

F. Ciências Sociais Aplicadas - 2. Gestão e Administração - 3. Gestão da Produção e Marketing

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO: ESTUDO DA CLASSE MÉDICA DA CIDADE DE LAVRAS/MG

Lília Paula Andrade, bolsista do PIBIC/Fapemig-DAE¹

Ricardo de Souza Sette, orientador-DAE¹

Maria Gabriela Mendonça Peixoto-DAE¹

Thaís de Paula Santos-DAE¹

Izabella Custódio Alvarenga-DAE¹

1. Universidade Federal de Lavras

RESUMO:

Muito tem se falado sobre segmentação de mercado e a importância de se conhecer bem os consumidores da área que se pretende atuar. Partindo desta premissa, foi realizada na cidade de Lavras/MG, uma pesquisa envolvendo profissionais da área da saúde. O objetivo da pesquisa foi determinar perfis, gostos e preferências desses profissionais, para então serem definidas estratégias específicas para esse tipo de público. Para a realização do estudo, foi utilizado o método de coleta de dados através da aplicação de questionários, que foram aplicados no segundo semestre de 2009. Estes foram distribuídos para 160 médicos que atuam na cidade em questão. Foram escolhidos profissionais da área médica por representarem um público pouco explorado, no ponto de vista de segmentação de mercado. Através das informações obtidas foi possível traçar o perfil dos médicos, objeto de estudo. Foram identificados: Predominância de homens, representando 70,2% do total de entrevistados; a maioria dos consumidores analisados possui 51 anos ou mais; 83,7% dos médicos são casados assim como metade dos entrevistados afirmou ter uma renda mensal maior que 25 salários mínimos, enquanto somente 1,9% ganha menos que 5 salários. É válido ressaltar que 53 médicos optaram por não participarem da pesquisa. Através da realização da pesquisa foi possível identificar e traçar o perfil e aspectos em comum da classe médica na cidade de Lavras. As informações coletadas poderão ser utilizadas para o desenvolvimento de inúmeros trabalhos, mas principalmente para aquelas organizações que pretendem prestar serviço ou produto de exclusividade para essa área profissional, pois além de interessante, este também é um mercado muito pouco conhecido e explorado.

Palavras-chave: Classe médica, segmentação de mercado, perfil de consumidor.