

FACULDADE 7 DE SETEMBRO

CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

PAULO CÉSAR C. MONTEIRO JÚNIOR

JOSÉ FLÁVIO FREITAS MARINHO FILHO

ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DO SEGMENTO E MERCADO ATUAL VIDREIRO

NO ESTADO DO CEARÁ

FORTALEZA-2013

PAULO CÉSAR C. MONTEIRO JÚNIOR JOSÉ FLÁVIO FREITAS MARINHO FILHO

ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DO SEGMENTO E MERCADO ATUAL VIDREIRO

NO ESTADO DO CEARÁ

Artigo científico apresentado à Faculdade 7 de Setembro, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof Ricardo Coimbra, Msc.

FORTALEZA - 2013

ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DO SEGMENTO E MERCADO ATUAL VIDREIRO

NO ESTADO DO CEARÁ

José Flávio F. Marinho Filho[[1]](#footnote-2)

Paulo César C. Monteiro Júnior[[2]](#footnote-3)

Prof. Ricardo Aquino Coimbra³

RESUMO

O mercado de vidros seja para uma decoração ou para completar projetos realizados numa casa encontra-se muito aquecido e com o aumento do poder aquisitivo da população e das facilidades encontradas de crédito o segmento vidreiro tem expandido rapidamente. A maioria dos negócios é realizada por meio de arquitetos que fazem parceira com empresas de vidros para a confecção de peças para os ambientes projetados pelos arquitetos não somente eles como lojas de móveis, decoradores, e profissionais da construção civil fazem parte desta rede de negócio. O objetivo geral deste estudo é analisar o segmento e o mercado atual vidreiro no estado do Ceará. Para melhor colocação do tema em questão, os objetivos específicos são: apresentar a construção civil no mercado imobiliário; mostrar a importância do mercado vidreiro. A metodologia é constituída de embasamentos teóricos em pesquisas bibliográficas através de livros, revistas, artigos publicados e pesquisas em sites da internet. É utilizada, também uma pesquisa de campo por meio de dados coletados pela empresa de vidros do estudo de caso localizada no estado do Ceará. Diante do que foi exposto nota-se que a vidraçaria está vinculada no ramo da construção civil, havendo um crescimento econômico juntamente com o mercado de construção imobiliária.

Palavras-chave: Vidros, Mercado, Construção civil, Empresa do estado do Ceará.

ABSTRACT

The market for glass is a decoration or to complete projects carried out in a house is very warm and the increased purchasing power of the population and facilities found credit segment glassmaker has expanded rapidly. Most business is conducted through architects partner with companies that make glass for the manufacture of parts for environments designed by architects not only them as furniture stores, interior designers, and construction professionals are part of this network business. The aim of this study is to analyze the current market segment and glassmaker in the state of Ceará. For better placement of the subject in question, the specific objectives are: to present the construction in the housing market; showing the importance of market glassmaker. The methodology consists of theoretical bases for literature searches through books, journals, articles and research published on websites. It also used a field survey using data collected by the glasses case study in the state of Ceará. Given what has been exposed is noted that the glazing is linked in the building industry, with economic growth along with the market for real estate construction.

Keywords: Glass, Market, Building, Company of Ceará.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente o consumidor tem sido muito exigente quando se faz qualquer tipo de compra seja de uma simples blusa até mesmo a escolha de uma casa ou a da mesma, portanto sempre é importante estar de olho na qualidade, no preço, e no serviço prestado, além de exigir um excelente atendimento somente às empresas mais organizadas e eficientes têm condições de conseguir ultrapassar esse processo com tranquilidade.

O mercado de vidros seja para uma decoração ou para completar projetos realizados numa casa encontra-se muito aquecido e com o aumento do poder aquisitivo da população e das facilidades encontradas de crédito o segmento vidreiro tem expandido rapidamente. O principal negócio dos vidraceiros são as pequenas reformas e obras, já as grandes construções e reformas as vendas são realizadas diretamente nas fábricas.

Para as empresas vidreiras de pequeno porte existe uma maior quantidade e variedade de pedidos de menores valores, enquanto o maior número de serviços prestados fica direcionado ao corte de vidros comum para janelas, portas, mesas, painéis e preparação para espelhos.

A maioria dos negócios é realizada por meio de arquitetos que fazem parceira com empresas de vidros para a confecção de peças para os ambientes projetados pelos arquitetos não somente eles como lojas de móveis, decoradores, e profissionais da construção civil fazem parte desta rede de negócio. Devido o aquecimento do mercado algumas empresas do segmento vidreiro estão fazendo uma ampliação de novos mercados para atender ainda mais a demanda dos clientes.

Surge à problemática de saber como a construção civil atua adequadamente no segmento vidreiro no estado do Ceará?

Em vista da oportunidade exposta, o objetivo geral deste estudo é analisar o segmento e o mercado atual vidreiro no estado do Ceará, analisando a empresa Vidraçaria Marinho. Para melhor colocação do tema em questão, os objetivos específicos são: apresentar a construção civil no mercado imobiliário; mostrar a importância do mercado vidreiro.

A pesquisa será descritiva - bibliográfica também será apresentado um estudo de caso por meio de dados coletados de uma empresa de vidros atuante no mercado cearense mostrando como seria para a empresa essa nova segmentação de mercado.

