



## A PERCEÇÃO DE VALORES NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE TINTAS: UMA INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA NA CIDADE DE SANTA ROSA.<sup>1</sup>

*Daiana Raquel Stumm<sup>2</sup>, Luciano Zamberlan<sup>3</sup>. UNIJUI*

Em função de apoios financeiros existentes ao setor da habitação do país, o comércio de tintas está sendo beneficiado tanto a nível federal como a nível regional. À medida que residências, prédios, construções em geral crescem, há também uma maior chance de venda ao setor estudado, aumentando assim suas possibilidades de crescimento e desenvolvimento. O varejo oferece vários tipos, qualidades, linhas, marcas de tintas e variadas condições de pagamento, o que facilita o acesso do consumidor ao produto. As tintas imobiliárias são usadas no revestimento de edificações para uso residencial, comercial, entre outros, proporcionando-lhes proteção contra as intempéries, boa distribuição da luz, melhores condições de higiene e embelezamento. Com o surgimento de novas tecnologias o mercado de tintas foi munido de uma infinidade de cores, técnicas de pinturas e tipos de acabamentos. Atualmente a tinta não é somente mais um item do material de construção, mas é um fator indispensável na decoração e embelezamento de imóveis. O objetivo principal deste estudo é identificar como se comporta o consumidor de tintas no município de Santa Rosa. O tipo da pesquisa é exploratória, sendo que o método laddering também foi aplicado. O estudo utilizou-se de matérias já elaborados, como livros, informações divulgadas pela imprensa e internet. de um primeiro momento foi aplicada uma entrevista pelo método laddering segundo os moldes da cadeia meios e fins, onde 20 entrevistas foram realizadas com consumidores da cidade de Santa Rosa. Posteriormente foram aplicadas em torno de 200 questionários fechados com o público alvo, em dias, horários e locais alternados. As entrevistas aplicadas pelo método laddering, foram analisadas e interpretadas seguindo quatro etapas, a análise de conteúdo, o desenvolvimento da matriz de implicação, a construção do mapa hierárquico de valor e a determinação das orientações de percepção dominantes. As informações e dados coletados através da pesquisa exploratória, bibliográfica, documental e qualitativa foram retomadas e confrontadas com os dados obtidos através dos resultados dos questionários aplicados. Os dados obtidos através dos questionários foram tabulados por meio de um software específico, onde trouxeram os dados de uma forma organizada e de fácil entendimento. As informações obtidas através do levantamento bibliográfico e documental foram confrontadas com os resultados das pesquisas aplicadas e efetuadas as análises pertinentes. O estudo tem por objetivos específicos traçar o perfil do consumidor de tintas da cidade de Santa Rosa com base no referencial teórico, analisar os atributos referentes ao produto e ao varejo de tintas, avaliar as conseqüências inerentes aos atributos tanto do produto quanto do varejo estudado, analisar a cadeia de valor do produto e do varejo de tintas e ainda identificar possíveis ações que possam maximizar o consumo no setor de tintas na cidade estudada. Com o aumento das exigências por parte dos clientes, torna-se indispensável o desenvolvimento de estudos que investiguem os diversos mercados consumidores, para que as empresas possam ter informações das preferências de seu público alvo, podendo atender os desejos e necessidades dos mesmos promovendo a satisfação e até o encantamento. É necessário que as empresas gerem subsídios para os consumidores sentirem-se motivados para efetuar determinada compra, pois a compra só irá ocorrer se existir



motivação por parte do consumidor. Através deste estudo os empreendedores do ramo da região terão conhecimento do que motiva os compradores de tintas, saberão o que os leva a comprar, e poderão analisar formas de como a empresa pode trabalhar para gerar subsídios motivadores nos consumidores.

<sup>1</sup> Relatório de Estágio Supervisionado em Administração II

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Administração da Unijuí

<sup>3</sup> Professor Orientador - UNIJUI