

Eixo Temático: Inovação e sustentabilidade

**A PERCEPÇÃO DAS PESSOAS EM CONTATO COM UM PRODUTO FEITO
ATRAVÉS DA PEDRA INDUSTRIALIZADA**

**THE PERCEPTION OF PEOPLE IN CONTACT WITH A PRODUCT MADE
THROUGH STONE INDUSTRIALIZED**

Anderson Luiz Fagan e Diego Gabbi Azevedo

RESUMO

O objetivo deste artigo é demonstrar os resultados obtidos com uma pesquisa de percepção, afim de mapear e prospectar futuros clientes de produtos feitos com a tecnologia da pedra .O estudo refere-se à percepção e atuação conjunta de trazer ao mercado nacional uma tecnologia que alia inovação, sustentabilidade e designer.

Para tanto, o artigo procura descrever e propor maneiras viáveis de adentrar ao mercado nacional com a tecnologia e, além disso, de que produtos seriam aceitos para a produção inicial como forma de empreendimento.

Palavras-chave: inserção, cliente, mercado de pedras, pedra alternativa.

ABSTRACT

The purpose of this article is to demonstrate the results obtained with a perception survey in order to map and prospect future clients made with the technology of stone products. The study refers to the perception and joint action to bring the domestic market a technology that combines innovation, sustainability and designer.

To this end, the article seeks to describe and propose feasible ways to enter the domestic market with the technology and, moreover, that product would be accepted for the initial production as a means of development.

Keywords: integration, customer, stone market, alternative rock.

1 INTRODUÇÃO

Com a globalização e o fácil acesso a informação e as novas tecnologias, surgem muitas diversificações e extensões de produtos e serviços que possibilitam uma maior alternativa de escolha aos consumidores. No mercado da decoração e em particular naquele das pedras, não é diferente. Além da ampla quantidade de pedras naturais, a tecnologia, permite, o surgimento de pedras alternativas, industrializadas.

Justamente neste contexto nasce a proposta deste estudo. Assim o presente trabalho tem por objetivo investigar a percepção das pessoas ao contato com uma pedra industrializada¹. O problema que este pesquisador se colocou foi qual a percepção que as pessoas teriam em contato com uma pedra sintética, alternativa, industrializada, tendo em vista ser um material novo no mercado brasileiro da decoração. Mercado este tradicionalmente ocupado pelas pedras naturais, em especial pelo mármore e o granito.

O autor busca com o presente trabalho contribuir com a produção do conhecimento, com a inserção de novas tecnologias no mercado brasileiro e finalmente com seu próprio futuro como estudante e futuro empreendedor.

1.1 A Pedra Industrializada

A Pedra Industrializada (P.I.) é um material versátil, higiênico e com boa resistência à abrasão. Sendo assim, é uma ótima alternativa para tampos de mesas, pias de banheiros, painéis de paredes e banheiras de hidromassagens.

Como esta pedra Industrializada possui uma porosidade muito baixa, quase inexistente, isto faz com que sua textura seja muito lisa e retenha menos sujeira do que as pedras mais porosas e menos lisas. Portanto toda a pedra industrializada polida e lustrada agarrará menos sujeira do que os materiais foscos e porosos.

A grande resistência e abrasão dessa pedra é devido a sua resina protetora que forma uma espécie de capa protetora contra fatores naturais tais como: sol, chuva, produtos limpeza não venham a danificar ou desbotar a peça, permitindo que faça uso intenso da mesma por mais de 25 anos.

¹ Ao longo do trabalho o autor fará referência constante a uma pedra industrializada. Sendo ela, ao final um ponto central do trabalho. Por “Pedra Industrializada” entende-se, por uma pedra sintética, industrializada ou seja produzida, a partir de resíduos naturais como: areia, carbonato de cálcio, restos moídos de pedras naturais (mármore e granito) resinas e corantes químicos.

