



XXV ENCONTRO DE JOVENS PESQUISADORES
VII MOSTRA ACADÊMICA DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

De 17 a 19 de outubro de 2017
Campus-Sede da UCS • Caxias do Sul



ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE DISTRIBUIDORES IMPORTADORES DE VINHOS E CONSUMIDORES

Jênnifer Canello Sandri (Estágio Extensão -UCS), Roberto Birch Gonçalves (Orientador(a))

A cadeia do vinho brasileira demonstra capacidade de gestão e maturidade, pois tem sido capaz de sobreviver a períodos de crise, intensa concorrência internacional e desafios tecnológicos com resultados positivos e crescentes. Em 2015, por exemplo, levantamento do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN), a venda de rótulos finos no país apresentou crescimento de 2,6% em relação a 2014. Apesar do contexto de instabilidade daquele ano o produto conseguiu manter-se no mercado sem perder com a crise do período (RIBEIRO JR, 2016). Elemento importante da cadeia do vinho são os distribuidores promovendo o elo de ligação entre produtores e consumidores, portanto precisam se manter atentos aos critérios de decisão de compra dos consumidores, tais como: especificações do produto, limites de preços, às condições de pagamento, à quantidade de pedidos e às condições de entrega de serviços (KOTLER; ARMSTRONG 2003). Assim, o presente estudo desenvolve uma análise sobre os distribuidores de vinhos importados e a sua relação com o comportamento do consumidor entendendo os determinantes preferenciais do consumidor e como o distribuidor opera para atender eficientemente o consumidor maximizando seu lucro. O método utilizado para fazer este estudo decorreu em duas partes. A primeira foi uma pesquisa qualitativa exploratória, onde buscou-se dados por meio de entrevista em profundidade apoiada por um roteiro semiestruturado com os distribuidores importadores de vinhos localizadas na cidade de Caxias do Sul, abordando os principais aspectos considerados ao importarem vinhos. Na segunda parte procedeu-se um estudo descritivo com abordagem quantitativa aplicado-se um questionário a distribuidores brasileiros, elaborado com base nas respostas dos entrevistados da etapa qualitativa e da revisão bibliográfica. Os resultados demonstram que a maioria dos distribuidores buscam para seu cliente produtos diferenciados objetivando a melhor relação custo benefício, além de qualidade e confiança, ao fim e ao cabo estes são os principais fatores que promovem a distribuição de forma eficiente.

Palavras-chave: Distribuidor, vinhos, comportamento

Apoio: UCS