

ALVARO JORGE NASSARALLA

FEIRAS SETORIAIS EM ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS COMO UM FENÔMENO DE
MARKETING: O CASO FEVEST

Resumo

As rápidas alterações no contexto econômico mundial e a concorrência globalizada desafiam a sobrevivência e a lucratividade das micro e pequenas empresas brasileiras (MPEs). Os Arranjos Produtivos Locais (APL's) são viabilizadores de ações de marketing que de outra forma dificilmente seriam possíveis a MPE's isoladamente. Uma das ações proporcionadas pela união dessas empresas em APL's são as feiras setoriais que os sindicatos e instituições apoiadoras desses pólos realizam para promover as empresas da região. As feiras são consideradas vitais para o aumento de penetração de mercado interno e externo, também como para a obtenção e troca de conhecimentos que vão promover o incremento competitivo das empresas envolvidas. Diante desse contexto, o presente estudo visa analisar a FEVEST (Feira Brasileira de Moda Íntima) em sua 13ª edição, realizada pelo APL de Moda Íntima de Nova Friburgo – RJ, como um fenômeno de marketing. Para tanto, recorre-se à metodologia fenomenológica, recomendada para trabalhos de pesquisa em que existam pluridimensionalidade de óticas e ambientes plenos de significados, além do tema demonstrar carência de pesquisas na literatura nacional. O presente estudo aborda a contribuição da FEVEST para o fortalecimento das empresas e do APL como um todo. Restringindo-se esse trabalho a ótica dos expositores, vários aspectos são abordados em relação à dinâmica da feira, os quais foram agrupados em três partes como a obtenção de benefícios intangíveis, benefícios comerciais e não-comerciais e, por último, fatores motivantes a participação e objetivos estratégicos pretendidos com a participação na feira.

Palavras-chave: Feiras Setoriais. Arranjos Produtivos Locais. Marketing.