Devido ao seu processo produtivo, que é muito flexível isto é, permite com que o produto ganhe forma e cor desejada pelo cliente, a P.I posiciona-se como uma ótima opção não somente para ambientes decorativos como para ambientes convencionais como, escritórios, fachadas etc. Portanto a P.I pode ser utilizada com uma superfície lisa para um ambiente mais simples de acordo com a necessidade do local ou do cliente, bem como pode ser completamente personalizada para ambientes decorativos que necessitam aplicações mais valorosas e elegantes.

Figura 1: Pedra Industrializada: Aplicações

Aplicações	Pedra Industrializada
Cozinha	<ul style="list-style-type: none">• Não recomendado para pias de cozinha, pode ser utilizado em móveis e tampos
Banheiro	<ul style="list-style-type: none">• Recomendado para vasos, banheiras e pias. Pode ser utilizado para revestir paredes
Parede externa	<ul style="list-style-type: none">• Pode vir a ser utilizado, pois é mais leve que o Mármore e Granito, podendo ser inclusive personalizada, arte estampada.
Parede interna	<ul style="list-style-type: none">• Recomendado, pois em sua composição possui uma resina protetora que impede que raios ultra violetas e chuvas desbotem sua pintura ou deforme a pedra.

Fonte: quadro desenvolvido pelo autor.

Figura 02: Aplicação de Movimento artístico sobre a pedra industrializada



Figura 03: Quadro Comparativo

Aplicações	Material		
	Mármore	Granito	Pedra Industrializada
Cozinha	Não deve ser usado, pois sua porosidade o faz absorver substâncias com facilidade.	indicado principalmente para bancadas. Os vermelhos e pretos são mais resistentes que os cinza.	Não recomendado para pias de cozinha, pode ser utilizado em móveis e tampos
banheiros	em bancadas e paredes, não há restrições. No piso, deve ser evitado o travertino, muito poroso. Não deve ser utilizado no piso do boxe.	indicado principalmente para bancadas. Os vermelhos e pretos são mais resistentes que os cinza.	Recomendado para vasos, banheiras e pias. Pode ser utilizado para revestir paredes
parede interna	indicado, em função de seu menor peso.	Não é muito utilizado em função do peso, mas pode ser utilizado	Pode vir a ser utilizado, pois é mais leve que o Mármore e Granito, podendo ser inclusive personalizada, arte estampada.
parede externa	não deve ser usado, pois a pedra se desgasta com as intempere	a instalação requer, além da argamassa, grampos de aço inox por trás das pedras para sustentar o peso.	Recomendado, pois em sua composição possui uma resina protetora que impede que raios ultra violetas e chuvas desbotem sua pintura ou deforme a pedra.

2 METODOLOGIA

2.1 Delineamento da Pesquisa

Essa pesquisa possui uma abordagem qualitativa, pois é baseada em observações, entrevistas e documentos. Além de não ser estritamente pré-configurada e possuir um aspecto fundamentalmente interpretativo. (CRESWELL, 2007). Além disso, pode assim ser considerada, porque responde a questões particulares e trabalha com universo dos significados, valores e atitudes. (DESLANDES, GOMES e MINAYO, 2008).

Quanto a sua delimitação, trata-se de uma pesquisa descritiva, segundo a qual busca-se descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência (Gil, 2010). Caracteriza-se como descritiva, pois segundo Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p. 61-62), “[...] observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los.” Assim, objetiva investigar as percepções das

peçoas ao contato com uma pedra industrializada com finalidade decorativa para ambientes internos e externos, através de entrevistas que evidenciem o contexto real e as percepções dos indivíduos pesquisados frente ao objeto em estudo.

2.2 Participantes ou Sujeitos da Pesquisa e Local

Quanto aos participantes, estes foram escolhidos por atenderem as seguintes características: empresários que possuem seu negócio voltado ao comércio de pedras, profissionais liberais como arquitetos que utilizam-se de pedras em ambientes decorativos e que são formadores de opinião e pessoas físicas consumidoras de pedras para ambientes decorativos e que possuem um razoável poder aquisitivo.

