



PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS DE JI-PARANÁ – RO.

Leandro Antônio de Souza¹

Juliana Negrini Tarnoschi de Alcântara²

RESUMO - Este estudo de caso tem como objetivo analisar os motivos que interferem na decisão de compra, entender como os clientes são levados a consumir os produtos e apresentar as novas estratégias para manter este cliente sempre interessado e satisfeito, tendo como objetivo específico estudar o comportamento do consumidor, verificar como os fatores psicológicos influenciam na decisão de compra, identificar os estímulos que surtem mais efeito no consumidor e, entender como os fatores culturais são importantes no processo de decisão de compra.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor. Decisão de Compra. Empresa.

INTRODUÇÃO - Devido à importância do conhecimento do comportamento do consumidor é necessário o estudo do comportamento e suas motivações em decorrência de uma série de influências do meio em que o consumidor vive. Conforme Engel (2000), o comportamento do consumidor define-se como as atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que antecedem e sucedem estas ações. Um dos fatores a desencadear o processo de decisão de compra é a necessidade por algum produto, a análise de preço e, comparação de marcas. Kotler 1998 (apud GIARETA 2011 p. 03) salienta que o consumidor experimentará algum nível de satisfação ou de insatisfação, após a compra de algum produto.

METODOLOGIA - Para a obtenção dos dados, a seguinte pesquisa será descritiva exploratória com a abordagem quantitativa, com um questionário estruturado com perguntas fechadas e com opções variadas que visam fácil entendimento e preenchimento rápido e uma possibilidade de fazer um cruzamento de informações. Será feito uma análise dos comentários e interpretação de dados que serão realizadas logo após a coleta, para atingir o objetivo da pesquisa, organizar e tabular os dados de forma que forneçam respostas aos problemas expostos para análise e atingir o resultado desejado. Segundo Roesch (1999), a técnica de coleta de dados é a digitação do questionário, entrevista, testes e observação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO - A partir dos resultados que serão obtidos nesta pesquisa, será possível mostrar que, no ato da decisão da compra, a confiança na marca e o produto de qualidade pode fazer com que o consumidor escolha a empresa e se sinta bem ao comprar na mesma. Destacará também como o consumidor encara o atendimento diferenciado, investimento em publicidade e, avaliar qual o nível de influência que publicidades e propagandas têm na tomada de decisão de compra. Abordará também a importância da empresa em oferecer serviços diferenciados a fim de superar as expectativas de seus consumidores e assim, resultando numa vantagem competitiva. Poderá ser observado se após a compra, qual será a expectativa do consumidor em relação ao serviço de pós venda.

CONCLUSÃO - A análise a ser realizada mostrar-se-á útil para enriquecer o conhecimento sobre o processo decisório de compra, podendo resultar em uma vantagem competitiva, uma vez que se tornará mais fácil entender qual é a expectativa do consumidor, as suas motivações, e o que o leva a tomada de decisão na hora da compra. Quando a pesquisa for encerrada, o gestor poderá utilizar as informações a fim de ampliar o nível de conhecimento sobre as tendências do consumidor, a personalidade, o comportamento e o psicológico do cliente.

REFERÊNCIAS - ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. 8. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
GIARETA, Letícia Fernanda. **O comportamento do consumidor no processo de decisão de compra**. Encontro Científico e Simpósio de Educação Uniram salesiano, 3, 2011.
ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guias para estágio, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de casos**. Colaboração Grace Vieira Becker, Maria Ivone de Mello. - 2. Ed.- São Paulo: Atlas, 1999.

¹Acadêmico do oitavo período do curso de Administração do CEULJI/ULBRA. E-mail: leandrosouza047@gmail.com.

²Orientadora, Professora Especialista no CEULJI/ULBRA. E-mail: juliananegrini.t.a@gmail.com.