

PERFIL DO CONSUMIDOR BRASILEIRO E HÁBITOS DE CONSUMO DE MÓVEIS DE MADEIRA

Shayane Fernandes Oliveira¹ *; Nataly Matos da Silva¹; Marcely Iony Pereira Sousa²; Silvia Helena Fuentes da Silva³; Alisson Rodrigo Souza Reis⁴; Patrícia Soares Bilhalva dos Santos⁵

¹ Faculdade de Engenharia Florestal, Universidade Federal do Pará (UFPA), Altamira/PA, Brasil.

² Marcely Iony Pereira Sousa, Engenharia Florestal, Santarém/PA, Brasil .

³ Pós-doutoranda PPGCEM, Universidade Federal de Pelota (UFPEL), Pelotas/RS, Brasil.

⁴ Docente da Faculdade de Engenharia Florestal, Universidade Federal do Pará (UFPA), Altamira/PA, Brasil.

⁵ Docente do centro de engenharia, Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Pelotas/RS, Brasil.

* e-mail do autor correspondente: shayaneoliver31@yahoo.com <mailto:crsettejr@hotmail.com>

Resumo: A produção de moveis é um dos maiores produtos do mercado brasileiro, em parte pelos recursos naturais presente no Brasil. O perfil do consumidor influencia muito na produção desse mercado. Em razão disto, o presente artigo buscar analisar o perfil do consumidor dessa indústria. Para isso foram realizados questionários, onde foram analisados o perfil dos entrevistados, consciência ambiental e perfil de consumidor. Foi realizada um cálculo de unidade amostral, para identificar se a quantidade de questionário foi representativa. Foram entrevistados 73 pessoas, dos quais mais de 60% era representada por mulheres. E todos possuíam escolaridade mínima de ensino médio, o que demonstra que esse metodo de entrevista não chega a pessoas com escolaridade inferior. Dos entrevistados, a maior parte possui consciência socioambiental, identificando a possibilidade de produção em madeira de reflorestamento. Quanto ao perfil de consumidor, a maioria prefere tonalidades escuras, mas para determinados ambientes prevalece cores mais claras. Moveis planejados (madeira reconstituída) são preferência entre os entrevistados. Observou-se que os entrevistados possuem uma boa tendência a compras de moveis online, apesar da resistência de uma parte considerável.

Palavras-chave: *indústria moveleira; moveis planejados; socioambiental*

BRAZILIAN CONSUMER PROFILE AND WOODEN FURNITURE CONSUMPTION HABITS

Abstract: The production of furniture is one of the biggest products in the Brazilian market, in part due to the natural resources present in Brazil. The consumer profile greatly influences the production of this market. Because of this, this article seeks to analyze the consumer profile of this industry. For this, questionnaires were carried out, where the profile of the interviewees, environmental awareness and consumer profile were analyzed. A sample unit calculation was

performed to identify whether the amount of the questionnaire was representative. 73 people were interviewed, of which more than 60% were women. And all of them had a minimum of high school education, which demonstrates that this interview method does not reach people with lower education. Of those interviewed, most have socio-environmental awareness, identifying the possibility of producing wood from reforestation. As for the consumer profile, most prefer dark tones, but for certain environments lighter colors prevail. Planned furniture (reconstituted wood) is preferred among respondents. It was observed that the interviewees have a good tendency to buy furniture online, despite the resistance of a considerable part.

Keywords: *furniture industry; Planned Furniture; socio-environmental*

1. INTRODUÇÃO

A sociedade tem observado problemas relacionados a escassez de recursos naturais, resultado de fatores como desmatamento. Em razão disso e em razão do Brasil ser um dos países com maior cobertura vegetal, a preservação e o desenvolvimento sustentável tem sido pauta nas discussões científicas brasileiras e mundiais. A indústria moveleira é parte interessada, em razão desta representar 15% da madeira serrada no Brasil, totalizando 3,5 milhões de m³/ano [1], sendo um dos 10 maiores produtores mundiais de móveis e com aproximadamente 19 mil indústrias de acordo com [2]. Apesar de no ano 2020 haver uma queda em relação à 2019, ainda é um dos maiores exportadores sendo destinado em maior parte ao EUA com aproximadamente 40,3% da exportação total, como observado por [3].