A escolha dos participantes se deu por preencherem os requisitos citados acima, por conveniência e possibilidade de contato.

Foram entrevistados três grupos de pessoas que abaixo serão identificados. Para efeito da pesquisa, do sigilo inerente a essa e em especial da análise dos dados obtidos ser realizada posteriormente, os entrevistados foram identificados e serão nomeados conforme segue abaixo:

- Arquitetos: as entrevistas foram feitas para três arquitetos na faixa etária de idade entre 24 e 34 anos. Todos profissionais liberais que atuam na região da Quarta Colônia, Santa Maria e Porto Alegre com ambientes de decoração sendo:

A1: Sexo masculino, solteiro com 24 anos de idade; Profissional liberal atua na região de Porto Alegre/RS;

A2: Sexo masculino, casado com 34 anos de idade; Profissional liberal atua na região da Quarta Colônia/RS

A3: Sexo feminino casada com 32 anos de idade; Possui um escritório de arquitetura com mais duas sócias, e atua na região de Santa Maria/RS

-Potenciais Clientes: foram entrevistados para esta pesquisa:

Pc1: Sexo masculino, casado 54 anos de idade, empresário no ramo de tecnologia da informação; Atua por grande parte território nacional no âmbito de tecnologia

Pc2: Sexo Masculino, divorciado 69 anos de idade, empresário no ramo calçadista; Atua por grande parte do território nacional;

Pc3: Sexo Masculino, solteiro 49 anos de idade, empresário no ramo de móveis de acento; Representante autorizado pela Giroflex no Rio grande do Sul

E por fim foram entrevistados dois empresários do comercio de pedras ornamentais;

ECP: Sexo masculino, casado 52 anos de idade, empresário no ramo de marmoraria; campo de atuação Santa Maria/RS e região

Ep3: Sexo masculino Casado 57 anos de idade, empresário no ramo de marmoraria. Campo de atuação Santa Maria/RS e região.

2.3 Procedimentos de Coleta de Dados

Uma pesquisa se move tal qual o movimento do seu pesquisador neste trabalho não foi diferente, ou seja, na definição do tema, ou posteriormente na escolha da metodologia a ser seguida, foram muitas idas e vindas.

Quanto a coleta dos dados aprendemos muito com o piloto, pois através dele verificamos que o caminho que estávamos seguindo respondiam apenas ao que já sabíamos, não trazendo assim nem novidade para o pesquisador nem para o trabalho em si

Para a coleta de dados foi realizado inicialmente um Piloto com seis pessoas no qual os entrevistados responderam oito questões objetivas e quatro descritivas. Posteriormente, valendo-se deste piloto o instrumento de coleta foi aprimorado. Assim, foi realizado um novo questionário.

Desta forma, a coleta definitiva de dados foi realizada por meio de uma entrevista semiestruturadas, pois intercalou perguntas abertas e fechadas, deixando ao entrevistado a possibilidade de aprofundar, discutir sobre a temática sem se prender, obrigatoriamente, sobre o tema perguntado (DESLANDES, GOMES e MINAYO, 2008). O processo de coleta de dados foi feito através de abordagem direta, com entrevista individual. As entrevistas foram gravadas em arquivos digitais e sua transcrição originou um texto a partir do qual realizou-se a análise dos conteúdo.

2.4 Procedimentos de Análise de Dados

A análise foi feita utilizando-se os elementos pesquisados na bibliografia juntamente com a percepção dos profissionais entrevistados. Organizando-se um texto que de forma lógica e ordenada seja capaz de expor os principais pontos abordados e chegar a constatações sobre os objetivos propostos.

O método proposto para fazer a análise desse material foi a análise de conteúdo por ser “uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada” (BAUER e GASKELL, 2002 p. 191). A metodologia de análise de conteúdo, permite a identificação de núcleos de sentido que compõem uma comunicação, permitindo o estabelecimento de categorias através das quais se pode estabelecer um entendimento e uma discussão acerca das ideias que entrelaçam os discursos (BARDIN, 1979).

