

Programa Institucional de Bolsas  
de Iniciação Científica PIBIC

23 a 25  
outubro

Pró-Reitoria de Pesquisa - Pibic/CNPq  
Pró-Reitoria de Graduação - SAE/Unicamp



H0707

## **O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E O PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA**

Júlio César Pires (Bolsista PIBIC/CNPq) e Profa. Dra. Muriel de Oliveira Gavira (Orientadora),  
Faculdade de Ciências Aplicadas da Unicamp - Limeira - FCA, UNICAMP

É missão do marketing identificar e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores, contudo é necessário compreender dois fatores de extrema importância neste processo: o consumidor e seu comportamento. Desta forma, através de artigos, relatórios, teses, literatura, banco de casos e outros dados secundários, será possível estudar o que influi na decisão da compra, atingindo o objetivo principal do projeto, que é o compreender o comportamento do consumidor e o processo de compra, já que este estudo serve de subsídio para tomada de decisões que podem impactar a situação econômica da organização, a parcela de mercado que ela obtém e, principalmente, a posição que ela ocupa na mente do consumidor; e este conhecimento é fundamental, pois através dele as empresas podem elaborar e implementar programas e estratégias eficazes de marketing, ou seja, o mix de marketing, baseado no preço, praça, produto e promoção, ficará mais sólido, contribuindo para melhores resultados, por exemplo, com a análise de determinada reação do consumidor perante a cor, layout, aroma de um produto, ao traçar os itens produto e promoção do planejamento de marketing, a organização considerará todas as sensações do público alvo, ofertando um produto com maior valor.

Comportamento do consumidor - Fatores de influência - Decisão de compra