



**SEFIC2017
UNILASALLE**

**A PESQUISA E O
RESPEITO À DIVERSIDADE**

16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017

ISSN 1983-6783

CIRCUNSTÂNCIAS DETERMINANTES NA TOMADA DE DECISÃO E FATORES QUE IMPACTAM O PROCESSO DE COMPRA

Guilherme Antônio Contri, Robinson Henrique Scholz (orientador)
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: O presente resumo tem como objetivo verificar quais os fatores que levam a mudança de estratégia de compra de uma empresa do segmento moveleiro varejista situada na região metropolitana de Porto Alegre. O processo de decisão de compra se inicia quando surge uma necessidade ou estímulo por parte do comprador. Para isso, existem fatores macros e micros ambientais que podem vir a influenciar essa ação. Nesse estudo o foco será o comportamento do consumidor no segmento moveleiro varejista, mais especificamente numa empresa de móveis situada na região metropolitana de Porto Alegre, onde o processo de tomada de decisão dos gestores não acontece de uma forma linear, fazendo com que tais atitudes muitas vezes não demonstre coerência na momento da escolha de seus produtos para revenda. Na grande maioria dos processos de decisão, o fator preço é o mais importante para este tipo de consumidor, sendo o fator qualidade posto em segundo plano. Somente objetivar o menor custo em relação ao concorrentes não condiciona a fidelização do consumidor, porque a qualidade também é um fator relevante nas negociações. Nas empresas, a tomada decisão não é definida individualmente, ainda mais quando forem compras complexas. Isso ocorre também com consumidores finais, pois muitos trocam ideias e dividem com a sua família a decisão de compra que irão tomar. Concomitantemente a esse posicionamento, percebe-se que o cliente, pessoa física ou jurídica, nem sempre estará munido de informações adequadas e necessárias para a tomada de decisão. Nesse aspecto o vendedor acaba agregando um papel diferenciado, ou seja, torna-se um consultor. Assim, o presente resumo tem como objetivo geral verificar quais os fatores que levam a mudança de estratégia de compra do cliente do segmento moveleiro varejista GAC Móveis Ltda. Para realização da pesquisa, a empresa concensuou com o pesquisador o desenvolvimento desse estudo. Para tanto, especificamente objetivou-se: a) descrever como transcorre o processo de compras na empresa moveleira varejista GAC Móveis Ltda; b) analisar a percepção do cliente quanto à tomada de decisão de compra; c) compreender se a percepção do cliente está de acordo para o setor. Este estudo pesquisa será de grande valia não só para acadêmicos e profissionais que exerçam a atividade de vendas neste segmento, mas principalmente para os gestores e executivos de organizações do segmento moveleiro varejista, para o processo de decisão de compra. O método utilizado será quantitativo e descritivo, por meio de um levantamento de dados com a aplicação de um questionário fechado por escala de Likert. Os dados serão interpretados por meio da estatística descritiva. Os resultados da pesquisa podem contribuir para melhorias deste processo, que nos dias de hoje torna-se-ão importantes e fundamentais para as empresas, tais como: preço, qualidade, influências pessoais e competitividade.

Palavras-Chave: Tomada de decisão, Comportamento, Estratégia,