

Importância e utilização de atividades e ferramentas para a obtenção de informações de marketing no setor da construção civil de Londrina/ PR

MARIO NEI PACAGNAN
UEL/UEM

RENATO DA ROCHA NETO
UEL

NATÁLIA PAGAN DE ARAÚJO
UEL

Resumo: O entendimento e a satisfação dos desejos e das necessidades dos consumidores são de extrema importância para o sucesso de um produto no mercado. Desta forma, torna-se relevante a adoção de estratégias de marketing que estejam apoiadas em informações precisas sobre o mercado onde as empresas estejam atuando. O presente estudo tem como objetivo demonstrar a opinião dos profissionais da construção civil de Londrina-PR, quanto à importância e à utilização de atividades e ferramentas para a obtenção de informações de marketing para a tomada de decisão. A pesquisa realizada caracteriza-se como descritiva e não probabilística, contando com amostra de 26 empresas selecionadas por acessibilidade. O tratamento e a análise dos dados foram realizados por meio do software SPSS. Cabe destacar que foi conduzida uma revisão da literatura sobre os sistemas de informações de marketing e sobre o setor da construção civil. Entre as principais conclusões obtidas a partir do estudo, verificou-se que o marketing ainda é pouco utilizado no setor da construção civil, podendo classificar a maioria das empresas como atuantes na “era das vendas”, ou seja, estas concebem seus produtos sem utilizar informações a respeito do mercado, resultando em maiores esforços, tanto financeiros, como operacionais, para a realização de suas vendas. Conclui-se, também, que aquelas empresas que possuem departamento de marketing, atuam de forma diferente quanto a busca e a utilização de informações para a tomada de decisão.

Palavras-chave: Informação. Estratégia. Decisão. Construção Civil.

Importance and utilization of activities and tools for obtaining marketing information in the civil construction sector of Londrina/ PR

Abstract: The understanding and satisfaction of desires and necessities of consumers has an extreme importance for the success of a product on the market. Thus, it becomes relevant the adoption of marketing strategies that are supported in accurate information about the market where the companies are acting. This study aims to show the views of professionals of construction sector in Londrina-PR, about the importance and use of activities and tools for obtaining information of marketing to decision. This research is known as descriptive, not probabilistic and with the sampling of 26 companies selected by accessibility. The treatment and analyses of data were done by SPSS software. It must be empathized that it was led a revision of the literature about marketing information systems and the sector of civil construction. Among the main conclusions obtained from this study, it has been verified that marketing is still little used in the civil construction sector and may classify the majority of companies acting in the “sales period”, i.e, they still design their products without using information about the market, thus resulting in increased efforts, both financial and operational, to conduct sales. We can conclude that those companies that have a marketing department, acting in a different way as the search and utilization of information to making-decision.

Key words: Information. Strategy. Decision. Civil construction.