



A CIÊNCIA DO CONSUMO: CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DE VESTUÁRIO DE HOMENS E MULHERES NA CIDADE DE SANTA ROSA, UM ESTUDO COMPARATIVO¹

Charlene Diane Oliveira², Luciano Zamberlan³. UNIJUI

Este estudo procura avaliar as características do Comportamento de Compra de Vestuário de Homens e Mulheres na Cidade de Santa Rosa. O comportamento do consumidor tem sido um assunto muito atrativo para realizar pesquisas no mundo dos negócios e também no meio acadêmico, pois, diariamente as pessoas são impulsionadas a consumir através dos vários canais de comunicação em que estão expostas. Diante disto, é imprescindível ter um conhecimento sobre os fatores de decisão de compra e satisfação dos consumidores. No entanto dentro deste mercado de vestuário, homens e mulheres diferem no que diz respeito ao processo das compras. Comprar ainda é visto como algo feminino. As mulheres demonstram possuir uma elevada satisfação de ir às compras e quase toda mídia está direcionada para elas, sendo que há maior variedade de produtos e as lojas estão em sua maioria direcionada ao público feminino. Não obstante o varejo de vestuário direcionado para homens é um mercado em expansão. Atualmente os homens estão indo as compras, devido ao fato de que há um crescimento no número de mulheres que trabalham fora de casa e por isso também algumas tarefas domésticas estão se direcionando para o público masculino. Mas para que este mercado tanto direcionado para mulheres quanto para os homens, obter êxito, é imprescindível saber que há diferenças no processo de comprar entre os gêneros. É muito importante que se realize estudos na área de como os consumidores agem na hora de realizar suas compras, pois assim é possível identificar quais as variáveis mercadológicas que influenciam os compradores. É neste contexto que se deve observar que cada consumidor possui características próprias no momento de efetuar suas compras, principalmente se analisado comparativamente homens e mulheres. A realização deste estudo observa as diferentes características no processo de compra de ambos os sexos. A pesquisa é exploratória, pois tem o objetivo de levantar informações acerca do tema em questão, neste estudo propôs a fazer um levantamento sobre os principais atributos a ser estudados no processo do comportamento de compras de homens e mulheres. Na etapa descritiva é realizada a pesquisa quantitativa onde utiliza-se o método de Survey, que consiste em um questionário aplicado à população alvo do estudo. O estudo também utiliza da pesquisa por observação onde são analisados atributos que diferenciam homens e mulheres no momento de realizar suas compras. O método utilizado é de observação disfarçada, pois desta forma os participantes se comportam de maneira natural. Os resultados descrevem a análise do comportamento de compra de vestuário comparativamente de homens e mulheres e apontam os fatores que influenciam no processo de compra de ambos os sexos. As contribuições obtidas a partir da realização deste trabalho servem de subsídio para outros estudos acerca do comportamento do consumidor, sendo que atualmente é fundamental saber distinguir as características dos indivíduos, para desta forma conseguir satisfazer suas necessidades.



CT&I e SOCIEDADE

XVIII SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XV JORNADA DE PESQUISA
XI JORNADA DE EXTENSÃO

4 a 8 de OUTUBRO de 2010



- 1 Trabalho de Conclusão de Curso
- 2 Acadêmica do Curso de Administração da Unijuí.
- 3 Professor do Curso de Administração da Unijuí, orientador do TCC.