Considerando o assunto apresentado, existem algumas literaturas para compor o referido estudo, além de ser um assunto muito importante e bastante atual. Em relação à importância segmento vidreiro e a expansão de mercado deste serviço são foco principal da pesquisa, será utilizada uma metodologia constituída de embasamentos teóricos em pesquisas bibliográficas através de livros, revistas, artigos publicados e pesquisas em sites da internet. É utilizada, também uma pesquisa de campo por meio de dados coletados pela empresa de vidros do estudo de caso localizada no estado do Ceará para relacionar com mais clareza o grau de percepção do mercado visto pelo segmento vidreiro.

O trabalho estrutura-se em cinco etapas: (I) introdução, (II) abordagem sobre a construção civil, (III) a importância do mercado vidreiro, (IV) percurso metodológico; (V) estudo de caso, e finalizando com as considerações finais e as referências do estudo.

**2 CONSTRUÇÃO CIVIL**

A indústria da construção tem como características fundamentais o fato de impactar de forma direta e indireta toda a economia, além de ser fortemente condicionada à trajetória de política econômica do país. Neste sentido, é lícito admitir que a vitalidade e o desempenho dos vários setores econômicos e a melhoria da preservação da qualidade de vida dependem do desempenho da atividade construtora (CBIC, 2003).

O setor da construção civil apresenta significativa importância no contexto nacional, seja por sua representatividade econômica ou mesmo a social. Atualmente a construção encontra-se em rápido processo de industrialização embora muitos processos de trabalho continuem ainda sendo realizados de forma artesanal. Enquanto os projetos, a especificação de materiais e as técnicas construtivas tendem a se sofisticar dia-a-dia, a execução, as ferramentas e as condições de trabalho nos canteiros de obras permanecem, em muitos casos, rudimentares, sendo empregados métodos e formas de trabalhos improvisados (FRANCO, 2001).

Uma das características fundamentais do setor é a intensidade do uso da força de trabalho, que se explica, em grande parte, pela natureza de seu processo produtivo, que dificulta a utilização intensiva de equipamentos, a não ser nas tarefas mais pesadas. A característica descontínua do processo produtivo – que apresenta, com grande intensidade, parcelamento tanto das tarefas quanto do espaço produtivo – ao não exigir um espaço fixo, uma planta industrial que permita a utilização intensiva de máquinas que tragam consigo o predomínio amplo do princípio da simultaneidade faz com que o aumento da produtividade se fundamente numa racionalização maior do processo de trabalho e menos na mecanização (PRADO, 2002).

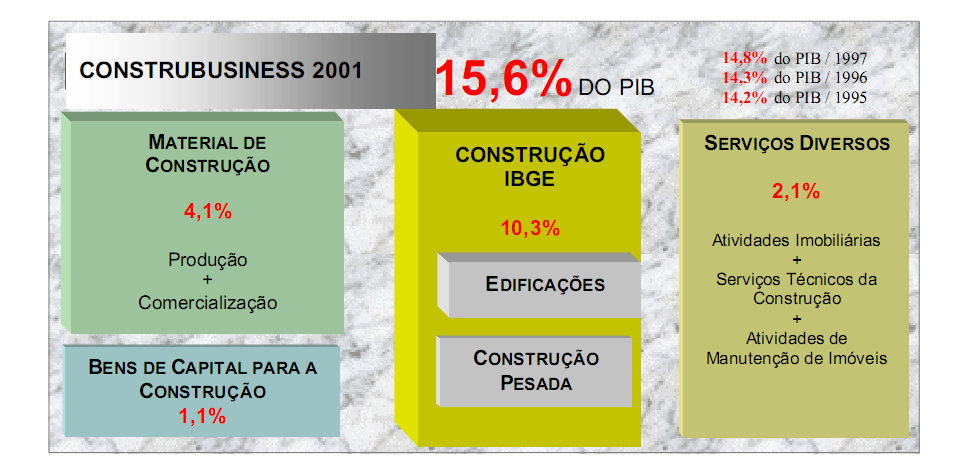
No âmbito nacional, a mão-de-obra empregada na construção civil apresenta forte componente migratório. Observa-se que, uma parcela significativa de trabalhadores que deixa suas regiões de origem em busca de melhores condições de vida acaba vindo ingressar neste setor. Isto se deve em parte, ao fato da reprodução do trabalho na construção civil não ser realizada por meio de uma seleção e treinamento formal. As empresas de construção acabam sendo o acesso mais fácil para aqueles trabalhadores que não possuem uma formação profissional. Consequentemente, o setor passa a ser um dos principais geradores de empregos, com capacidade de absorção de um grande contingente de mão-de-obra (FRANCO, 2001).

A construção civil é um forte indutor da atividade econômica gerando para cada emprego direto, 2,85 empregos indiretos e induzidos e ocupa a primeira posição do setor privado, no encadeamento para trás. É uma locomotiva da economia. Outro aspecto que deve ser ressaltado é o fato de a Construção Civil apresentar um dos mais baixos coeficientes de importação (TOURINHO, 2001).

Os níveis de rotatividade na indústria da construção sempre permanecem muito superiores aos dos demais setores econômicos, peculiaridade inerente às singularidades de seu próprio processo produtivo parcelado e descontínuo (etapas e fases distintas que se sucedem), o que demanda trabalhadores com características diferenciadas a cada nova atividade que se inicia no canteiro de obras (BARROS et al, 1996).

De acordo com Azevedo (2006), o setor de construção civil, cresce desde a década de 50, e foi considerado como um dos mais desenvolvidos e competitivos setores da economia brasileira, e vem crescendo cada vez mais, como por exemplo, nas construções que ainda serão desenvolvidas para a Copa do Mundo de 2014, se deu em fase de crescimento nas principais regiões que serão sedes.