Para a obtenção do material transcrito tomou-se todo o cuidado necessário para que o texto fosse fiel as entrevistas realizadas, pois “os textos, do mesmo modo que as falas referem-se aos pensamentos, sentimentos, memórias, plano e discussões das pessoas, e algumas vezes nos dizem mais do que seus autores imaginam”. (BAUER e GASKEL, 2002, p. 189).

2.5 Procedimentos Éticos

Pesquisas que envolvem seres humanos devem observar os critérios éticos estabelecidos pela Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Desta forma, os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o qual é apresentado nos anexos deste trabalho.

O TCLE foi apresentado pelo entrevistador, ressaltando que a identidade dos participantes será mantida em sigilo. A partir da concordância dos entrevistados, procedeu-se a coleta de informações. Sublinhamos que essa pesquisa não apresenta nenhum risco grave de “danos à dimensão física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do ser humano, em qualquer fase de uma pesquisa e dela decorrente” (BRASIL, 1996). Foi esclarecido aos participantes que se vierem a sentir-se prejudicado, poderiam optar por não responder o questionário, sem nenhuma consequência.

3 RESULTADO E DISCUSSÃO

Antes de trazermos as análises e conclusões da coleta final de dados, entendemos como relevantes discutir brevemente alguns pontos que surgiram no piloto. Dentre os elementos buscamos saber do entrevistado se o mesmo investia em pedras para ambientes decorativos. Considerando que entrevistamos pessoas com auto poder aquisitivo obviamente que a resposta seria sim. Fizemos questão de trazer estes elementos para sublinhar o quanto foi importante a análise deste piloto para mudança da estratégia do estudo.

Portanto a análise e as reflexões construídas a partir do material coletado em diálogo com a fundamentação teórica deste estudo possibilitaram a apreensão de cinco núcleos de sentido que passamos a apresentar a seguir. Entendemos que os referido “núcleos” não exaurem as discussões possíveis, porém nos oferecem importantes elementos para a compreensão dos dados coletados e de sua relação com os objetivos dessa pesquisa.

3.1 Pedra industrializada como elemento que agrega versatilidade e complementa os ambientes decorativos.

Iniciamos por trazer algumas informações que impressões manifestadas pelos entrevistados segundo as quais a pedra industrializada aparece como um complemento e uma possibilidade a mais no mercado de decoração. A seguir passamos as respostas.

Acho que é um material que pode agregar, muitas possibilidades aos projetos, pois se insere em um nicho muito específico. AR1.

O que eu sinto que esta pedra alternativa ela não entra no mercado para substituir mármore e granito ela entra para complementar um setores mais carentes na decoração. AR2.

Devido as características apresentadas, acho que seria uma alternativa para indicar. AR3

Percebe-se a partir das respostas dos entrevistados que a pedra industrializada pode vir a complementando alguns setores carentes no âmbito do mercado de pedras

destinadas ao mercado de decoração; Particularmente, essas respostas, ao mesmo tempo em que são estimulantes sob o ponto de vista empreendedor, abrem possibilidades importantes. Ao iniciarmos a presente pesquisa, tínhamos em mente muito mais uma visão de oposição e concorrência entre os materiais. Ou seja, o entendimento de que a pedra industrializada poderia “entrar” no mercado mediante a superação daqueles aspectos onde as outras pedras (mármore e granito) eram mais frangeis devido a suas respectivas características. Partíamos de uma lógica da exclusão e competição, porém a pesquisa remete-nos uma visão de complementaridade segundo a qual poder-se-á prospectar o mercado de uma outra forma.

