



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SAPE

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

54ª SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA
12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
11ª JORNADA DE PESQUISA
9ª FEIRA DE INVENÇÕES E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

ESTUDO E ANÁLISE DE PRESENÇA DA AGRO TEC RELAN NA PROPRIEDADE RURAL

Trabalho de: DOUGLAS ELIAS KUNZ (dek.k14@gmail.com), CARINE CHRISTMANN MALLMANN (calann54@yahoo.com.br).
Orientado por: SANDRO ERGANG (ergang@setrem.com.br).
Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

Resumo

A preparação para a venda não se restringe somente ao produto, e para que a venda tenha a possibilidade de ser efetuada há que se preocupar com um todo. Todas as pessoas, famílias, empresas, têm necessidades, desejos, produtos, serviços, que precisam ser atendidos. Surge então, uma oportunidade para as empresas produzirem os seus produtos/serviços, a fim de atender as necessidades de maneira lucrativa. O problema identificado é a falta de dados relativos ao consumidor e seu comportamento de compra. Esta pesquisa tem por objetivo descobrir a presença da empresa Agro Tec Relan nas propriedades rurais do município de Crissiumal – RS, com seus produtos e serviços fornecidos a população rural e urbana, deste município bem como aos visitantes. Ela visa também entender formas de satisfação do cliente, e pontos de melhoria. Esta pesquisa adotou uma abordagem com caráter qualitativo, pois a mesma está vinculada a busca de resultados na qualidade do serviço prestado, pela empresa. É uma pesquisa de conveniência, não leva um grau de confiabilidade tão elevado quanto as demais técnicas de pesquisa. É exploratória e por tanto busca definir o problema com maior precisão, da mesma forma entende-lo. O trabalho desenvolvido atingiu as metas de entrevistar mais de 100 pessoas, dentre ambos os sexos a fim de ajudar a empresa a visualizar como está inserida no mercado. Como destaque do estudo é notório a satisfação dos clientes com os produtos e serviços prestados. Um diferencial muito significativo nas suas estratégias é entrega do produto, onde que a pesquisa realizada revela da importância da entrega domiciliar para o agricultor. Quanto a presença da empresa Agro Tec Relan na propriedade rural, ela é relativa, quando se trata de preferência, promoções e fidelidade. Contudo os clientes analisados conseguiram transparecer muita confiança pela empresa com que trabalham, e adquirem seus produtos. Vale salientar que o mercado competitivo que abrange o ramo de desta empresa se torna cada vez mais acirrado, principalmente quando se trata de competitividade local, pois há um grande número de concorrentes com tecnologia e segurança na manutenção de seus custos, em se tratando de empresas com apoio de redes ou cooperativas. É preciso lembrar também que

a Agro Tec Relan está sempre se atualizando para acompanhar as tendências e inovações de mercado.

Palavras chaves: Comportamento, consumidor, percepção

Referências

BLACKWELL, Roger D., MINIARD, Paul W., ENGEL. James F. Comportamento do consumidor. Editora Thomson, São Paulo: 2005

Principais comportamentos do consumidor. Disponível em: <http://pt.shvoong.com/social-sciences/1680697-principais-comportamentos-consumidor/>. Acesso em 15 de novembro de 2010.

Comportamento do consumidor: fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores. Disponível em: http://www.upf.br/cepeac/download/rev_esp_2006_art8.pdf. Acesso em 15 de novembro de 2010.

Serrano, Daniel. Comportamento do Consumidor. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Comportamento%20do%20Consumidor.htm>. Acesso em 15 de novembro de 2010.

Análise do processo de compra do consumidor agropecuário. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/9/663.pdf>. Acesso em 15 de novembro de 2010.

BLACKWELL, Roger D., MINIARD, Paul W., ENGEL. James F. Comportamento do consumidor. Editora Thomson, São Paulo: 2005

Análise do processo de compra do consumidor agropecuário. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/9/663.pdf>. Acesso em 15 de novembro de 2010.

BLACKWELL, Roger D., MINIARD, Paul W., ENGEL. James F. Comportamento do consumidor. Editora Thomson, São Paulo: 2005