As atividades da construção civil atingem de uma forma bem ampla na economia brasileira, não apenas nas atividades que se podem perceber como as construções pesadas, obras viárias ou edificações. Para se avaliar o impacto que ela causa na economia é necessário ressaltar toda a cadeia produtiva que envolve essas atividades da construção civil como mostra a Figura 1. É bom que se diga que é importante englobar todas as atividades que vai desde o fornecimento da matéria-prima aos que estão envolvidos na sua construção.



**Figura 1.** Participação em porcentagem do Produto Interno Bruto (PIB) nacional dos subsetores do *Construbusiness*

Fonte: Abiko (2003, p.12)

Apesar desse crescimento relevante no ramo em questão, observa-se que a mão-de-obra empregada é bastante escassa, assim como também, a profissão do engenheiro civil, onde os mesmos, por muitas vezes, não estão qualificados para exercer tais funções, prejudicando ao mercado da construção civil.

Por outro lado, a construção civil encontra-se em rápido processo de industrialização, status já alcançado nos países desenvolvidos. Apesar de já ser responsável por grandes construções, tais como: pontes, viadutos e edifícios inteligentes, ainda hoje se verifica uma enorme diferenciação entre a fase de projeto e as condições em que se realiza sua execução. Enquanto os projetos, a especificação de materiais e as técnicas construtivas tendem a se sofisticar dia-a-dia, a execução, as ferramentas e as condições de trabalho nos canteiros de obras permanecem, em muitos casos, rudimentares, sendo empregados métodos e formas de trabalho improvisados. (SILVA, 1993, p. 94)

Dessa forma, os empreendimentos das construções civis estão hoje sendo produzidas em grande escala. As populações que envolvem todas as classes sociais não estão mais preocupadas com o tamanho do espaço para se alojarem, e sim, num local de fácil acesso para seu trabalho, da escola dos filhos entre outros. Assim a construção civil vem aumentando na compra de terrenos pequenos, mas que conseguem através da engenharia civil e da arquitetura em casas e apartamentos, com um melhor aproveitamento de cada espaço do terreno.

Pode-se dizer que a arquitetura moderna nasceu da necessidade de se aproveitar racionalmente os espaços, com áreas construídas cada vez mais extensas. Era preciso que os edifícios aproveitem o terreno que ocupe ao máximo, sem esquecer que cada espaço destina-se a uma função.

A época de pequenas construções acabará, chegará a vez de prédios gigantescos, vilas habitacionais, mansões que mais pareciam castelos. As edificações quanto maior fossem, mais prestígio e reconhecimento tinha o arquiteto e o construtor. A construção civil, com a arquitetura moderna, marcou o desenvolvimento do mundo, onde antes era um terreno, passava a surgir enormes arranha-céus. Logo após limpar o terreno, era fundido o alicerce, e dele sairiam as fortes colunas de concreto construídas com os materiais de qualidade para suportar toneladas de concreto em cima deles. Em seguida, andar por andar, surgiriam andaimes que serviriam para facilitar o trabalho dos operários e guiar a construção (SOUZA et al., 1995).

A arquitetura e a construção civil possuem uma função social muito grande na vida do homem. Os prédios afinal servem a pessoas que passam a vida inteira morando neles, trabalhando neles, olhando para eles. Assim os arquitetos resolveram pensar não apenas na função do prédio, em termos de eficiência e comodidade, mas também nos problemas dos moradores, suas necessidades pessoais e nas questões até mesmo filosóficas que afligem toda a sociedade. As próprias paredes, até mesmo as de dentro de uma casa, separam pessoas, então a arquitetura começa a procurar a maneira de conseguir prédios cuja forma e divisão interior criem ambientes comunicantes, que facilitem a relação entre as pessoas. Assim espontaneamente, elas são estimuladas ao contato de umas com as outras. Com isso chegou-se ao conceito de que arquitetura é criação de espaços adequados ao uso do homem.

A arquitetura moderna e a construção civil destaca-se no foco das construtoras, onde as construções das casas e edifícios já ditos anteriormente são de grande relevância para o crescimento das vendas dos mesmos, através como por exemplo, apartamentos que eram construídos em 110 m² e atualmente transformou-se em cubículos de aproximadamente em 50 m², com uma excelente arquitetura que faz com que o local seja aparentemente maior (ROCHA, 2004).

Dessa forma, a construção civil, é vista como um modelo de desenvolvimento econômico sustentável do país, ou seja, com o crescimento de imóveis e construções em rodovias, a economia brasileira cresce, assim como também cresce a renda mensal do trabalhador desse setor.

Portanto, a construção civil trata-se de um mercado bastante promissor que impacta a economia de forma violenta, pois muitos são os agregados ao seu desenvolvimento, e muito se emprega em mão-de-obra, e tecnologia, tanto que os prédios atualmente já tão possuindo até atestados e certificados das *International Organization for Standardization* (ISOS), que quer dizer um controle de qualidade total de materiais e execução, onde encaixa-se como uma ferramenta principal para a construção civil do mercado imobiliário em fase de crescimento do mercado vidreiro.

3 MERCADO VIDREIRO

O vidro é uma das mais surpreendentes evoluções da humanidade e possuidora de muitos mistérios. Alguns historiadores não dispõem exatamente de uma data precisa sobre a origem do vidro, no entanto foram descobertos peças de vidros no Egito há 4.000 anos antes de cristo.

