



Estudo do Comportamento do Consumidor Baseado na Cultura Gaúcha

Autor(es): CARLOS, Deise Moreira; FLORES, Silvia Amélia Mendonça; FLECK, Carolina Freddo

Apresentador: Silvia Amélia Mendonça Flores

Orientador: Carolina Freddo Fleck

Revisor 1: Débora Bobsin

Revisor 2: Paulo Vanderlei Cassanego Junior

Instituição: Universidade Federal do Pampa

Resumo:

No cenário atual as empresas buscam ganhar confiança e manter o consumidor satisfeito e para isso utilizam cada vez mais o marketing. Afinal, é considerado o elo entre empresa e consumidor. Sob a ótica do consumidor, percebe-se na literatura estudada, que a satisfação ou insatisfação está ligada a diversos aspectos do processo de decisão de compra como: preço, atendimento, forma de pagamento, ambiente da loja, qualidade dos produtos, entre outros. Neste sentido, o estudo buscou diagnosticar qual a percepção dos proprietários de uma empresa do setor do comércio varejista, em relação à satisfação e comportamento dos consumidores, assim como também a percepção de seus consumidores em relação a mesma. Após a análise das entrevistas foi possível perceber que a percepção da empresa está de acordo com a percepção de seus clientes, pois as duas partes envolvidas no estudo atribuíram nota máxima para os quesitos atendimento e fidelização do cliente. Além disso, o estudo preocupou-se em analisar como a variável cultura pode influenciar no comportamento dos consumidores durante o processo de compra, o qual se torna muito complexo por envolver variáveis internas e externas aos indivíduos. Para atingir tais objetivos utilizou-se o método da pesquisa qualitativa, através de entrevistas com formulários pré-estabelecidos para ambas as partes (empresa e clientes). A análise das entrevistas foi realizada através da análise de conteúdo e análise descritiva em algumas questões de respostas mais objetivas. O estudo foi realizado no período de agosto de 2008 até dezembro de 2008, sendo que a aplicação dos formulários foi realizada no dia 20 de outubro de 2008 na cidade de Rosário do Sul – RS.

A empresa estudada atua no comércio varejista, no ramo de produtos da indumentária gaúcha, artigos para camping e bazar. Desta forma, percebe-se que os clientes estão satisfeitos com o que a empresa oferece atualmente, ficando explícito este resultado na frequência com que os clientes visitam a loja. Estudando a variável cultura, pode-se verificar que a mesma é um dos fatores que mais influencia no processo de compra, juntamente com o meio social e o meio profissional. Por fim, este estudo pôde auxiliar a empresa a conhecer mais especificamente o perfil dos seus clientes, permitindo a satisfação das suas necessidades.