3.2 O impacto causado na percepção das pessoas em contato com a pedra personalizada/estampada e o valor agregado a esta peça

Este núcleo de sentido faz um contraste de como foi a reação das pessoas analisando a pedra industrializada personalizada. Ou seja uma das principais características desse produto é justamente retratar nela desenhos artísticos ou até mesmo proporcionar uma mistura de cores em sua superfície. A seguir veremos algumas respostas que justificam esta constatação:

Com certeza agrega mais valor e não te limita a criação. Você pode criar tanto em formas diferentes como nas estampas na hora de retrata-las. AR3.

Para este fim acredito que possa ser utilizada, pois nas pedras naturais acredito que não seja possível este tipo de aplicação conforme esta amostra que tenho em mãos, até porque, perderia a naturalidade delas. PC1.

Mas pela experiência que se tem, vejo um potencial muito grande desse material voltado para essa área de estamparia muito bonito e interessante. EPC1.

Para esta finalidade ela te da à possibilidade de um acabamento mais artístico, em função de você poder jogar isto em uma parede, poder refletir uma foto, um quadro, uma paisagem. PC2.

Verificando as análises realizada pelos entrevistados, percebe-se que a personalização desta pedra industrializada causa um impacto positivo na percepção das pessoas, agrega valor ao produto em questão. Se a utilização deste material industrializado for voltado para um designer inserido em sua superfície, segundo os entrevistados, a mesma possui uma grande potencialidade de demanda. Este aspecto reforça a nossa visão de que agregar arte à pedra industrializada poderá ser um grande diferencial competitivo.

3.3 Estética, utilização e harmonia do ambiente residencial ou comercial

A partir desta ideia destacou-se entre os entrevistados que visam ao adquirir, indicar ou comercializar pedras a fim de ambientes decorativos, acreditam que as pedras possuem esse potencial estético e harmonizador do ambiente. Vejamos abaixo algumas respostas sobre este assunto.

A princípio vai desses dois fatores técnicos e estéticos. ARI.

As pedras proporciona um ambiente agradável sejam industrializadas ou naturais. PC1.

Ela harmoniza o ambiente e dá um embelezamento estético que é importante. PC2.

A partir das respostas elaboradas pelos entrevistados verificou-se que os mesmos levam em consideração tanto no momento de indicar/comercializar ou de adquirir no caso do cliente final quesitos como a, estética do ambiente, a aplicabilidade e da harmonia que segundo ele as pedras proporcionam, pois estes fatores determinam em qual área pode-se utilizar cada material.

Algumas aplicações, por exemplo, como pia da cozinha, sugere-se pedra, vem a questão aplicabilidade, ao mesmo tempo, não pode ser qualquer pedra, pois é um

ambiente muito agressivo. Para revestimento de paredes e piso, a pedra responde muito bem a ambientes úmidos e sofisticados onde remete a uma estética maior o que nesse caso para os entrevistados é o mais importante.

3.4 O desconhecimento desta tecnologia/pedra industrializada causa insegurança no entrevistado

O estudo trás a questão do novo, ou seja, de um produto alternativo. Foi observado aqui com este questionamento qual seria o comportamento apresentado pelas pessoas quando lhe é mostrado uma nova tecnologia, um novo produto, nunca visto por ele antes, qual é sua percepção? Sua opinião? Como se dá o processo de julgamento deste material visto pela primeira vez.

A pedra alternativa possui aparentemente uma flexibilidade.
AR1.

Aparentemente seria mais resistente que o próprio granito, maior leveza, possui uma sensação térmica mais agradável, Claro que isso tudo você verifica no dia a dia, como o produto se comporta, não sei como se comporta com o uso intenso. AR3.

As características são interessantes, mas, temos que observar na pratica o que acontece. EPC1.

Pelo o que observei, a utilização deste material será muito limitada, em comparação com as rochas ornamentais. ECP2.

A partir destas respostas chegou-se a seguinte conclusão que, mesmo tendo em mãos as principais finalidades desta Pedra Industrializada as pessoas concordam em parte com estas características, mas os pensamentos seguem alinhados com a questão pratica, se realmente estas características se comprovam na pratica, com o uso deste produto.