Os fenícios foram os descobridores do vidro de forma casual quando estavam preparando uma fogueira para aquecer sua alimentação e improvisaram fogões com blocos de salitre e soda. Depois de algum tempo perceberam que o fogo escorria uma substancia brilhante que se solidificava rapidamente. Assim estaria sendo descoberto o vidro que atualmente é utilizado em diversos locais e possui múltiplas funcionalidades passando a fazer parte do nosso cotidiano (BERNARDES, 2012).

No Império Romano, houve um grande desenvolvimento do vidro no século XIII, depois de um incêndio em Veneza provocada pelos fornos de vidro, a indústria vidreira foi transferida para Murano uma ilha localizada próxima a Veneza. Em Murano produziam vidros de diversas cores e formatos, desta forma seus cristais e espelhos possuem fama até os dias atuais. (BERNARDES, 2012)

A França também fabricava o vidro desde a época dos romanos, mas somente no final do século XIII foi que a indústria tomou impulso e começou a prosperar alcançando um grau de perfeccionismo notável. No final do século, o rei Luís XV reuniu os mestres dos vidros e montou uma companhia chamada Saint-Gobain uma das mais antigas empresas do mundo, hoje é uma companhia privada (BERNARDES, 2012).

A indústria moderna de vidro surgiu na revolução industrial juntamente com a mecanização do processo produtivo. Nos anos 50 na Inglaterra foi inventado um processo de produção do vidro float, mais conhecido também como cristal que causou uma revolução a tecnologia da indústria moderna (BERNARDES, 2012).

No Brasil a primeira indústria vidreira foi à chamada Vidraria São Paulo, localizada na cidade do Rio de Janeiro no século XIX. Em 1982, a indústria francesa Saint- Gobain e a indústria inglesa se uniram para construir uma fábrica de vidro Float do Brasil na região do Vale do Paraíba, no estado de São Paulo (SINDICATO DOS VIDREIROS, 2012).

O vidro é feito de uma mistura de matérias-primas naturais à composição dele permanece a mesma o que mudou durante todo este tempo foi à tecnologia empregada, e o processo produtivo o qual proporcionou uma maior diversidade de uso. Hoje em dia o vidro está presente em nossa sociedade e pode ser moldado de qualquer forma para janelas, mesas, espelhos, box para banheiro, lâmpadas, garrafas, fibra ótica e muitos outros objetos.

O vidro é 100% reciclável, ou seja, todo vidro mesmo quebrado pode ser transformado em novos produtos. Existem muitos tipos de vidros apesar de saírem da mesma matéria-prima eles possuem composições diferentes de acordo com a finalidade de uso. Abaixo apresentam-se uma tabela com os vários tipos de vidros e suas aplicações:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TIPOS | APLICAÇÕES | |
| Vidro para embalagens | garrafas, potes, frascos e outros vasilhames fabricados em vidro comum nas cores branca, âmbar e verde; | |
| Vidro plano | vidros planos lisos, vidros cristais, vidros impressos, temperados, laminados, aramados e coloridos fabricados em vidro comum; | |
| Vidros domésticos | tigelas, travessas, copos, pratos, panelas e produtos domésticos fabricados em diversos tipos de vidro; | |
| Fibras de vidro | mantas, tecidos, fios e outros produtos para aplicações de reforço ou de isolamento; | |
| Vidros técnicos | lâmpadas incandescentes ou fluorescentes, tubos de TV, vidros para laboratório, para ampolas, para garrafas térmicas, vidros oftálmicos e isoladores elétricos. |

Tabela 1 - Tipos e aplicações do vidro

Fonte: Bernardes (2012).

De acordo com Bernardes (2012), o vidro deve ser separado por tipos e cores, ou seja, as embalagens de geléia e os copos comuns não devem ser misturados aos vidros de janela. As cores mais comuns são o âmbar (garrafas de cerveja e produtos químicos), o translúcido ou “branco” (compotas), verde (refrigerantes) e azul (vinho).

O vidro usado retorna às vidrarias, onde é lavado, triturado e misturado com mais areia, calcário, sódio e outros minerais. Tudo é derretido em fornos com temperatura de até 1500 °C. Em média, 1/3 dos vidros usados são empregados como matéria-prima para fabricação de novas embalagens de vidro.

Até o século XX, a produção de vidro era essencialmente artesanal, utilizando os processos de sopro e de prensagem, sendo as peças produzidas uma a uma. Foi a partir do início do século XX que a indústria do vidro se desenvolveu com a introdução de fornos contínuos a recuperação de calor e equipados com máquinas semi ou totalmente automáticas para produções em massa. Um fato marcante para o setor vidreiro brasileiro foi o surgimento, a partir do final do século passado, de importantes empresas, que ainda hoje dominam o mercado (SINDICATO DOS VIDREIROS - SP, 2012).

Como todo produto o vidro tem suas vantagens e desvantagens as quais serão apresentadas na tabela a seguir:

|  |  |
| --- | --- |
| VANTAGENS | DESVANTAGENS |
| Reciclável | Fragilidade |
| Higiênico | Preço mais elevado |
| Versátil | Peso relativamente grande |
| Impermeável | Dificuldade no fechamento hermético |
| Difícil corrosão | Dificuldade de manipulação |

Tabela 2 - Vantagens e desvantagens do vidro Fonte: Wikipédia (2012).

Portanto o vidro além de ter suas vantagens e desvantagens ele também possui características bastante interessantes como ser reciclável, ser transparente permeando a luz, ter dureza, ou seja, resistência, não absorver fluidos, é um excelente isolante térmico, tem durabilidade, além de ser um recurso abundante na natureza.

