

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS DAS EMPRESAS INDUSTRIAIS DE CACHOEIRA DO SUL. *Carin Prochnow; Tiéle Silveira da Rosa; Samir Mahfuz Boustany* (Curso de Administração da Universidade Luterana do Brasil – Campus Cachoeira do Sul).

O presente estudo teve como objetivo o desenvolvimento de uma metodologia de avaliação do setor industrial de Cachoeira do Sul, buscando identificar as principais ações e estratégias mercadológicas utilizadas pelas indústrias do município. Cachoeira do Sul é um município que caracteriza-se por uma base econômica eminentemente primária, sendo assim, de fundamental importância o desenvolvimento de alternativas econômicas originárias de outros setores da atividade econômica. Partindo deste objetivo, o trabalho adotou uma metodologia que definiu como população da pesquisa as empresas industriais instaladas em Cachoeira do Sul. Foram entrevistados os proprietários ou gerentes de 160 empresas que responderam a um questionário estruturado contendo perguntas objetivas e subjetivas a respeito da atuação mercadológica destas empresas. Os dados obtidos através do questionário foram tabulados e analisados, trazendo informações a respeito de como as empresas calculam os preços dos seus produtos, onde buscam sua matéria-prima, como está estruturada sua força de vendas, que instrumentos utilizam para divulgar seus produtos. Os resultados dessa análise estão contemplados no relatório final do trabalho que apresenta os gráficos e tabelas descritivos e também, um relato das principais estratégias utilizadas pelas empresas pesquisadas.