Alguns fatores influenciam na compra de um móvel como a cor da madeira de acordo com [4]. Dessa forma corantes presentes em altas concentrações em algumas espécies de madeira, como o Ypê Roxo (*Tabebuia avellanadae Lor*), que apresenta Lepachol podem ser extraídos, além de ser utilizados como anti-inflamatória, analgésica, antibiótica, antimalária, antitripanossoma, e antiulcerogênica [5]. Desta forma o presente estudo busca verificar o perfil do consumidor brasileiro e hábitos de consumo dos entrevistados, em relação a indústria moveleira.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Para o desenvolvimento da pesquisa foi realizada uma revisão bibliográfica e aplicação de questionário para avaliar o perfil dos consumidores da indústria moveleira brasileira. O questionário foi disponibilizado em 15 dias no modo de formulários do Google docs ® e amplamente divulgado a população pelos meios de digitais WhatsApp ®, Facebook ® e e-mail; constando 11 seções distribuídas em 25 questões, destas apenas uma no modo dissertativo. Dessa

forma foram aplicados em 14 estados brasileiros, compondo um total de 73 respostas autorizadas para uso da pesquisa.

Durante a aplicação do questionário era necessário a pessoa estar conectada em sua conta Google possibilitando a esta apenas uma resposta. Para melhor desempenho foi realizada um cálculo da unidade amostral (número mínimo de repostas ao formulário) utilizando a ferramenta online do Calculator.net [6] e uma margem de erro de 10% para a estimativa populacional de 208 milhões de habitantes.

Os dados foram sistematizados através do software Excel 2013 e submetidos à estatística descritiva analisando o perfil social dos indivíduos (idade, sexo, grau de escolaridade, estado) e perfil do consumidor quanto ao uso da madeira na indústria moveleira. Para esta última análise foram apresentados três tipos de tonalidades (bege, castanho e avermelhado) para escolha do entrevistado, além de obter respostas quanto à qualidade e designer dos móveis.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Perfil do Consumidor

O cálculo de unidade amostral realizada no Calculator.net apresentou como valor mínimo amostral 69 formulários preenchidos, desta forma os 73 aplicados superam o valor mínimo e atendem os 90% de nível de confiança. Dos formulários aplicados 63% foram preenchidos por mulheres e 37% por homens. Em relação a idade dos entrevistados e região, a faixa etária de 18 a 25 anos, foi a que mais obteve participantes com valor próximo a 50% do total, a região Norte obteve maior participação com valor próximo à 59%, seguidos das regiões Sul (19%) e Nordeste (14%).

Todos os participantes possuíam grau de escolaridade elevado, possuindo no mínimo ensino médio completo, demonstrando que pesquisas gerenciadas por meio eletrônico não alcance pessoas com níveis baixos de escolaridade, corroborando com dados de [7] e [8], que também avaliam o consumo. Para [7] o nível de escolaridade tende a influenciar na informação sobre o consumo de bens e serviços, sendo este de elevada importancia.

3.2 Percepção ambiental do Consumidor

Em relação à percepção do consumidor quanto as questões ambientais e novas soluções para a produção de móveis, o consumidor apresentaram expectativas positivas. Sendo a maioria acreditando que é possível a produção de moveis sem desmatar a floresta nativa, com mais de 70% apontando a madeira de reflorestamento como alternativa viável e aproximadamente 65% acreditam

que madeira sólida é parte responsável pelo aumento do desmatamento.

Essa pesquisa demonstrou uma consciência socioambiental dos consumidores. Porém, de acordo com [9] a maioria não está disposta a envolver-se, apesar de acordo com [10] consumidores atuais tem despertado o interesse em produtos ecológicos. Esse último, pode ser explicado pela facilidade a informação, permitindo expor as discussões e busca de alternativas mais sustentáveis [11].

3.3 Perfil de consumo

Foram analisados nas entrevistas o perfil de consumo dos entrevistados em relação a tonalidade, cor e designer dos moveis. Para a tonalidade, foram apresentadas algumas espécies de madeiras com diferentes tonalidades, num total de 8, que são utilizadas na indústria moveleira.