Por isso o mercado de vidros encontra-se bastante aquecido principalmente o de vidros planos que tem seu inicio na fabricação dos diversos tipos de chapa, as quais passam pela rede distribuidora e processadora, que o prepara para comercialização, o item seguinte discorrerá sobre o mercado de vidros no Brasil e seu crescimento constante na área da construção civil, no segmento imobiliário.

O mercado de vidros no Brasil como em qualquer outra área de atividade industrial tem passando por um momento de crescimento tecnológico e mercadológico. O setor vidreiro está em um momento de expansão estimulado pelas constantes pesquisas cientificas que desenvolve técnicas cada vez mais aprimoradas e atualizadas para a necessidade do mercado neste segmento de vidros. E valido dizer que o mercado de vidros no Brasil é promissor (SEBRAE, 2012).

Com a constante modernização e inovação tecnológica que acontece de forma rápida tem contribuído muito para a ampliação e efetivação do comércio brasileiro de vidros. A evolução deste segmento foi espantosa, pois em pouco tempo já havia indústrias vidreiras no Brasil alcançando assim posições de destaque na produção e desenvolvimento industrial.

Baseado na história do vidro vista anteriormente a qual surgiu a seis milhões de anos atrás, houve um avanço no país o qual saiu da pré-história para a contemporaneidade da indústria do vidro em poucas décadas, ou seja, o Brasil evoluiu de procedimentos antigos para tecnologias avançadas de ponta que aumentam o processo produtivo do vidro desta forma não se depende mais de importações de matéria-prima (vidro) para a produção brasileira.

O padrão que o setor apresenta no país é de primeiro mundo, estando, dessa forma, preparado para a competição internacional. A indústria vidreira brasileira fabrica atualmente, produtos comercializados na Europa e Estados Unidos, e exporta cerca de 100 mil toneladas de vidro para essas regiões. A estrutura de gerenciamento, produtividade, custo e qualidade dos produtos das indústrias tem garantido competitividade junto ao mundo globalizado. O MERCOSUL representa a melhor oportunidade no presente, porém, o Brasil tem potencial para conquistar outros mercados (TECNOLOGIA E VIDRO, 2012).

O mercado interno, porém, ainda se encontra fase de expansão podendo ser ainda bastante explorado, pois o consumo ainda não chegou ao seu ápice e, portanto tem potencial para expandir e ser aumentado com iniciativas do governo, com incentivos a construção civil, no que se refere à habitação popular e com a normatização do uso do vidro na arquitetura.

As mudanças são freqüentes e acontecem muito rapidamente o consumidor está cada vez mais exigente e isso faz com que as empresas também se atualizem trazendo mais eficiência em seus produtos com maior tecnologia para atender aos diversos tipos de consumidores.

A chave para manter esse nível de crescimento está em aprimoramento da mão- de-obra especializada, programas de divulgação de normas técnicas, programas de reciclagem de vidros, a ética nas relações entre empresas, nas relações das empresas e seus clientes e o diálogo com as comunidades onde atuam (TECNOLOGIA E VIDRO, 2012).

As medidas e especificações do vidro têm crescido consideravelmente nos últimos dez anos, os vidros de grandes dimensões têm se transformado em objeto de desejo para construtores de obras comerciais e obras residenciais.

Segundo dados do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a capacidade instalada das indústrias de vidro no Brasil era de 3,1 milhões de toneladas, sendo que o vidro plano, vidro para embalagem e vidro para uso doméstico representam 90% do total.

A maior demanda por produtos de vidro é dada pelo setor de construção civil (em sua maioria, vidro temperado), seguido das indústrias automobilística (basicamente, vidro laminado), moveleira/decoração e de eletrodomésticos. (SEBRAE, 2012)

A expansão do mercado de vidraçarias se deve, principalmente, ao aumento do poder aquisitivo, impulsionado pelas facilidades que as novas políticas de crédito vêm proporcionando, e também ao crescimento do setor da construção civil no Brasil, que possibilita a realização de investimentos maiores em novas construções e reformas (SEBRAE, 2012).

De acordo com o Sebrae (2012) o aquecimento das vendas do setor imobiliário cresce paralelamente o mercado de decoração que, aliado aos avanços tecnológicos, transformam o vidro em elemento de diferenciação e inovação para os artigos de construção e acabamento. Devido suas características como estética, qualidade, design, transparência, resistência, variedade de cores, leveza, segurança, todo dia surgem novas formas e possibilidades de uso para este material, nos mais variados tipos de projetos comerciais e residenciais.

Vale ressaltar que, nesse setor, muitos negócios são lechados por meio do contato direto com arquitetos, fabricantes de móveis, engenheiros, decoradores e profissionais do ramo da construção civil e vidreiro, por isso é fundamental manter um contato muito próximo com esses profissionais.

A indústria da decoração e da engenharia utiliza os vidros por representar alternativas simples e práticas, com grande vantagem para fornecer soluções estéticas de maneira eficaz. No entanto, é importante ressaltar que, no Brasil, o padrão de consumo de produtos de vidro é segmentado por região, independente das condições econômicas de cada localidade.

Segundo dados do BNDES, os fabricantes do setor estimam taxas de crescimento anuais em torno de 8%, acompanhando o crescimento previsto da construção civil e da economia como um todo. A indústria de vidro deve se beneficiar também do crescimento de novos mercados que vêm aumentando a utilização dos componentes de vidro em seus produtos, como é o caso dos setores mo veleiro e de eletrodomésticos (SEBRAE, 2012).

