



O COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DAS LOJAS DE PREÇO ÚNICO NO MUNICÍPIO DE SANTA ROSA¹

Rosemeri Rauber², Luciano Zamberlan³

Este estudo tem como objetivo identificar o comportamento de compra dos consumidores das lojas de preço único, na cidade de Santa Rosa. Pois uma questão norteadora que aflige as empresas atualmente é a constante modificação de comportamento do consumidor nos diversos ramos da indústria e do comércio. A concorrência entre as empresas, na maioria das vezes, faz com esse comportamento fique com freqüentes modificações. Neste sentido, é importante que os gestores e sua equipe de vendas e atendimento entendam a venda como a consequência de um trabalho contínuo de aprendizado sobre o cliente. Será preciso saber quem ele é, como se comporta, de que produtos precisam ou gostaria de ter, de modo a poder lhe oferecer algo que ele considere interessante, no momento certo, com a abordagem certa, a fim de aumentar seu envolvimento com a loja e obter maiores lucros. O segmento de lojas de preço único tem revelado números que confirmam o amadurecimento do setor. Essas lojas, que surgiram durante o processo de desenvolvimento do Plano Real, há dez anos, consolidaram-se como o canal de consumo para todas as camadas da população. Conquistaram mercado, espalharam-se pelo país, gerando emprego e renda e hoje representam mais de 20 mil estabelecimentos. Portanto, para o estudo realizou-se uma pesquisa classificada como exploratória, a coleta de dados com base em entrevista com os consumidores das lojas de preço único e análise e interpretação de cunho qualitativo. O estudo exploratório foi realizado a partir de dados secundários obtidos através de levantamento bibliográfico em livros, revistas, resultados de estudos realizados e informações estatísticas. Através destes contatos bibliográficos e documentação preliminares foi possível um contato com o campo de pesquisa e melhor definição do estudo realizado. As entrevistas foram realizadas de maneira semi-estruturadas em frente às lojas de preço único na cidade de Santa Rosa, cada entrevista foi intermediada pelo entrevistador, através de perguntas, fornecendo liberdade de respostas aos participantes. Neste estudo também, buscou-se, com base nas entrevistas em profundidade, estabelecer um contato mais estreito com lojistas para assim melhor caracterizar o setor varejista de preço único no município. A interpretação dos dados obtidos nas entrevistas foi feita respeitando as opiniões das pessoas entrevistadas, pois esta traduziu o modo como percebe determinado assunto do ponto de vista pessoal. Foi adotado o método da entrevista em profundidade, pois se mostrou mais adequada para atingir os objetivos propostos. Através deste estudo identificou-se que os varejistas estão preocupados com o futuro do setor varejista de preço único no município, pois, a volta da inflação é prejudicial para o setor. Sendo loja de preço único é inconveniente o reajuste de preços, pois anularia a imagem de preço único perante o consumidor. Quanto aos consumidores que freqüentam essas lojas, percebe-se que são das mais diversas classes sociais, o principal motivo da procura pelas lojas é o preço, pois todos os produtos são vendidos a um real, e uma farta variedade de produtos. O estudo do comportamento de compra do consumidor é de fundamental importância para o setor varejista. Importante, pois, saber o perfil do cliente que freqüenta a loja é útil para planejar variedade e sortimento de produtos e serviços de acordo com as necessidades dos clientes.



ENERGIA E ALIMENTOS

XVI Seminário de Iniciação Científica

XIII Jornada de Pesquisa

IX Jornada de Extensão

UNIJUI . 23 a 26 de setembro de 2008



- ¹ Trabalho de Conclusão de Curso de Administração da UNIJUI
- ² Acadêmica do Curso de Administração da UNIJUI
- ³ Professor Orientador - UNIJUI