A preferência dos consumidores se deu por madeiras com camadas de crescimentos mais distintas como é o caso do Cedro, Pau de ferro, Imbuia e Pinus. De acordo [4], madeiras mais claras são mais macias e leves, produzidas em climas mais frios, enquanto as escuras sofrem o processo inverso, ainda estas estas tonalidades tendem a influenciar no seu valor decorativo.

Em relação a cor, os entrevistados indicam as cores mais claras para quartos de bebê. Isto pode ser explicado por cores mais claras tendem a tranquilizar as crianças, enquanto que cores mais fortes tendem a superestima-las [12]. De acordo com [13], a cor da madeira é importante na hora da compra dos moveis pois esta determinará a cor da tinta usada no ambiente.

A grande maioria dos entrevistados tem ou gostariam de ter móveis de madeira em casa. Em razão disso, buscou-se identificar o tipo de madeira de preferência dos consumidores (rústica, maciça ou moveis planejados). A maior parte prefere madeira reconstituída, enquanto que os outros dois tipos de madeira obtiveram praticamente o mesmo percentual 20 a 22%. Quando questionados sobre a compra de moveis pela internet, aproximadamente 20% disseram que preferem compras físicas para tocar e olhar o produto. Enquanto que a maioria dos entrevistados preferem pela internet devido ao custo benefício.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se que existe uma elevada consciência socioambiental nos brasileiros. A cor é uma característica de grande importância para os entrevistados na hora da compra de móveis, porém a economia foi o principal fator relacionado as compras de móveis online, apesar de uma certa resistência dos consumidores para a compra dos moveis online.

5. REFERÊNCIAS

- [1] Nahuz, M A. R.. Atividades industriais com madeira de pínus: atualidades e desafios. Apresentado no “Congresso Internacional do Pínus”. Revista da Madeira, Joinville, edição especial, 2004, Revista da Madeira, Curitiba, v. único. p.
- [2] Brazilian Furniture (2019). Dados do setor 2019. Disponível em: <http://www.brazilianfurniture.org.br/sobresetor> Acessado em 12 de outubro de 2020.
- [3] ABIMOVEL 2020, Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário CONJUNTURA SETEMBRO 2020, Acessado em 12 de outubro de 2020. Disponível em: <http://abimovel.com/informacoes/imprensa>.
- [4] Moreschi, J. C. Propriedades da madeira. 4ª Edição ed. Curitiba: FUPEF. (2014).
- [5] Araújo, E. L., Alencar, J. R. B., & Rolim Neto, P. J. Lapachol: segurança e eficácia na terapêutica. Revista Brasileira de Farmacognosia, v. 12, p. 57-59, 2002.
- [6] Calculator.net. Calculadora de tamanho de amostra, *SurveyMonkey*. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>. Acessado em 30 de agosto de 2022.
- [7] Mangas, F. P., Rebello, F. K., Dos Santos, M. A. S., & Martins, C. M. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil. Revista em Agronegócio e Meio Ambiente, 9(4), 839-857, 2016.
- [8] Júnior, J. C. R., dos Santos, I. G. C., Dias, B. P., Mendes, L. P., & Da Costa Barbon, A. P. A. Perfil do consumidor brasileiro e hábitos de consumo de leite e derivados. Archives of Veterinary Science, 25(2), 2020..
- [9] Kamaruddin, S M; Ahmad, P; Alwee, N. Community awareness on environmental management through local agenda 21 (LA21). Procedia-Social and Behavioral Sciences, v. 222, p. 729-737, 2016.
- [10] Yang, D; Xiao, T. Pricing and green level decisions of a green supply chain with governmental interventions under fuzzy uncertainties. Journal of Cleaner Production, v. 149, p. 1174-1187, 2017
- [11] Ghali, M. R., Frayret, J. M., & ROBERT, J. M. . Green social networking: concept and potential applications to initiate industrial synergies. Journal of Cleaner Production, 115, 23-35, 2016.
- [12] Lacy, M. L. Poder das cores no equilíbrio dos ambientes. Editora Pensamento. 2000.
- [13] Burns, K. A. Attitudes toward home furnishings case goods: An investigation of

motivations and values relative to product choice. Publish thesis, University of North Carolina, Greensboro, 2009.