

**UMA ANÁLISE DOS FATORES PESSOAIS QUE INFLUENCIAM NO
COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE VESTUÁRIO NO
MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT -AM.**

Valcircley Januário Sá¹
Kennedy Fernandes Abildo²
Jorge Junior Viana Peres³
Francisco Gouveia da Silva⁴

1 INTRODUÇÃO

As empresas buscam cada vez mais entender, conhecer e prever o comportamento dos consumidores. Com isso, pequenas, médias e grandes empresas têm dedicado parte de seus investimentos em pesquisas para descobrirem quais são os principais fatores que influenciam as pessoas na escolha e durante a passagem pelos processos de compra. Para Kotler e Keller (2006, p. 181) “a ideia é que as marcas também têm uma personalidade própria e que os consumidores tendem a escolher aquelas cuja personalidade combine com a sua”. Cada consumidor possui um estilo de vida diferente do outro, isso independe de classe social, cargo, cultura, pois o estilo de vida é determinado pelos hábitos dos indivíduos.

Com a globalização e o avanço da internet e os principais meios de comunicação como rádios e tv, os consumidores ficam diante de uma enorme variedade de produtos, serviços, marcas, lojas e informações. Estão cercados por milhares de ofertas, propagandas, promoções que objetivam atraí-los. A concorrência é crescente, ativa e constante, tornando assim cada vez mais difícil manter um cliente. E para atrair esses consumidores e mantê-los, só mesmo entendendo suas necessidades, desejos e comportamentos. Além disso, as empresas têm direcionado suas ações no sentido de manter seus atuais clientes e assim fidelizá-los, pois estima-se que o custo de atrair novos clientes seja cinco vezes maior do que mantê-los satisfeitos.

Nesse contexto, é possível verificar a variedades de produtos e comércios, podendo encontrar produtos nacionais advindos desde o Sul, Nordeste e Centro Oeste como dos países vizinhos, Peru e Colômbia.

Quando verificado o comportamento dos consumidores benjaminenses, pôde-se concluir que não são diferentes dos demais consumidores de outros lugares, apesar da notável carência de certos produtos dos grandes centros. Aqui vale registrar uma peculiaridade no que tange a busca de produtos e serviços pelos consumidores do município. Sendo que a região é de tríplice fronteira. Como a cidade de Letícia (Colômbia) consegue suprir em grande parte a necessidade dos consumidores benjaminenses. E também se tem ainda a opção da cidade de Tabatinga (Brasil), assim como as facilidades das cidades peruanas, dentre as quais os municípios de Islândia e Santa Rosa - PERU

Quando se afunila as necessidades dos consumidores e se destaca a questão da vestimenta, vale ressaltar que na região não possuem fábricas de roupas, mas elas vêm de vários estados brasileiros, centros produtores e diversos países. Aqui podem ser encontradas desde roupas “baratas” ate mesmo roupas caras, mas ambas de boa qualidade de acordo com o ponto de vista dos consumidores benjaminenses.

Contudo, o referido trabalho, pretende descrever como se comporta o consumidor diante de uma decisão de compra. E delimitando esse comportamento através dos principais fatores influenciadores nesse processo, como Fatores Pessoais. Este trabalho terá como objetivo verificar nos consumidores benjaminenses como é atendido suas necessidades de adquirir esses produtos (vestimentas) e na sua ausência como conseguem supri-la.

2 METODOLOGIA

No transcurso da pesquisa e coleta de dados, a entrevista e conversa informal foi necessária para obter informações não forçadas e espontâneas na qual “Há liberdade total por parte do entrevistado, que poderá expressar suas opiniões e sentimentos. A função do entrevistador é de incentivo, levando o informante a falar sobre determinado assunto, sem, entretanto, forçá-lo a responder”. (MARKONI E LAKATOS 2010, p. 180).

Desta forma, justifica-se a o caráter qualitativo da pesquisa, na qual as perguntas abertas e fechadas foram ordenadas e estudadas para obtenção de resultados que contribuiriam para a análise desta pesquisa, verificando quais as características pessoais, que influenciam no dia da compra bem como suas ocupações, personalidade, estilo de vida, situação econômica que se encontra, sua autoimagem e valores. Idade e estágio do ciclo de vida, suas ocupações, personalidade, estilo de vida, situação econômica que se encontra, sua autoimagem e valores.

