



## DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA O BAÚ CLUBE DE CAMPO

**Jaine Samara Iuskiu<sup>1</sup>**

Modalidade de apresentação: Exposição oral via Google Meet

### RESUMO

Associação Baú Clube de Campo, pessoa jurídica de direito privado, sem objetivo de lucro, com duração por tempo indeterminado, fundada em União da Vitória, Estado do Paraná, aos vinte e oito dias do mês de fevereiro de um mil novecentos e sessenta e nove, tem sua sede no Parque Nossa Senhora das Vitórias. O Clube vem enfrentando problemas em relação ao recebimento das mensalidades, gerando prejuízo para a associação, pois a contribuição é de suma importância para a manutenção do clube. Observa-se carência na área de marketing para a divulgação de seus serviços e para a atração de novos sócios. Por isso, o presente trabalho tem por objetivo aplicar estratégias de marketing para reter os atuais sócios, reduzir a inadimplência e atrair novos sócios. Assim, a estratégia é de suma importância para uma empresa, porque ela possibilita identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças existentes nos ambientes interno e externo da organização. Desta forma, auxilia nas tomadas de decisões, buscando conhecer as necessidades e o desejo dos sócios, o que resulta no crescimento da organização. Realizando pesquisa exploratória, serão coletadas informações na empresa, aplicando a pesquisa de satisfação, análise SWOT e concorrência, para levantamento de dados. Todos os dados obtidos serão analisados para a tomada de decisões e aplicação na solução dos problemas. Devido à divulgação limitada, identifica-se a oportunidade de propor estratégias nessa área, como confeccionar cartões, panfletos, divulgação nas rádios locais, no Facebook e Instagram, criar grupos de WhatsApp, pois isso fará com que as pessoas saibam de sua existência e auxiliará no crescimento da Associação Baú Clube de Campo.

Palavras-chave: Marketing; Estratégias; Associados.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Administração de Empresas da UNIUV.