

OS CONFLITOS NOS CANAIS DE VENDAS DO MERCADO INTERNO: ESTUDO DE CASO NA USAFLEX CALÇADOS

Área temática: Administração

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Final

Leonardo Arthur Feller¹⁵; Dorneles Sita Fagundes¹⁶

RESUMO:

Um estudo sobre os conflitos nos canais de vendas do mercado interno no período de 2017 a 2019, tendo como referência a empresa Usaflex Indústria & Comércio S/A da cidade de Igrejinha-RS. A empresa conta com 3 frentes de vendas no mercado interno (multimarcas, franquias e e-commerce), considerando que a organização vem crescendo exponencialmente nos últimos anos, porém, o setor de multimarcas registrou uma queda de aproximadamente 10% de 2017 até 2019 devido aos conflitos e concorrência entre os canais de vendas. A partir disso o estudo tem como problemática: Como administrar os conflitos e alcançar o resultado proposto em cada canal de vendas, considerando que, na maioria dos casos, a própria empresa é a sua principal concorrente? Para viabilizar esta pesquisa o objetivo geral do estudo é analisar os conflitos entre os canais de vendas do mercado interno, os quais dificultam que as áreas de vendas alcancem os resultados propostos pela empresa.

Palavras-Chaves: Canais de vendas. Conflitos. Estratégia.

Referências:

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019.

¹⁵ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. leonardofeller@sou.faccat.br

¹⁶ Professor Orientador das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. dorneles@faccat.br