

Análise do Comportamento do Consumidor do Comércio Varejista de Moda de Erechim/RS

Ícaro Augusto de Souza¹, Andressa de Lima Bisol¹, Gabriel Alexandre Cieslik¹,
Silvana Saionara Gollo^{1*} Orientador(a)

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –
Campus Erechim. Erechim, RS

O estudo do comportamento do consumidor intensificou-se na década de 60, época em que o crescimento da competitividade apontou a necessidade de as empresas entenderem atitudes, hábitos e motivos de compra e consumo que conduziam ao processo de tomada de decisão. Assim, conhecer o comportamento dos consumidores tornou-se importante para a elaboração do planejamento e de estratégias de marketing, satisfazer necessidades e desejos dos consumidores, aumentar vendas e gerar crescimento das empresas. No comércio varejista de moda, em especial, o estudo do comportamento do consumidor pode contribuir para adequar o marketing *mix* (produto, preço, comunicação e distribuição) às realidades do mercado consumidor, o que justifica este estudo. A partir disso, tem-se como objetivo geral, compreender o comportamento do consumidor do comércio varejista de moda de Erechim/RS. Especificamente, busca-se conhecer os hábitos de compra e consumo dos consumidores e os motivos de compra relacionados ao marketing *mix* da moda. A pesquisa classifica-se como qualitativa e exploratória e o método de coleta de dados foi a entrevista *online*. Participaram da pesquisa 18 consumidores, de ambos os sexos, residentes em Erechim/RS, no período de 23/08 a 27/09 de 2023. Os resultados apontaram que ao pensar em moda, as palavras mais frequentes que vêm à cabeça dos consumidores são: tendências, roupas, acessórios, calçados e estilos. Os consumidores costumam comprar com maior frequência roupas, adquiridas todos os meses, e calçados, a cada seis meses. Na análise do marketing *mix*, os resultados apontaram que os produtos de moda mais consumidos são as roupas, como blusas e vestidos, e os calçados, como sapatênis e tênis. Nas compras *on line* destacaram a Schein e Dafiti como sites mais utilizados e a Renner, Nike, Adidas e Colcci, como marcas mais compradas, gastando em média R\$ 200,00. Em relação aos motivos nas compras de artigos de moda, ligados ao marketing *mix*, observou-se que se destacam os seguintes: a) produto: qualidade, variedade de produtos e marcas, estilo e gosto pessoal; no preço: b) preço em si, condições de pagamento e descontos; c) comunicação: o uso das redes sociais e promoção de vendas; e, d) distribuição: localização da loja e agilidade na entrega. Conclui-se que os dados desta pesquisa podem subsidiar o processo de formulação do planejamento e estratégias de marketing e contribuir para melhoria do desempenho das lojas do varejo de moda do município em estudo.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor; Motivos de compra; Moda

Modalidade: Ensino