O mercado consumidor das vidraçarias está se tornando cada vez mais exigente em termos de concorrência, qualidade e garantia dos produtos oferecidos.

Segundo informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho o segmento de comércio denominado outros serviços especializados para construção alcançou em janeiro de 2011 um estoque de 161.556 empregos formais, representando uma evolução de 45,61%, relativo a janeiro de 2007 (SEBRAE, 2012).

Diante da evolução vista no setor de vidros é que será apresentado o estudo de caso de uma empresa de vidros localizada em Fortaleza no estado do Ceará e observar por meio de dados coletados na empresa como se pode fazer uma reestruturação para novos mercados no Ceará é o que será apresentado no capítulo 5 deste artigo.

4 METODOLOGIA

Na metodologia utilizada no estudo apresentam-se o tipo de pesquisa, conceitos, critérios de escolha do tema e todos os procedimentos adotados nas etapas de coleta e tratamento de dados, dentro das limitações dos métodos utilizados. A pesquisa documental é relevante, pois como se trata do segmento vidreiro, requer uma pesquisa mais aprofundada, além dos conceitos que necessita de uma pesquisa em sites, livros, artigos entre outros.

Nesta etapa, pode-se definir o entendimento da metodologia utilizada para elaboração da pesquisa. Pode-se definir por método, “o caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento” (GIL, 2005, p. 27).

Presume que parte das respostas encontradas, que podem servir para todas as empresas do ramo de vidraçaria com o intuito de ajudar a aumentar novos mercados para atender a demanda existente de clientes, podendo ainda ser ignorado por alguns que não veem serventia para os dados que serão demonstrados.

A pesquisa é realizada essencialmente na abordagem qualitativa. Também a pesquisa é de nível descritiva, pois visa esclarecer conceitos e ideias, envolvendo levantamentos bibliográficos e estudo de caso, a partir do tema em questão, serão demonstrados alguns conceitos para maior clareza e entendimento.

Na concepção de Gil (2005), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados.

De forma análoga, Andrade (2002) destaca que a pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles. Assim, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador.

A metodologia desta pesquisa é constituída de embasamentos teóricos em pesquisas bibliográficas em livros, revistas, artigos publicados e pesquisas em sites da internet conforme já dito anteriormente.

Alguns conceitos serão apresentados conforme Gil (2005, p. 71, 73 e 78):

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

A pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Pode-se obter bons conhecimentos a partir de conceitos preestabelecidos por muitos pesquisadores sobre o assunto o mercado vidreiro no Estado do Ceará.

O estudo de caso que foi realizado na Vidraçaria Marinho é obtido por meio de dados analíticos retirados da própria empresa, os quais foram analisados e apresentados de forma descritiva.

5 ESTUDO DE CASO

5.1 Histórico da empresa de vidros

De acordo com histórico da empresa fornecido pelo diretor comercial Oscar Marinho, a Marglass (Vidraçaria Marinho), foi inaugurada em 31 de Outubro de 1968. Seus fundadores Sr. Francisco Walter Marinho e Sra. Adail Freitas Marinho começaram com sua atividade de comercialização de vidros no Centro de Fortaleza, na Avenida Tristão Gonçalves, n°3184.

Segundo o diretor comercial, a necessidade de expansão das atividades produtivas envolvendo o beneficiamento de vidros em 1989, a Matriz foi transferida para a BR-116, km 16, Bairro Pedra, município de Eusébio, transformando a loja do Centro em filial e logo depois transferindo-a para a Rua Conrado Cabral, 559 - Monte Castelo.

Incorporaram-se à Sociedade, os senhores Cláudio Marinho, Oscar Marinho, Flávio Marinho e Alan Marinho, com as respectivas funções de Diretor Financeiro e Comercial, Diretor Administrativo, Diretor de Produção e Diretor de Transportes. Atualmente, a Marglass (Vidraçaria Marinho) conta com três filiais, nos bairros Montese, Monte Castelo e uma na cidade de Belém-PA, tendo como a matriz a loja localizada na BR- 116.

A Marglass Vidraçaria Marinho atua no mercado de distribuição de vidros (no atacado), ela vende para vidraceiros que os mesmos vendem para o consumidor final (varejo).

A Vidraçaria Marinho esta abrindo lojas de varejo para atender também o mercado varejista. Já estão abertas 2 lojas de varejo.

Segundo Dias (2005, p. 45) “entende-se por tamanho do mercado a quantidade de produtos desta categoria ou segmento que seja comercializado anualmente, seja por valor monetário ou em número de peças”.

Para Kotler (2007, p.6), um mercado é um conjunto de compradores reais e potenciais de um produto. Esses compradores compartilhar de um desejo ou uma necessidade específicos que podem ser satisfeitos por meio de trocas e relacionamentos.

De acordo com diretor comercial Oscar Marinho, a Marglass (Vidraçaria Marinho), possui uma ampla variedade de produtos, os quais são vendidos para vidraceiros com finalidade de transformar o produto bruto em objetos de decoração, satisfazendo a necessidade de seus clientes. Assim, são vendidos aproximadamente de 2.000m2 por mês, obtendo um crescimento anual de 10% nas suas vendas.

5.2 Resultados

Diante da entrevista e dados coletados na referida empresa nota-se que a mesma por ter a produção elevada em 2012, consequentemente houve o crescimento nas vendas e no faturamento da empresa.

Comparando os gráfico dos anos de 2011 e 2012, podemos perceber que no ano de 2012 houve um real crescimento no volume da produção principalmente nos períodos de maio a setembro.

