



Influência das redes sociais sobre os consumidores de produtos para animais de estimação da Região Metropolitana de Porto Alegre/RS

Susiane Moura Henrique
Universidade La Salle

Cristiane Duarte Arruda (Orientadora)

Robinson Henrique Scholz (Coorientador)

Tipo do trabalho

Pôster

Tema

Ciência Socialmente Aplicada - Memória Social

Palavras-chave

Redes sociais, consumidores, animais de estimação.

OBJETIVO

Objetivo geral deste artigo é analisar a influência que as redes sociais possuem na decisão de compra dos consumidores de produtos para animais de estimação que residem na Região Metropolitana de Porto Alegre/RS. Os objetivos específicos são: a) descrever o mercado para animais de estimação na região pesquisada; b) entender os influenciadores das redes sociais no comportamento de compra; c) analisar o comportamento dos consumidores de produtos para animais de estimação.

MATERIAL

Nos meios de comunicação virtual a busca por informações e dicas para o cotidiano esta cada vez maior. As redes sociais mudaram não só a forma das pessoas se relacionarem entre si, mas também na influência sobre o que elas estão consumindo. Precisamos reconhecer através destes meios de comunicação as possibilidades de influencia sobre o que seu público está adquirindo. As redes sociais são vistas pelo consumidor como canais que trazem referências de consumo e aceitação por parte de consumidores, servindo ainda, muitas vezes, como meio de comunicação com as empresas. Sendo assim, assumem um papel de fundamental importância e diferencial de seus negócios devido a atuação junto aos consumidores. Através das redes sociais, também se nota a grande quantidade de pessoas que tem animais de estimação e fazem questão de publicar e mostrar seu cuidado por eles, inclusive diante de levantamento de pesquisas, chega-se a constatar que cada vez mais as pessoas estão optando por ter algum animal de estimação em suas residências. Por conseqüência, a procura por produtos para este setor vem crescendo a cada ano mais. Para identificar os consumidores destes determinados produtos e qual as influencias das redes sociais sobre estes consumidores, iniciou-se a possibilidade de criar um estudo sobre estes dados.

METODOLOGIA

O método utilizado para esta pesquisa será baseado em pesquisa quantitativa com abordagem descritiva, a forma de coleta dos dados se decorrerá através de elaboração de questionários online através do Google Forms. O procedimento técnico será levantamento de dados, cujas



os dados serão interpretados pela estatística descrito.

RESULTADOS

Este estudo pode contribuir para organizações de produtos para animais de estimação e abrindo possibilidades para outros estudos acadêmicos.

CONCLUSÃO

Este artigo também e composto pela revisão teórica, através de levantamentos por meio de livros, artigos, periódicos, que é de fundamental importância para se maior conhecimento sobre o tema deste estudo que serão interpretados pela análise do conteúdo, e por fim as considerações finais.