

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE LOJAS AGROPECUÁRIAS: UM ESTUDO EM MARAU-RS

Letícia Perin¹

Luiz Carlos Alves²

Janielen Pissolato Deliberal³

RESUMO

O processo de tomada de decisão e comportamento do cliente no momento da compra de bens e serviços é algo que vem influenciando empreendedores a inovar e adquirir estratégias para melhor entender e atender ao cliente, distinguindo-se das demais organizações e fazendo dessa oportunidade, a fidelização dos clientes, bem como, a captação de novos clientes. Nesse contexto, este estudo teve como objetivo entender como ocorre o processo de tomada de decisão e comportamento dos clientes em uma loja agropecuária, com intuito de contribuir para que a mesma possa tomar decisões mais assertivas. Compreender quem é o público alvo, quais as influências que esses têm no momento e decisão da compra, além de conhecer os motivos que levam os clientes a tomarem determinadas decisões e o comportamento que esses têm diante da realização das compras, contribui para manter-se competitivo diante das demais opções de compra em lojas agropecuárias. Para atender o objetivo proposto foi realizado um estudo de cunho quantitativa com fins descritivos, por meio de uma *survey* e os dados analisados por meio de estatística descritiva. Foram coletadas 90 respostas durante o período de aproximadamente um mês, de forma presencial, na loja agropecuária e também por meio digital. Os resultados indicam que a loja possui um diferencial no relacionamento dos sócios e vendedores com seus clientes, pois existe uma confiança do cliente perante a loja, tornando-a mais atrativa. Com isso, identificou-se que a agropecuária busca entender o que o cliente quer e por qual motivo esse procura realizar determinadas compras. Os resultados dessa pesquisa puderam ajudar o empreendimento a identificar seu público alvo para assim poder usufruir dessa informação e conseguir melhorar as estratégias de venda. Também foi identificado em quais meios de comunicação a loja precisa expor seus produtos e serviços a fim de atingir o público e conhecer como o

¹ Egressa, do Curso Superior Tecnológico em Agronegócio da Faculdade da Associação Brasileira de Educação – FABE. E-mail: Letícia Perin <leticiaperin03@hotmail.com>.

² Egresso, do Curso Superior Tecnológico em Agronegócio da Faculdade da Associação Brasileira de Educação – FABE. E-mail: LUIZ CARLOS ALVES <luizcls.alves@hotmail.com>.

³ Docente do Curso Superior Tecnológico em Agronegócio da Faculdade da Associação Brasileira de Educação – FABE E-mail: Janielen Pissolato Deliberal <janielen.deliberal@fabemarau.edu.br>.

produtor rural toma suas decisões no momento da compra, entre outras informações que serão esclarecidas no decorrer do estudo.

Palavras-chaves: Tomada de decisão, comportamento dos consumidores, loja agropecuária.