



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XIV Jornada de Extensão

O ATO DE PRESENTEAR: PREFERÊNCIA DE PRESENTES PARA O DIA DAS MÃES¹

Bruna Gabriela Warmbier², Karin Riedner³, Andressa Streicher⁴, Ariosto Sparemberger⁵, Luciano Zamberlan⁶, Pedro Luiz Büttendbender⁷.

¹ Projeto de Extensão em Gestão do Varejo, realizado por bolsistas do curso de Administração da Unijuí

² Bolsista PIBEX do Programa de Extensão em Gestão de Varejo e Acadêmico do Curso de Administração da UNIJUI

³ Bolsista PIBIC/UNIJUI e Acadêmico do Curso de Administração da UNIJUI

⁴ Bolsista PIBEX do Programa de Extensão em Gestão de Varejo e Acadêmico do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIJUI

⁵ Professor Mestre e Pesquisador do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação da UNIJUI

⁶ Professor Mestre e Pesquisador do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação da UNIJUI

⁷ Professor Mestre e Pesquisador do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação da UNIJUI

Introdução

O presente é o melhor exemplo da troca simbólica, pois sela um pacto transferencial entre duas pessoas. Baudrillard (1972) ressalta que cada presente é único, pois é personalizado pelo presenteador, no momento único da sua entrega ao receptor. Para Belk (1979) os presentes cumprem quatro importantes funções: 1) os presentes servem como forma de comunicação simbólica; 2) os presentes ajudam a estabelecer e manter relações pessoais; 3) os presentes produzem valor econômico; e 4) os presentes produzem função de socialização. Geralmente, as pessoas costumam dar presentes por três principais razões: 1) para dar prazer; 2) para obter prazer; 3) ou por sentirem obrigação. De acordo com (Belk e Coon, 1993), a razão pela qual as pessoas dão presentes é a de querer expressar sentimentos, tornando-se, assim, expressões do seu eu e dos sentimentos mais pessoais dos indivíduos. Portanto, o ato de presentear reforça os laços entre as pessoas, criando momentos de afeto, união e amizade. Desta forma, as experiências e sensações ligadas ao ato de presentear ficam registradas na memória como uma lembrança bonita e prazerosa. O dia das mães é uma data significativa, pois se constitui em um período de grande movimentação para todas as pessoas e também para os lojistas. O presente trabalho analisa as intenções de compra de presentes para o dia das mães dos habitantes dos municípios de Santa Rosa e Cândido Godói (RS) para o ano de 2013. Por meio de uma coleta realizada nas ruas, com apoio de um instrumento em forma de questionário, foi possível identificar a partir de uma amostra aleatória de 354 pessoas, informações a respeito de comportamento, intenções, atitudes, percepções, características demográficas e estilo de vida dos entrevistados.



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XIV Jornada de Extensão

Metodologia

Para o desenvolvimento desta pesquisa, o método foi estruturado em duas etapas distintas:

- Pesquisa exploratória, a qual se utilizou de dados secundários, através de materiais bibliográficos e documentais.
- Pesquisa descritiva, que se constituiu em um interrogatório aos participantes que procurou avaliar as atitudes do consumidor, principalmente em relação ao tipo de presente.

O objetivo da pesquisa exploratória é fazer com que o investigador saiba tudo sobre o tema que se está pesquisando. Conforme Mattar (1997), a pesquisa exploratória é apropriada para os primeiros estágios da investigação, quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, insuficientes ou inexistentes. Segundo Malhotra (2001), a pesquisa exploratória visa explorar uma situação, com o objetivo de fornecer critérios e compreensão sobre o problema abordado pelo pesquisador.

Nesta etapa, procurou-se fazer um levantamento de informações a respeito do tema do estudo mediante pesquisa bibliográfica, artigos, dados e informações existentes nas instituições públicas da região. A segunda etapa, descritiva, que Dias (2004) relata como sendo aquela na qual os problemas a serem investigados estão bem definidos e, em geral, procura-se obter resultados quantitativos sobre aspectos do comportamento humano ou sobre o perfil dos consumidores.

Malhotra (2001) diz que, utiliza-se de um questionário estruturado proposto a uma amostra de uma população e destinado a obter informações específicas dos entrevistados, com perguntas sobre seu comportamento, intenções, atitudes, percepções, características demográficas e estilo de vida. A amostra deste trabalho é considerada não-probabilística por julgamento e foi constituída por 354 pessoas. De acordo com Oliveira (2002), este tipo de amostra possibilita ao pesquisador extrair um elemento do universo que achar conveniente de forma aleatória e não-especificada. Para a análise dos dados foi utilizado programas estatísticos tais como o Excel e SPSS software aplicativo.

