

NICHOS E SUBNICHOS DE MERCADO - CRICIÚMA



METODOLOGIA

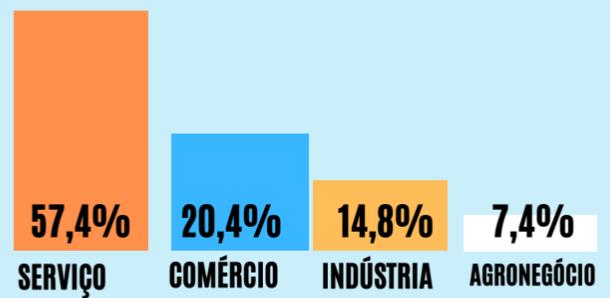
Coleta de Dados: estudo documental e bibliográfico para seleção da relação de segmentos, nichos e subnichos e realização de pesquisa pessoal quantitativa com 54 analistas do Sebrae, empresários dos setores estudados, potenciais empreendedores, consultores de negócios e professores universitários.

Período: novembro e dezembro de 2018

O QUE ENTENDE POR NICHOS DE MERCADO



ÁREA QUE INVESTIRIA



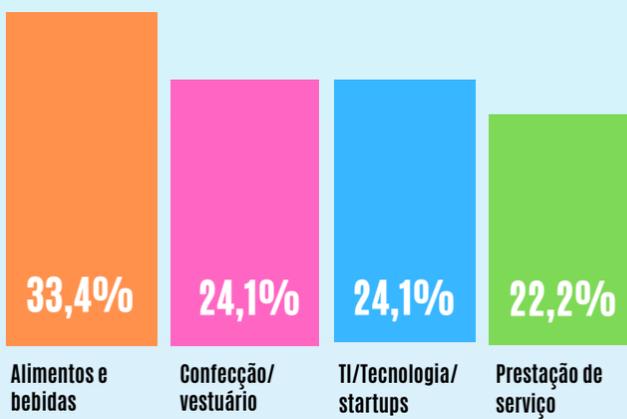
NICHOS DE MERCADO MAIS RENTÁVEIS



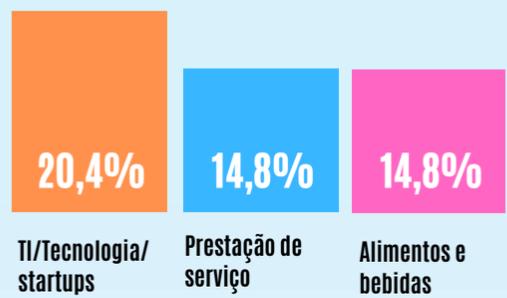
PRINCIPAIS DESAFIOS EM INVESTIR



NICHOS DE MERCADO IDENTIFICADOS ESPONTANEAMENTE

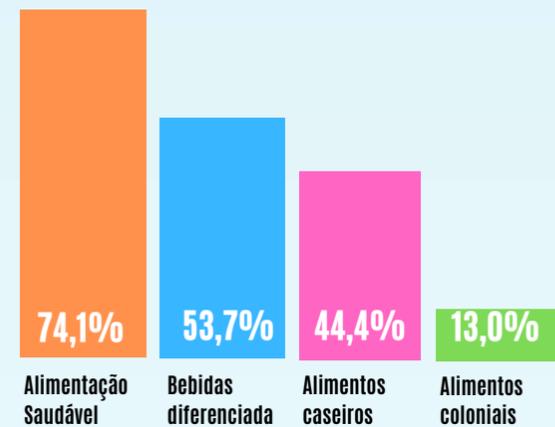


MAIOR OPORTUNIDADE NA CIDADE

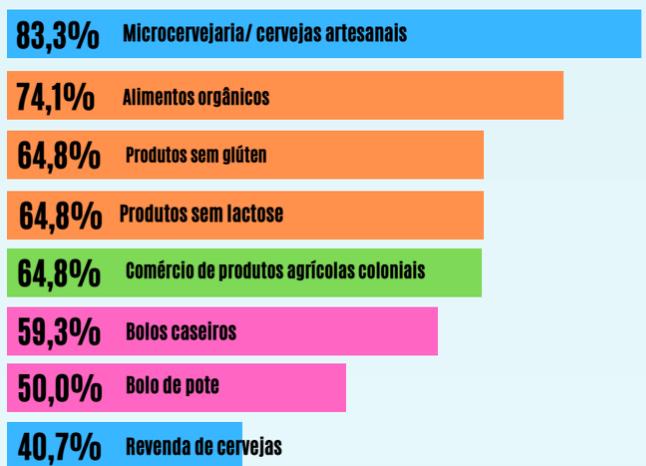


SEGMENTO DE ALIMENTOS E BEBIDAS

NICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO

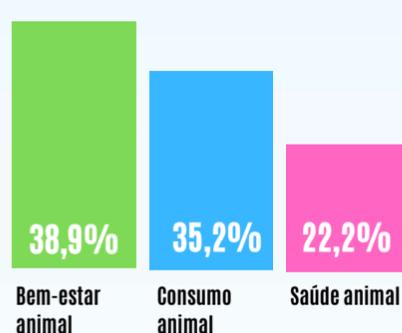


SUBNICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO



SEGMENTO DE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

NICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO

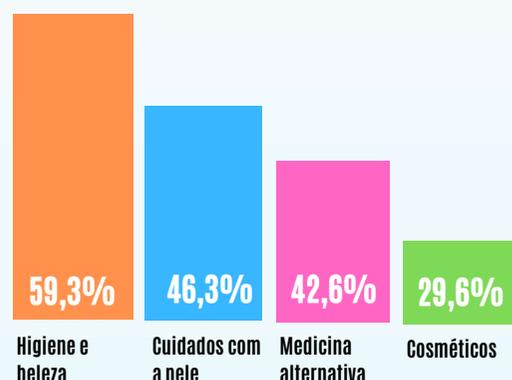


SUBNICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO



SEGMENTO DE SAÚDE E ESTÉTICA

NICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO

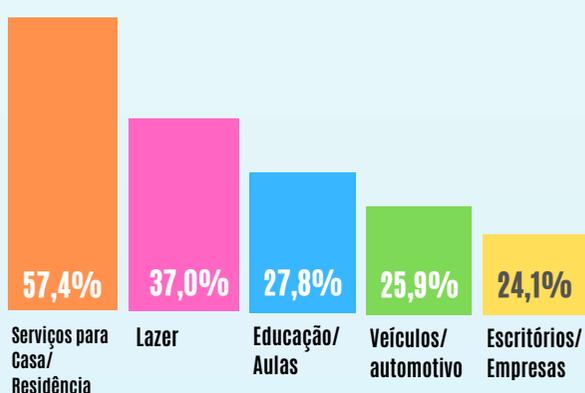


SUBNICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO



SEGMENTO DE SERVIÇOS

NICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO

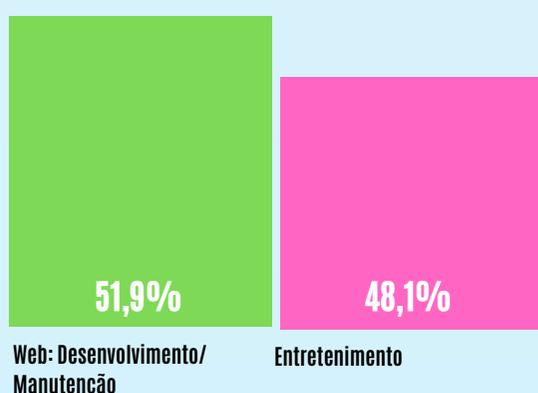


SUBNICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO



SEGMENTO DE TECNOLOGIA

NICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO

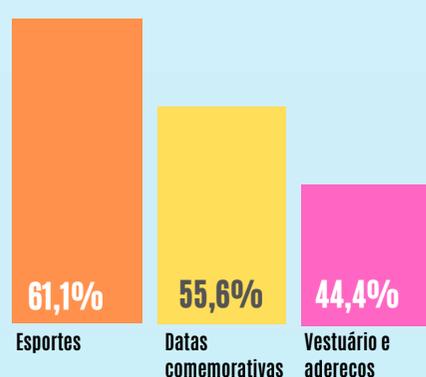


SUBNICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO



SEGMENTO DE COMÉRCIO

NICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO



SUBNICHOS COM MAIOR POTENCIAL DE MERCADO

