



**SEFIC2017
UNILASALLE**

**A PESQUISA E O
RESPEITO À DIVERSIDADE**

16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017

ISSN 1983-6783

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: INOVAÇÃO E DIFERENCIAL NO MERCADO DE PET SHOPS NO MUNICÍPIO DE ESTEIO, RS, BRASIL

Laura Suliana Fidellis Dias , Robinson Henrique Scholz (orientador)
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: Esta pesquisa tem como objetivo, identificar como a oferta de serviços aos consumidores do mercado de pet shops, são entendidos por eles como inovadores e diferenciados, no município de Esteio, RS. Em geral, o mercado pet nesta cidade está atuando no comércio básico de rações, alimentos, medicamentos, e atendimentos clínicos. Há um nicho de mercado a ser explorado. O bem-estar animal atualmente, está se tornando uma prioridade para os donos de animais domésticos, visto que esses são considerados membros da família, e os tratam com cuidados especiais. O estudo do comportamento do consumidor em relação aos serviços veterinários, e de pet shops, passam por grandes mudanças, é preciso compreender o consumidor, isso significa entender a tomada de decisão. O consumidor tem percepção própria, maneira de observar tudo que o rodeia, e analisar o que lhe interessa, ou quando não o interessa. A percepção é um processo pelo qual as pessoas selecionam, organizam, e interpretam as informações, para formar uma imagem significativa. A formação da nova família brasileira, e a humanização dos animais de estimação, são características do mercado de pet shops, a necessidade da qualidade de vida de seus pets, provavelmente se tornou o fator dominante por trás da compra de produtos, e utilizações de serviços. Para melhor compreensão, a pesquisa tem por objetivo geral, analisar como os consumidores do mercado de pet shops do município de Esteio, avaliam os serviços oferecidos atualmente pelo mercado neste contexto. Os objetivos específicos são: a) definir a percepção dos consumidores sobre serviços na cidade; b) descrever o entendimento dos consumidores sobre serviços diferenciados e inovadores; c) compreender os fatores socioculturais e econômicos que limitariam o consumo de serviços diferenciados. A pesquisa possibilitará que os empresários da cidade, façam uma avaliação atual dos seus serviços, verificando se estão atendendo as necessidades dos consumidores, possibilitando a inovação dos serviços, já para os consumidores, oportunizará a compreensão do que são serviços diferenciais, permitindo criticar, e comparar com os serviços oferecidos atualmente. Para realização da pesquisa, a abordagem escolhida para coleta de informações será o método de pesquisa quantitativa descritiva, tendo como campo empírico os consumidores do município de Esteio. O método usado para pesquisa será o de levantamento de dados, por meio de um questionário fechado. Para análise das informações de pesquisa, será aplicada a técnica de estatística descritiva. Este estudo pode contribuir para uma análise sobre a decisão de investir neste novo nicho de serviços.

Palavras-Chave: Pet Shops, Consumidor, Inovação.