



Evento	Salão UFRGS 2013: SIC - XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2013
Local	Porto Alegre - RS
Título	Potencial mercadológico na distribuição de produtos cerâmicos no Vale do Rio Pardo e Taquari – RS
Autor	DÉBORA BAIERLE GRUNWALD
Orientador	PRISCILA GARCIA DE OLIVEIRA
Instituição	Faculdade Dom Alberto

RESUMO

Com as constantes mudanças na economia e facilidade no acesso a informação, o setor da logística vem se destacando no mercado da construção civil no Brasil, e a distribuição de artefatos e de revestimentos cerâmicos expressa investimentos vetoriais, em razão do crédito facilitado, inclusive com juros condizentes ao consumo da população de baixa renda bem como crédito destinado ao desenvolvimento de infraestrutura. A logística é o principal intermediário que gerência as cargas entre o fabricante da matéria-prima, fornecedor e o mercado, constituindo o acesso destas pelo consumidor final. Considerando isso, o tema deste trabalho é o potencial mercadológico na distribuição de produtos cerâmicos no Vale do Rio Pardo e Taquari. Deste modo, o objetivo principal desta investigação é analisar a viabilidade de ampliação do mercado na região de estudo, com produtos cerâmicos oriundos dos Estados do Paraná, São Paulo e Santa Catarina. Os objetivos específicos são identificar possibilidades de abertura de mercado, avaliar o mercado alvo e determinar os seus pontos fortes e fracos. Em termos metodológicos, este trabalho serve-se de uma pesquisa bibliográfica e de estudo de caso. Para isso, como objeto estudo de caso foi eleita uma transportadora atuante na distribuição de artefatos e revestimentos cerâmicos, provenientes do Estado de Santa Catarina e distribuídos no Estado do Rio Grande do Sul, especificamente na região dos Vales do Rio Pardo e Taquari. Para elaboração da pesquisa foram realizadas visitas junto ao transportador, gerente da empresa Alfa Transportes para que fosse possível obter informações sobre a sua estrutura, organização e o método de trabalho nas atividades diárias. O referencial teórico do estudo baseia-se em obras de Ballou (2007), Bowersox e Closs (2009), Sapiro (2009), Churchill e Peter (2003), Cobra. (1992), Drucker (2003), Novaes (2007) e Kotler (2000). Durante a realização deste estudo, identificaram-se pontos fortes e fracos do contexto mercadológico na distribuição de produtos cerâmicos, e, de acordo com essas informações observadas, evidencia-se que a empresa encontra-se em fase de expansão, como também se nota que o ambiente econômico em que ela está inserida, já que a região de estudo apresenta desenvolvimento na sua infraestrutura devido à fomentação de obras na área da construção civil, como também ascensão populacional. Portanto, para se desenvolver e permanecer competitiva num mercado em crescimento, é necessário que a empresa modifique-se estruturalmente para atender satisfatoriamente a demanda proporcionada pela região do Vale do Rio Pardo e Taquari.