

Estudo de Mercado: Galerias Persa

O sector da distribuição em Portugal tem vindo a registar ao longo da última década alterações significativas, das quais a mais importante será, sem dúvida, a crescente importância relativa das grandes superfícies.

As Galerias Persa constituem a única grande superfície, na zona de Faro, dedicada ao comércio de artigos para o lar.

Tendo os resultados alcançados no último ano ficado aquém das expectativas, pretende-se conhecer as razões que poderão explicar o facto, de forma a possibilitarem a redefinição do posicionamento do estabelecimento no mercado.

As Galerias Persa solicitaram à Universidade do Algarve uma análise económica do mercado, para a clarificação deste problema, tendo sido apresentado um conjunto de elementos orientado para uma quádrupla perspectiva:

1. Imagem das Galerias Persa junto dos consumidores e dos líderes de opinião;
2. Hábitos de compra dos consumidores;
3. Índice de satisfação relativamente à situação do comércio em geral;
4. Vantagens competitivas da concorrência.

A análise termina com a estimativa do Mercado Potencial e Efectivo das Galerias Persa.

Palavras-chave: Galerias Persa, Mercado Potencial, Mercado Efectivo, Satisfação, Concorrência.