

# A construção de marcas na cadeia produtiva do leite

**Coordenadora: Profª Drª . Elizete de Azevedo Kreutz | Pesquisador: Prof. Ms. Lucildo Ahlert**  
**Pesquisadora: Profª Ms. Vera Regina Ferreira Carvalho | Voluntária: Profª Ms. Ana Lúcia B. Pereira**  
**Voluntário: Prof. Dr. Denis Carvalho | Voluntária: Profª Drª. Maria B Machado**  
**Voluntária: Profª Drª Maria Carminda B. Silvestre | Voluntário: Prof. Dr. Rudimar Baldissera**  
**Voluntário: Prof. Esp. Silério Hamester | Voluntária: Profª Ms. Thaís Müller**  
**Voluntária: Profª Ms. Vera Dones | Voluntário: Marcos Turatti | Bolsista: Cláudia Foletto**

## OBJETIVOS

- Verificar a existência de construção de marcas em empresas processadoras de leite no Vale do Taquari/RS;
- Avaliar a importância da marca neste segmento para o mercado;
- Analisar o procedimento das organizações na construção de marcas, por meio da comunicação mercadológica;
- Estudar marcas consagradas neste segmento e seus processos de construção de marca.
- Mapear o imaginário do consumidor potencial de lácteos;
- Propor estratégias de comunicação para a construção de marca no segmento lácteo.

## METODOLOGIA

- Hermenêutica de Profundidade de Thompson (1995)
- Pesquisa Bibliográfica (Azevedo e Souza, 1995)
- Estudo de Caso (Cobra, 1991)
- Entrevista (Graskell, 2002)
- Imaginário (Durand, 1998).
- Semiótica (Penn, 2000).

## RESULTADOS ESPERADOS

Após mapear as principais empresas processadoras de leite do Vale e verificar quais as que possuem marca e a sua importância para o mercado, pretende-se apresentar proposta de construção e consolidação de marca para essas organizações, contribuindo para o desenvolvimento regional, bem como qualificar a pesquisa institucional com vistas à construção de um grupo que envolva pesquisadores das distintas áreas comunicação, design, psicologia, direito, administração e área econômica.

## REFERÊNCIAS

- AZEVEDO e SOUZA, V. B. Pesquisa Bibliográfica. POA:1995.
- COBRA, M. Sucesso em Marketing: Casos Brasileiros.SP: Atlas,1991
- CARVALHO, V. Mudanças patrimoniais na indústria de laticínios do RS: os principais grupos econômicos nas décadas de 80 e 90 In: Primeiras Jornadas de História Regional Comparada, 2000, POA.
- DURAND, G. O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.
- GASKELL, G. Entrevistas Individuais e Grupais. In BAUER, M. e GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um Manual Prático. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 64-89.2.
- KREUTZ, E. As principais estratégias de construção da Identidade Visual Corporativa. POA: PUCRS, 2001.
- PENN, G.. Análise Semiótica de imagens paradas. InBAUER, M. eGASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 319-342.
- THOMPSON, J. B. Ideologia e cultura moderna. Petrópolis: Vozes, 1995.