

Evento: XXVII Seminário de Iniciação Científica

ESTRATÉGIAS DE MARKETING NA EMPRESA ESQUADRIAS TOMM¹ **MARKETING STRATEGIES IN THE COMPANY TOMM SQUADRIES**

Roberta Rodrigues Valandro², Darlan Ariel Prochnow³, Léo Gabi⁴

¹ Pesquisa realizada no Componente Curricular de Estratégias de Marketing do Curso de Graduação em Administração da Unijuí.

² Aluna do Curso de Administração, Unijuí

³ Aluno do Curso de Administração, Unijuí

⁴ Aluno do Curso de Administração, Unijuí

INTRODUÇÃO

O mercado da construção civil encontra-se em crescimento, havendo uma constante busca por novos materiais e técnicas que sejam funcionais, agreguem valor estético ao projeto e que diminuam o custo final da obra. Nesse cenário, o estudo acerca da empresa Esquadrias Tomm torna-se relevante, pois as esquadrias são um importante elemento no custo final da obra, agregando custos diferenciados de acordo com sua matéria-prima, padrão estético e agilidade no processo construtivo.

O trabalho desenvolvido tem a finalidade de apresentar as estratégias de marketing na empresa Esquadrias Tomm, além de demonstrar como trabalha com o produto, preço, promoção, distribuição, análise do mercado e da concorrência, assim contempla um plano de marketing para que a empresa possa implantar as estratégias e ações sugeridas.

METODOLOGIA

Quanto à natureza, essa pesquisa é classificada como aplicada, que para Gil (1999, apud Luciano Zamberlan et al., 2014, p. 94) “visa a gerar conhecimentos para aplicação prática voltada à solução de problemas específicos da realidade”. Quanto à abordagem, a pesquisa classifica-se como qualitativa, por considerar que o processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Em se tratando dos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, por descrever características ou funções de mercado e tem por finalidade a formulação prévia de hipóteses. O método utilizado foi a observação direta.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Produto

O objetivo dos produtos da Esquadrias Tomm é de deixar as residências mais bonitas. Como são esquadrias para uma residência, quem define o modelo é o próprio proprietário, com algumas sugestões dos funcionários. A atual linha de produtos (figura 1) está atingindo seus objetivos e metas, a mesma deve ser expandida em breve, mas nenhum produto deve ser eliminado.

Figura 1- Imagens de produtos que a empresa produz e comercializa

Evento: XXVII Seminário de Iniciação Científica



Fonte: Esquadrias Tomm Ltda.

Estratégia para ampliar a linha de produtos

Quadro 1- Novas estratégias para o produto

O QUÊ	Desenvolver e produzir aberturas mais simples e padronizadas, com o objetivo de atender grandes obras como condomínios e prédios residenciais
POR QUÊ	É preciso expandir o mix de produtos da empresa
COMO	Através de pesquisa e desenvolvimento de aberturas padronizadas, com vistas a atender obras maiores, como prédios residenciais
QUEM	Setor de criação e produção
QUANTO	Custos com o desenvolvimento do produto
QUANDO	A partir de 2018
ONDE	Na empresa

Preço

Como não fabrica em série, cada produto é personalizado, geralmente o preço leva em conta o cálculo do material mais a mão de obra. Os consumidores veem os preços da empresa alinhados ao valor de suas ofertas. A administração conhece sobre a elasticidade-preço da demanda, efeitos da curva de experiência e políticas de preço dos concorrentes, mas a mesma não usa desses conhecimentos dentro da empresa, pois não acha necessário.

Quadro 2- Novas estratégias para o preço

O QUÊ	Estabelecer estratégia de preço médio para a nova linha de produtos; o preço praticado deve cobrir os custos de produção e garantir margem de lucro
--------------	---

Evento: XXVII Seminário de Iniciação Científica

POR QUÊ	Como os novos produtos serão mais padronizados, não se encaixam no critério de produto ampliado, por isso é preciso alterar a estratégia de preço
COMO	Adotando a estratégia de preço médio, onde o custo de fabricação é menor, mas o preço final pago pelo cliente também é mais baixo
QUEM	A diretoria da empresa
QUANTO	Sem custo financeiro para a empresa
QUANDO	A partir de 2018
ONDE	Na empresa

Promoção

A empresa não possui uma equipe interna de propaganda, mas as mídias são bem escolhidas, além disso, o orçamento de promoção de vendas é adequado. Pelo tipo de produto que é produzido não tem como dar amostra, mas possui ferramentas, que são fotos, folders e participação em feiras, além disso, a empresa faz uso de marketing online através do seu próprio site.

Quadro 3- Novas estratégias para a promoção

O QUÊ	Oferecer descontos especiais para clientes que adquirirem produtos em grande volume; criar página no facebook para divulgação da empresa e do mix de produtos; participar de feiras e eventos em outras cidades (Catuípe, Coronel Barros, etc).
POR QUÊ	Fideliza o cliente e aproxima o consumidor do produto
COMO	Através de um plano de desconto para quem adquirir uma quantidade determinada de produtos; desenvolvimento de página do Facebook pela própria empresa e contato com feiras e exposições para adquirir espaço para exposição dos produtos da empresa.
QUEM	A diretoria da empresa
QUANTO	Custos com a redução da margem de lucro e o deslocamento e aluguel de estande nas feiras.
QUANDO	A partir de 2018
ONDE	Na empresa

do pelos autores, 2017.

Distribuição

A Esquadrias Tomm possui equipe própria para a entrega dos produtos vendidos. O transporte também é da própria empresa, contando com veículos que levam os itens comercializados até a residência do cliente, onde os profissionais da empresa montam e instalam os produtos de maneira a agradar o cliente.

Quadro 4- Novas estratégias para a distribuição

Evento: XXVII Seminário de Iniciação Científica

O QUÊ	Criar estoque de produtos acabados, dando agilidade e maior rapidez na entrega dos mesmos.
POR QUÊ	É preciso ter produtos a pronta entrega, para clientes que não desejam esperar pela entrega do produto
COMO	Produzindo e estocando uma quantidade estabelecida de produtos que vendem com maior rotatividade
QUEM	Diretoria e produção da empresa
QUANTO	Custos com a fabricação
QUANDO	A partir de 2018
ONDE	Na empresa

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa Esquadrias Tomm faz o produto conforme o cliente escolher, porque cada residência possui suas particularidades. A organização tem como intenção deixar o cliente feliz com sua residência, assim como ele a planejou. O mercado-alvo da empresa são pessoas que possuem imóveis, e que estes imóveis necessitem de aberturas com qualidade e garantia do serviço prestado.

A posição que a empresa Esquadrias Tomm deseja representar, na mente do seu mercado, é de uma empresa que oferece soluções em aberturas de madeira, com produtos e serviços de qualidade diferenciada frente seus concorrentes. A organização tem como objetivo deixar o cliente feliz com sua residência, assim como ele sonhou e planejou.

Palavras-chave: Marketing; Esquadrias; Aberturas em madeira.

Keywords:

REFERÊNCIAS

ZAMBERLAN, Luciano et. al. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. Ijuí: Unijuí, 2014.