: 17 de julho de 2022.

<https://grandesnomesdapropaganda.com.br/anunciantes/o-marketing-da-fini-conheca-a-fabrica-brasileira-e-as-estrategias-de-comunicacao-da-empresa/> . Acesso em: 17 de julho de 2022.

Palavras-chave:

Preço, Praça, Promoção, Produto, Estratégia.