



COMPORTAMENTO DE CONSUMO: UMA ANÁLISE SOBRE A DECISÃO DE COMPRA DE MOTOS NOVAS EM JOÃO CÂMARA E CEARÁ-MIRIM/RN

Marcos Vasconcelos Correia, João Paulo Brandão Cortez, Daniel dos Santos Franco de Assis.

Sistemas de informação/pesquisa

Com todo o processo de mudança no mercado ocorrida nos últimos, apareceu, dentre várias mudanças, uma em especial que trata do comportamento do consumidor de produtos e serviços. É sabido que o consumidor de hoje não é mais o mesmo consumidor de anos atrás. Diante disso torna-se fundamental o empresário e ou comerciante conhecer e acompanhar as mudanças referentes aos desejos e necessidades dos diversos clientes e consumidores existentes no mercado. Isso se torna importante, pois os comerciantes podem, com base em tais entendimentos, determinar ações e correções em suas estratégias mercadológicas diante das decisões comportamentais em relação ao consumo enviados fora do modelo padrão e do prazo estipulado serão excluídos do evento. Logo, tem-se como objetivo deste trabalho: analisar o comportamento de compra de consumidores de motos novas na cidade de João Câmara e Ceará-Mirim/RN. Para tanto, pesquisa em questão é do tipo descritiva, pois, segundo Vergara (1998) este tipo de pesquisa estabelece correlações entre variáveis e define a natureza destas; e de abordagem qualitativa, pois visa à investigação de variáveis que embasam o fenômeno investigado.

Palavras-chave: Comportamento de consumo, decisão de compra, marketing.

Instituição de fomento: inclua aqui a(s) instituição(ões) de fomento (se houver). Ex.: CNPq, FAPERJ, IFFluminense, UENF, UFF