Com isto Constitui uma das técnicas mais adequadas à pesquisa de opinião, sobretudo pesquisas de opinião pública e de mercado. Assim é uma das mais práticas e eficientes técnicas de coletas de dados, por ser aplicável aos mais diversos segmentos da população, inclusive aos analfabetos, uma vez que seu preenchimento é feito pelo entrevistador. Possibilita a obtenção de dados facilmente tabuláveis e quantificáveis. (FIGUEIREDO SOUZA, 2008).

A pesquisa de campo nos permitiu entender os motivos que levam o consumidor a comprar os produtos, nesse caso as roupas. Para Markoni e Lakatos (2010) pesquisa em campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, de descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conforme os 10 entrevistados, verificou-se que a faixa etária varia entre 20 à 25 anos. Sendo que diversos públicos bem como homens, mulheres e crianças, estes em sua maioria residem com 3 ou 4 pessoas na mesma casa, morando em casa própria e que a metade dos entrevistados recebem de meio a um salário mínimo advindo de diversas formas de trabalho, não especificado na pesquisa, onde os entrevistados se classificaram em fazer parte da classe média, além disso, a sua grande maioria tem nível acadêmico entre o ensino médio e superior incompleto, sendo que a metade está cursando algum curso superior ou técnico. De acordo com as entrevistas realizadas, dos 10 entrevistados, grande parte, fazem compras mensalmente, desta forma entende-se que o fluxo econômico do município, 70 % depende do poder público, 20% comercio local e 10 % agricultura.

Conforme resposta dos entrevistados a maioria quando não encontram a vestimenta ou prenda que satisfaça a sua necessidade na loja de preferência eles optam por comprar outros produtos similares ou simplesmente não compram. Sendo que os motivos que os levam a consumir referidos produtos são a qualidade do produto, preço, atendimento e, sobretudo que os mesmos satisfaçam da sua necessidade.

Com isso verificou-se que mesmo o país vivenciando uma etapa de crise econômica, as pessoas podem até diminuir sua média de consumo, mas assim como a alimentação, saúde, educação, a vestimenta torna-se uma necessidade principal para o ser humano e com isto, mesmo havendo uma diminuição de receitas no município, os consumidores continuam indo a comprar. Contudo percebemos que a demanda de compradores aumenta nas datas de festas folclóricas e culturais, natal e ano novo, sendo que nestas datas os levam a frequentar várias vezes na semana as lojas de vestuário.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com isto pode-se concluir que a cidade de Benjamin Constant-AM está localizada em uma área rica em turismo, e conseqüentemente recebe vários visitantes diariamente, mensalmente e anualmente, com essa grande movimentação de pessoas o comércio de vestimenta é bastante lucrativo.

O comércio de vestimenta de Benjamin Constant-AM movimenta 20% do PIB da cidade. Muitos estabelecimentos buscam explorar esse comércio de maneira saudável, a fim de estabelecer uma relação de confiança com os clientes, muitos estabelecimentos oferecem descontos para quem já é frequentador regular do lugar.

Desta forma se elaborou um estudo para entender os fatores pessoais dos consumidores e quais os motivos que levam à efetuar a compra. E conforme os entrevistados nos locais de maior movimentação comercial da cidade de Benjamin Constant-AM, foram encontrados vários tipos de consumidores, no qual foram feitas perguntas relacionadas ao seu estilo de vida. Com as análises dos resultados da pesquisa, foi observado que os consumidores compram de acordo com a movimentação de recursos na cidade.

Futuramente a cidade de Benjamin Constant-AM tem tudo para ser um grande centro comercial, com um grande potencial na área de vestimentas. Realizar pesquisas como esta é fundamental para entender o mercado e o comportamento do consumidor, afinal entender os fatores que levam as pessoas a consumir os produtos é uma vantagem na hora de abrir um negócio.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente queremos agradecer a Deus, por nos dar conhecimento e saúde para realizar esta pesquisa, em segundo, agradecer aos colegas da equipe e consumidores que nos disponibilizaram todas as informações.

REFERÊNCIAS

FIGUEIREDO, Antônio Macena. SOUZA, Soraia Riva G. Como Elaborar Projetos, Monografias e Teses. 2. ed. São Paulo: Lumem Juris, 2008.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. 12º. Ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. P. 177-179; 182-186; 532.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. 2. Ed., São Paulo: Atlas, 2008.