



18° Encontro de IC da UENF  
10° Circuito de IC do IFF  
6° Jornada de IC da UFF

Campos dos Goytacazes/RJ  
3 a 6 de junho de 2013



## Ciências Sociais Aplicadas

### A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA GESTÃO DE EMPRESAS DE AUTOMÓVEIS

Laila Gozzer Voll, Leandro do Nascimento Vieira

Com o aumento da concorrência, com as facilidades na importação e a constatada elevação do poder de compra do mercado, percebeu-se a importância do estudo do comportamento do consumidor e de suas decisões de compra. Logo, somente depois desse estudo foi possível criar uma estratégia inovadora de marketing e gestão, mais adequada ao seu público alvo - ainda mais por se tratar de automóvel, cuja compra é mais infrequente e seu valor vem a ser relativamente alto. Porém, para uma grande empresa, seria mais vantagem acertar qual público? Hoje em dia além da grande diversidade de pessoas com poder de compra existem ainda pessoas com de influenciar as escolhas das outras. Precisando assim de um estudo mais aprofundado sobre o grau de influencia que o individuo recebe. Se as mídias publicitárias estão voltadas para o público certo a partir do estudo de como e de qual pessoa influencia a o comprador. O individuo como consumidor tem como principais influencias fatores psicológicos, culturais, sociais e pessoais. Tomando como foco fatores sociais, pois esses atuam como grupos de referencia, família, papéis sociais e posições sociais, são pessoas que influenciam de fato a decisão do consumidor.

*Palavras-chave: Comportamento do consumidor, gestão, automóveis*

Instituição de fomento: IFF