Gráfico 1. Volume de produção no de ano de 2011

Gráfico 2. Volume de produção no ano de 2012

Diante do gráfico acima mostra-se o crescimento de janeiro a julho de 2012 acentuado, houve uma queda brusca em outubro, devido a problemas administrativos da empresa, mas que logo nos outros meses esse crescimento foi atenuando.

Na empresa, foi realizada ainda uma entrevista com um dos proprietários, que cedeu os dados para a construção do gráfico acima, em que o mesmo afirma que “o vidro tem sido um artigo de luxo bastante utilizado na área da construção civil”.

A indústria da construção civil esta vivendo um bom momento, seja no seguimento de obra imobiliário, rodoviário, duto viário, portuário, usinas hidrelétricas, em fim, infraestrutura de forma geral e tudo isso porque ainda não começou os projetos referentes aos grandes eventos esportivos que estão por vir em 2014 e 2016. Isso faz com que as grandes construtoras exijam cada vem mais dos prestadores de serviços (GOULART, 2012).

Quanto a entrevista realizada com um engenheiro, cliente da referida empresa, o mesmo afirma que “há uma necessidade de empresas especializadas em vidros em geral para o segmento da construção civil”.

O engenheiro e o proprietário da empresa observaram a grande tendência do mercado que está migrando para o vidro, por dar um ar de modernidade, sofisticação e alto padrão para os empreendimentos, gerando assim, um maior valor agregado.

O vidro e a construção civil andam vinculadas uma com a outra, visto que, atualmente as fachadas de prédios comerciais e residenciais são praticamente construídas com vidros, seja ele de qualquer forma.

5.2 Resultados da pesquisa realizada na empresa

A pesquisa de dados foi realizada por meio do faturamento dos anos de 2010 a junho de 2012 da empresa do segmento de vidros com o objetivo de demonstrar de forma clara a o real crescimento para da empresa e que vem crescendo a cada ano pelo aumento do consumidor em comprar imóveis e por meio da construção civil duas áreas que aumenta consequentemente o setor de vidraçaria.

Gráfico 3 – Faturamento 2010

Fonte: Elaborado pelo próprio autor, 2012.

Gráfico 4 – Faturamento 2012.

Fonte: Elaborado pelo próprio autor, 2012

Pode-se observar que no ano de 2010 existiram alguns meses do ano como fevereiro, maio, outubro e dezembro com queda no faturamento, no entanto seu maior aumento foi no mês de setembro chegando aos R$3.500.000,00, são notórios também meses estáveis de faturamento como janeiro, março, junho, julho e agosto, ou seja, durante o ano de 2010 o crescimento do segmento de vidros desta empresa não foi satisfatório como o esperado.

No ano de 2011 o avanço não foi muito diferente do ano anterior, houve, no entanto, o contrário, o melhor mês de faturamento ocorreu em março atingindo o mesmo valor de 2010 (R$3.500.000,00). Enquanto os meses de janeiro, maio, agosto e outubro de 2011 tiveram a margem de R$3.000,000,00 em cada mês.

Já nos outros meses (fevereiro, abril, junho, setembro) do ano de 2011 houve uma diminuição de faturamento em relação ao ano de 2010, chegando ao valor máximo de R$2.000,000,00.

Gráfico 5 – Faturamento 2011

Fonte: Elaborado pelo próprio autor, 2012.

De acordo com o gráfico 3 que corresponde a este ano de 2012, em janeiro atingiu o faturamento de quase R$3.500.000,00, os meses de março e maio chegou o faturamento em torno de R$2.500.000,00, até o mês de junho foi calculado o faturamento mais já é percebido um crescimento em relação aos anos de 2010 e 2011.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que foi analisado durante este artigo percebe-se que há ainda muito a ser aproveitado no segmento de vidraçaria, pois é algo que encontra-se em alta devido as grandes construções, vendas de imóveis, arquitetos e decoradores que sempre estão utilizando este produto como forma de decorar ainda o ambiente.

Vale ressaltar que uma reestruturação deste segmento voltada para as vendas de consumo direto ao público também é importante, pois conforme estudado esta venda por meio de lojas de consumo promove também as vidraçarias, é interessante que as empresas deste ramo de atividade tenham lojas próprias de consumo e que façam showroom sempre que possível.

As parcerias também são de extrema importância para o segmento, pois tudo que promova os produtos e os serviços realizados pelo setor causam uma ampliação do negócio, portanto conclui-se que o objetivo geral deste estudo que era analisar o segmento e o mercado atual vidreiro no estado do Ceará foi atendido dentro das informações adquiridas pela empresa através do estudo de caso como também por autores e referências bibliográficas que mesmo escassas aprofundaram o assunto em questão, mas muito ainda precisa ser estudado.

Dessa forma, a relevância do presente estudo é de grande valia para futuras pesquisas sobre o tema em questão, visto que, a construção civil em nosso estado como em todo o Brasil, veem a cada dia crescendo, e juntamente com algumas ferramentas, como o vidro para a construção de casas, prédios comerciais, entre outros.

REFERÊNCIAS

BERNARDES, Tereza Cristina. **O portal do Brasil**. História do vidro. Disponível em: <[http://www.achetudoeregiao.com.br/lixo recicle/vidro sua historia.htm](http://www.achetudoeregiao.com.br/lixo%20recicle/vidro%20sua%20historia.htm)>. Acesso em 18 mai de 2012.