Resultados e discussão

Este trabalho está relacionado com o Projeto de Extensão em Gestão do Varejo – ProGev – UNIJUI. Com o objetivo de investigar o comportamento provocado pelas datas comemorativas em especial o Dia das Mães, realizou-se uma pesquisa para identificar a preferência dos consumidores por presentes a serem comercializados nesta data. Para isto, foi realizado entrevistas de forma espontânea, ou seja, sem interferência do entrevistador em relação às opções de resposta.

A pesquisa foi aplicada de 08 de abril a 25 de abril do ano de 2013 no centro das cidades de Santa Rosa e Cândido Godói. No total foram entrevistadas 354 pessoas, sendo 254 em Santa Rosa e 100 em Cândido Godói.

No município de Santa Rosa (RS) 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



SALÃO DO CONHECIMENTO

UNIJUÍ 2013
Ciência • Saúde • Esporte



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XIV Jornada de Extensão

(18,7%); calçados (13,7%); jóias e bijuterias (8,1%); flores (7,7%); eletrodomésticos (6%); e bolsas e acessórios (6%).

Quanto aos valores, o estudo revelou que 39,8% dos entrevistados pretendem gastar entre R\$ 51,00 e R\$100,00 enquanto que 24,4% revelou gastar até R\$ 50,00. Já 20,1% pretendem gastar entre R\$ 101,00 a R\$ 150,00. O estudo também apontou que algumas pessoas, em menor percentual, pretendem gastar valores mais significativos, acima de R\$ 300,00. Como também apontou que 48,4% irão pagar o presente a dinheiro e 33,5% usarão o cartão de crédito. Em relação à renda, o estudo mostra que a maioria recebe mensalmente entre R\$1 mil a R\$ 2 mil.

No município de Cândido Godói (RS), 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%).

Quanto aos valores, o estudo revelou que 46,5% dos entrevistados pretendem gastar até R\$ 50,00, enquanto que 39,4% vão gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00. Também o estudo mostra que 11% pretendem gastar entre R\$ 101,00 a R\$ 150,00. O estudo também apontou que 84,8% irão pagar o presente em dinheiro e 6,1% usarão o cheque pré-datado. Em relação à renda, o estudo mostra que a maioria, 47,5%, possui uma renda entre R\$ 1 mil a R\$ 2 mil.

Conclusão

A partir dos dados analisados pode-se concluir que em relação ao ano de 2012, as vendas terão um aumento significativo. Neste sentido os lojistas projetam um crescimento de 9,87% das vendas em relação ao mesmo período do ano passado. Portanto, o estudo evidencia uma tendência gerada pela cultura e também pela tradição quanto ao ato de presentear pessoas.

Ainda é possível concluir que as pessoas procuram os presentes mais tradicionais e os valores a serem gastos refletem a atual situação econômica das pessoas que residem nos municípios pesquisados.

Também cabe destacar que estudos como este, realizados no interior do Estado, contribuem para o setor varejista local, pois a partir dos resultados do estudo, os empresários do setor têm informações para preparar suas vitrines, manter estoque e prestar um atendimento qualificado.

Palavras Chaves: Presentes, Dia das Mães, Pessoas.

Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, J.. Para uma crítica da economia política do signo. São Paulo: Edições Gallimard; Lisboa: Edições 70, 1972.

BELK, R. W.; COON, G. S. Gift giving as agapic love: an alternative to the exchange paradigm based on dating experiences. *Journal of Consumer Research*, v. 20, p. 393-417, Dec. 1993.





Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XIV Jornada de Extensão

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

OLIVEIRA, Silvio Luiz. Tratado de Metodologia Científica. São Paulo: pioneira Thomson Learning, 2002.

SOUSA, Rossana Guerra de. Gestão de processos em serviços: estudo de dimensões de análise para mensuração de desempenho em MPE's. Dissertação de mestrado. João Pessoa, 2005.

DIAS, R. S. Gestão de Marketing: Professores do departamento de mercadologia da FGV-EAESP e convidados - São Paulo: Saraiva, 2004.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 1997.



Para uma VIDA de CONQUISTAS