



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: III Mostra de Iniciação Científica Júnior

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO SOBRE A INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES EM SANTA ROSA¹

Gabriela Lunardi², Bruna Luconi³, Luciano Zamberlan⁴, Cleber Eduardo Graef⁵.

¹ Projeto de Pesquisa e Extensão em Gestão do Varejo (PROGEV)

² Bolsista de Iniciação Científica do Ensino Médio - PIBIC-EM/CNPq

³ Bolsista de Iniciação Científica do Ensino Médio - PIBIC-EM/CNPq.

⁴ Professor Mestre e Pesquisador do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação da UNIJUI, orientador da bolsa.

⁵ Bolsista PIBIC/UNIJUI e Acadêmica do Curso de Administração da UNIJUI.

Introdução

As organizações de varejo, no seu papel de aproximar os provedores de bens e serviços de seus consumidores, 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. Richers (1984), explica o comportamento do consumidor pelas atividades mentais e emocionais realizadas na seleção, compra e uso de produtos/serviços para a satisfação de necessidades e desejos. Este trabalho tem por objetivo identificar a preferência de presentes para o dia das mães na cidade de Santa Rosa, com o intuito de promover a informação da pesquisa e promover o desenvolvimento do setor varejista.

Metodologia

O estudo buscou a coleta de dados primários. Os dados coletados pela primeira vez pelo pesquisador (MALHOTRA, 2001). A proposta do estudo foi identificar a intenção de compra de presentes para o dia das mães na cidade de Santa Rosa, Rio Grande do Sul. Neste sentido, foi aplicado um questionário para uma amostra de 254 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). Os índices foram obtidos mediante uma análise de frequência dos dados.

Resultados e discussão

O otimismo é apoiado na intenção de compras dos santa-rosenses onde a pesquisa, realizada com 254 pessoas, apontou que 79,9% vão presentear suas mães e 11% suas esposas. Quando questionados sobre o tipo de presente a pesquisa mostrou que a maioria deverá apostar nos presentes mais tradicionais, como vestuário (20,1%); perfumes e cosméticos (18,7%); calçados (13,7%); jóias e bijuterias (8,1%); flores (7,7%); eletrodomésticos (6%); e bolsas e acessórios (6%).

Conclusões

Quanto aos valores, o estudo revelou que 39,85 dos entrevistados pretendem gastar entre R\$ 51 e R\$ 100, enquanto 24,4% revelou gastar até R\$ 50. Já 20,1% pretendem gastar R\$ 101 a R\$ 150. O





SALÃO DO CONHECIMENTO

UNIJUÍ 2013
Ciência • Saúde • Esporte



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: III Mostra de Iniciação Científica Júnior

estudo também apontou que algumas pessoas, em menor percentual, pretendem gastar valores mais significativos, acima de R\$ 300. O estudo também apontou que 48,4% irão pagar o presente a dinheiro e 33,5% usarão o cartão de crédito. Em relação a renda, o estudo mostra que a maioria recebem entre R\$ 1 mil a R\$ 2 mil.

Palavras-Chave: ProGev; varejo; consumidor; setor varejista

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