CEBRACE. O vidro. Disponível em: <http: //www, vidro svillage. com .br/o vidro ori gem .htm>. Acesso em 15 mai de 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GOULART, V.D.G. Estratégia logística no segmento da construção civil. Estudo de caso em uma empresa prestadora de serviços de movimentação de rocha e solo.

Revista Eletrônica Gestão e Negócios, v.3, n.1, p.1-9, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PRUDENTE, Guia Presidente. Comércio de vidros. Disponível em: <<http://www.guiapresidenteprudente.com.br/comercio-de-vidros.html>>. acesso em 20 mai de 2012.

SEBRAE. Idéias de Negócios - vidraçaria. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/setor/comercio-vareiista/segmentos-apoiados/vidracaria>>. Acesso em 18 mai de 2012.

SILVA, Edna Lúcia; MENEZES, Estera M. **Metodologia de Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3. ed. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2001.

SINDICATO DOS VIDREIROS - SP. História do vidro. Disponível em: <<http://www.vidreiros.org.br/historia.html>>. Acesso em 15 mai de 2012.

TECNOLOGIA E VIDRO. Vidros: crescimento a olho nu Disponível em:< <http://www.vidros.inf.br/mercado-a-negocios/vidros-crescimento-a-olho-nu.php>>. Acesso em 10 de maio de 2013.

# Apêndice A – Carta de Autorização de Participação da GORDURAS E MARGARINAS ESPECIAIS no Estudo de Caso

**Autorização de Participação da Empresa no Estudo de Caso**

Fortaleza, 17 de MAIO de 2013.

Eu, PAULO CÉSAR CARNEIRO MONTEIRO JÚNIOR e JOSÉ FLÁVIO FREITAS MARINHO FILHO, alunos do Curso de Graduação em Administração da Faculdade 7 de Setembro (FA7), sob orientação da Prof. Ricardo Coimbra, solicito permissão para obter voluntariamente de sua empresa informações que serão utilizadas, após tratamento, na forma de estudo de caso a ser inserido na pesquisa em andamento sobre "Análise dos indicadore de desempenho na logística de distribuição: caso da empresa Gorduras e Margarinas Especiais".

As informações declaradas nesta pesquisa serão mantidas em sigilo, como também o anonimato da empresa e do respondente.

No aguardo do aceite, agradecemos a atenção dispensada.

|  |
| --- |
| **Paulo César Carneiro Monteiro Júnior**  Pesquisador |

|  |
| --- |
| **José Flávio Freitas Marinho Filho**  Pesquisador |

|  |
| --- |
|  |
| **Profa. Ricardo Coimbra**  Orientador da Pesquisa |

# Apêndice B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, PAULO CÉSAR CARNEIRO MONTEIRO JÚNIOR, graduando em Administração pela Faculdade 7 de Setembro (FA7), gostaria de lhe convidar para participar de uma pesquisa onde o objetivo é analisar os indicadores de desempenho na logística de distribuição da empresa Gorduras e Margarinas Especiais visando melhor gestão da distribuição de produtos. A pesquisa envolve uma pesquisa exploratória, sendo o tempo estipulado entre 10 a 30 minutos. Este procedimento incorre apenas no risco do desconforto em responder as perguntas da pesquisa exploratória.

Dou-lhe o direito de não participar, aceitar ou sair da pesquisa a qualquer momento. Dúvidas e informações também podem ser solicitadas ao próprio pesquisador a qualquer momento, por meio do telefone (85) 8673-3304. Vale ressaltar que, não haverá ônus ou qualquer despesa de sua parte em participar da pesquisa.

Os dados serão analisados e divulgados, mantendo-se o anonimato dos participantes, ou seja, seu nome não será divulgado em hipótese alguma.

Diante do exposto, eu, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, declaro que fui devidamente informado, entendi a proposta e aceito participar voluntariamente da pesquisa.

Fortaleza, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_\_.

|  |
| --- |
| Assinatura |

# Apêndice B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, JOSÉ FLÁVIO FREITAS MARINHO FILHO, graduando em Administração pela Faculdade 7 de Setembro (FA7), gostaria de lhe convidar para participar de uma pesquisa onde o objetivo é analisar os indicadores de desempenho na logística de distribuição da empresa Gorduras e Margarinas Especiais visando melhor gestão da distribuição de produtos. A pesquisa envolve uma pesquisa exploratória, sendo o tempo estipulado entre 10 a 30 minutos. Este procedimento incorre apenas no risco do desconforto em responder as perguntas da pesquisa exploratória.

Dou-lhe o direito de não participar, aceitar ou sair da pesquisa a qualquer momento. Dúvidas e informações também podem ser solicitadas ao próprio pesquisador a qualquer momento, por meio do telefone (85) 8673-3304. Vale ressaltar que, não haverá ônus ou qualquer despesa de sua parte em participar da pesquisa.

Os dados serão analisados e divulgados, mantendo-se o anonimato dos participantes, ou seja, seu nome não será divulgado em hipótese alguma.

Diante do exposto, eu, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, declaro que fui devidamente informado, entendi a proposta e aceito participar voluntariamente da pesquisa.

Fortaleza, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_\_.

|  |
| --- |
| Assinatura |

1. Aluno graduando em administração, para obtenção do grau de bacharel. E-mail: flaviofilho@marglass.com.br [↑](#footnote-ref-2)
2. Aluno graduando em administração, para obtenção do grau de bacharel. E-mail: [pcmonteirojr@hotmail.com](mailto:pcmonteirojr@hotmail.com)

   ³ Mestre em economia pela UFC, Professor da Faculdade 7 de Setembro. [↑](#footnote-ref-3)