



21º Congresso de Iniciação Científica

**ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS NO VAREJO DO SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL EM
FUNÇÃO DOS ATRIBUTOS VALORIZADOS PELOS SEGMENTOS ALVO: UM ESTUDO NA
TELHA NORTE PIRACICABA**

Autor(es)

THEREZA DIEHL MASOLHO

Orientador(es)

CHRISTIANO FRANCA DA CUNHA

Apoio Financeiro

FAPIC/UNIMEP

Resumo Simplificado

O presente projeto de Iniciação Científica está vinculado às pesquisas do GPME - Grupo de Pesquisas de Marketing e Estratégia do Programa de Mestrado Profissional e Doutorado em Administração da Unimep (UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA) e teve como principal objetivo estudar o mercado das empresas de construção civil. O projeto de iniciação científica ora apresentado contribui para o estudo das estratégias de marketing no setor da construção civil, em seu setor distributivo varejista, apontando quais são suas principais qualidades e quais pontos precisam ser desenvolvidos, buscando assim, uma melhor estratégia para as empresas do setor.

Metodologicamente, foram realizadas três etapas: na primeira, um estudo exploratório foi desenvolvido tendo como fontes de informações dados secundários, envolvendo pesquisas bibliográficas em livros, jornais, revistas e internet. Num segundo momento, a partir dos dados levantados na primeira etapa, o projeto se baseou em uma pesquisa do Grupo Foco - Focus Group – que consistiu na entrevista de um grupo de clientes da Telha Norte de Piracicaba buscando identificar, de forma exploratória, os atributos relevantes na formação da lealdade do público consumidor neste mercado. Após estas etapas supracitadas, o projeto realizou 150 entrevistas com consumidores deste varejista, baseando-se nos atributos anteriormente levantados na pesquisa do Grupo Foco, para levantar outras características de potencial interesse para futuras estratégias de marketing neste canal a serem desenvolvidos.

Portanto, o projeto objetivou desenvolver habilidades de pesquisa no bolsista de iniciação científica, buscando sua indissociação com o ensino ministrado na Universidade, e trazendo conhecimento e novas habilidades para seu desenvolvimento acadêmico. Busca-se também a integração teoria-prática no tocante às estratégias mercadológicas para o setor varejista da construção civil, uma das extensões do foco de investigação do Grupo de Pesquisa de Marketing e Estratégia, responsável. Como resultados finais foram observados quais os principais os atributos de compra levados em consideração para o consumidor, assim constatou-se que a maioria dos consumidores visitam a loja mais de uma vez antes de comprar seus produtos, ou mesmo que fatores como localização e promoções são levados em conta quando há a decisão por determinada loja, além de que o preparo dos funcionários é fator fundamental para a maioria dos consumidores que, muitas vezes, baseiam-se nas informações dos funcionários para adquirirem determinado produto. Assim, em um setor que dispõe de grande concorrência, inovações e novas formas de atender e servir seus clientes, agregando valores nas novas formas de atender e servir, são características necessárias para que uma empresa consiga

crescer e se manter forte, se colocando em situação de concorrer com outras empresas.