A questão da curiosidade do uso do produto fica claro, o que foi percebido a partir das conclusões que os entrevistados tiveram é a questão do receio ou seja, fazer o uso, indicar ou, trabalhar com um material desconhecido, sem ter a certeza concreta das características apontadas no estudo sobre a pedra industrializada acaba causando uma certa insegurança quanto a sua durabilidade por exemplo.

3.5 A percepção das pessoas ao comparar a partir de uma amostra as pedras mármore, granito e pedra industrializada

Este núcleo busca analisar a percepção das pessoas ao comparar a Pedra Industrializada com pedras naturais mais precisamente o mármore e o granito. Abaixo veremos algumas respostas que foram descritas pelos entrevistados:

Esta pergunta é difícil de responder não consigo ver qual a finalidade desta pedra industrializada, parece um azulejo revestimento branco, que é um revestimento esmaltado, não consigo ver qual a finalidade, já o mármore é sempre uma pedra mais distinta, mais bonita e vamos dizer assim. O granito já é mais rustico, estou avaliando somente a questão estética. PC3.

Granito e mármore são pedras mais naturais, dá um valor um significado mais natural, artesanal. Quanto à pedra artificial existe hoje no mercado, alguma coisa de diferenciação de algumas indústrias em relação a pedras, olhando assim me parece uma pedra sólida. PC2.

A questão da estética esta interessante, só a questão dela é que é um pouco brilhosa, mas não sei como esta pedra Industrializada reage a químicos, já o mármore e o granito sabem quais são os cuidados e para quais as finalidades devemos usa-los. AR2.

O mármore tende a ser mais bonito; O granito é muito resistente, mas um pouco bruto esteticamente; A pedra alternativa possui

aparentemente uma flexibilidade, pois se pode agregar cor e desenhos conforme o projeto, agregando valor estético”-AR1

Vejamos que ao comparar as amostras, as pedras naturais levam vantagem em relação à pedra industrializada, pois, pedras naturais como mármore e granito possuem uma história positiva em muito bem contada em termos de cultura de ambientes decorativos, ou seja, já possuem um selo que remete positivamente sobre a qualidade, estética, aplicabilidade etc. Até pelo próprio conhecimento e da experiência adquiridas pelas pessoas, que trabalham que indicam, que utilizam estas pedras. Podemos citar também, a questão da falta de uma informação mais detalhada desta Pedra Industrializada, da visualização de um ambiente onde é feita uma aplicação desta pedra industrializada faz com que as opiniões favoreçam em um primeiro momento as pedras naturais.

Porém, mesmo com a desvantagem da falta de informações mais detalhadas sobre esta está Pedra Industrializada verificou-se que, ela desperta a curiosidade e o interesse em ver a sua aplicação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trouxemos para este estudo a questão da pedra Industrializada, para fins de investigar qual o impacto que a apresentação da referida pedra causa nas pessoas e também quando comparada com pedras naturais já renomadas pela sua estética e diversas aplicações como é o caso do mármore e do granito.

Outra constatação que podemos observar se dá no fato que, tendo em vista ser uma tecnologia recente causa nas pessoas certa insegurança em investir em um produto relativamente “novo”, o que foi considerado um ponto positivo, sendo que a insegurança “já produziu o efeito da duvida, ou seja invisto ou não invisto”, este duvida abre a oportunidade de uma nova conversa.

A partir da análise das respostas dos entrevistados, pode vir ser estudo, montada uma estratégia comercial, para então inserir o produto no mercado de decoração de ambientes.

5 REFERÊNCIAS

DRUCKER, P. *The age of social transformation*. New York: Atlantic, 1994.

FERRARRO, A. **Business intuition**. São Paulo: FOIL, 2007.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. **A estratégia do oceano azul**. [S.l]: Elsevier Brasil, 2005.

SCHUMPETER, J. **Teoria do Desenvolvimento Economico**. POSSAS, M. S. (trad.). São Paulo: Círculo do Livro, 1997. Título original: *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Dunker & Humblot, 1964.