

## **O perfil dos consumidores de móveis residenciais sob medida da região do Alto Uruguai Gaúcho - RS**

Camila Nardino<sup>1</sup>, Angelita Freitas Silva<sup>2</sup>, Silvana Saionara Gollo<sup>3\*</sup>  
\*Orientadora

<sup>1</sup>Faculdade Meridional IMED, Campus Passo Fundo. Passo Fundo, RS

<sup>2</sup>Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) Campus Santa Maria. Santa Maria, RS

<sup>3</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –  
*Campus Erechim. Erechim, RS*

O presente trabalho é um recorte do artigo final de conclusão do curso de Tecnologia em Marketing, elaborado no primeiro semestre do ano de 2018. Para este caso, o objetivo é identificar o perfil dos consumidores de móveis sob medida da região do Alto Uruguai Gaúcho. O mercado do setor moveleiro está em constante expansão, assim como o poder de compra do consumidor. Diante destes fatos, faz-se relevante explorar o perfil deste consumidor a fim de produzir embasamento que possa auxiliar as empresas a elaborar um planejamento de marketing assertivo. No que se refere a metodologia utilizada classifica-se, quanto à abordagem do tema, em quantitativa, sustentada por questionário estruturado por nove perguntas fechadas. A população-alvo foi definida em termos de elementos, neste caso sendo o consumidor de móveis sob medida, extensão geográfica delimitada pela região do Alto Uruguai Gaúcho/RS o qual é composto por 32 municípios de pequeno e médio porte, e intervalo de tempo na coleta de dados, que ocorreu entre março e abril de 2018. A amostragem é não probabilística por conveniência, aplicada no meio on line, com um retorno de 64 respondentes. Os resultados apontam para um público com idade entre 18 a 57 anos, mas, sobretudo do sexo feminino (75%), o que indicou o grande poder de decisão e de compra das mulheres. A renda média dos respondentes indicou três salários mínimos e escolaridade de nível superior completo, o que ressalta um consumidor de classe intermediária, também chamada de classe B. O estado civil apresentou índices equivalentes entre casados e solteiros, ainda que em sua maioria dos respondentes, dividem sua moradia com seu parceiro ou parceira. O conteúdo mais consumido entre eles é entretenimento, seguido por saúde e bem-estar. Nas horas vagas os respondentes preferem assistir TV, indicando que a sala é um dos ambientes mais utilizados. Sendo assim, a partir da exploração dos resultados foram identificados o perfil dos consumidores, dadas suas características ocupacionais, sociais e econômicas. Tais fatos permitem aprofundar os conhecimentos sobre o público alvo consumidor de móveis sob medida, e permite que as empresas deste setor possam criar estratégias de mercado. Ainda assim, cabe destacar que em casos como este, onde o estudo sobre o comportamento do consumidor é amplo, pode ter comportamentos diferentes para outras regiões do estado ou mais amplamente em outras regiões do país. Sugere-se então que novas pesquisas sejam realizadas permitindo a qualificação de complementares ou comparativos.

**Palavras-chave:** Móveis; Residenciais; Perfil do consumidor; Decisão de compra.

**Modalidade:** Ensino.