

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO SOBRE A INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES EM CÂNDIDO GODÓI¹

Eliza Renata Soares², Denise Borchate³, Cleber Eduardo Graef⁴, Pedro Luís Büntenbender⁵.

¹ Projeto de Pesquisa e Extensão em Gestão do Varejo da UNIJUÍ

² Bolsista PIBIC/EM da UNIJUÍ.

³ Bolsista PIBIC/EM da UNIJUÍ.

⁴ Bolsista PIBIC e graduando do curso de Administração da UNIJUÍ

⁵ Professor Pesquisador do DACEC da UNIJUÍ

Introdução

O setor varejista está num constante crescimento na participação de mercado, e estas também sentem o efeito direto de novas tecnologias e da velocidade das informações no mundo globalizado. Segundo Kotler (1998, p.500) “o varejo inclui todas as atividades relativas à venda de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final, para uso pessoal e não comercial”. Este trabalho estuda o comportamento do consumidor do varejo. Segundo Richers (1984), o comportamento do consumidor pode ser entendido pelas atividades mentais e emocionais realizadas na seleção, compra e uso de produtos/serviços para a satisfação de necessidades e desejos. Este trabalho se justifica pela necessidade do desenvolvimento regional a partir do fortalecimento do varejo, especialmente pela força que ele exerce na economia regional. O principal objetivo deste trabalho foi de revelar a preferência de presentes dos consumidores de Cândido Godói para presentear suas mães.

Metodologia

Este estudo buscou a coleta de dados primários. Para tanto, dados coletados pela primeira vez pelo pesquisador (MALHOTRA, 2001). Com o objetivo de investigar a preferência de presentes dos consumidores para o dia das mães na cidade de Cândido Godói. Neste sentido, foi aplicado um questionário para uma amostra de 99 Pessoas durante o mês de abril de 2013. O questionário é composto de perguntas básicas, referente à que tipo de presente, qual o valor a ser gasto, qual a forma de pagamento e quem irá presentear (mãe, sogra, esposa ou outra). A análise dos dados se dá pela frequência de respostas obtidas por questão.

Resultados e discussão

O resultado apontou que 80,8% vão presentear suas mães e 11,1% suas esposas. Quando questionados sobre o tipo de presente a pesquisa mostrou que a maioria deverá apostar nos presentes mais tradicionais, como perfumes e cosméticos (17,8%); flores (17,4%); vestuário (12,7%); calçados (8,9%); e eletrodomésticos (8,5%).

Conclusões

Quanto aos valores, o estudo revelou que 46,5% dos entrevistados pretendem gastar até R\$ 50, enquanto que 39,4% vão gastar entre R\$ 51 e R\$ 100. Também o estudo mostra que 11% pretendem gastar entre R\$ 101 a R\$ 150. O estudo também apontou que 84,8% irão pagar o



SALÃO DO CONHECIMENTO

UNIJUÍ 2013
Ciência • Saúde • Esporte



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: III Mostra de Iniciação Científica Júnior

presente a dinheiro, 6,1% usarão o cheque pré-datado. Em relação a renda, o estudo mostra que a maioria, 47,5%, possuem uma renda entre R\$ 1 mil a R\$ 2 mil.

Palavras-Chave: ProGev; varejo; consumidor.

Referências Bibliográficas

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MALHOTRA, N. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 3. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

RICHERS, Raimer. O enigmático mais indispensável consumidor: teoria e prática. Revista da Administração, jul./set. de 1984.



Para uma VIDA de CONQUISTAS