



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

**SAPS**

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14º SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FÓRUM DE INOVADORES E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

## PESQUISA DE ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR HORIZONTINENSE

Trabalho de: CAMILA FABIANE SCHERNER ( cfs8122@gmail.com), SAMUEL ARTUR STEFANELLO ( stefanellosamuel@yahoo.com.br), ACACIO ROSSI ( ROSSIACACIO@JOHNDEERE.COM ).

Orientado por: DOUGLAS FAORO ( douglasfaoro@terra.com.br).

Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

### Resumo

O estudo em questão visa a análise do Índice de Confiança do consumidor através de uma pesquisa realizada em base a questionários fechados aplicados ao Consumidor Horizontinense, o comportamento do consumidor é um tópico chave de sustentação de toda a atividade mercadológica realizada com o intuito de desenvolver, promover e vender produtos, desta forma relata-se que para otimizar a eficácia e a eficiência das atividades ligadas a área marketing de uma organização ou produto com o foco principal obter o perfil de comportamento do consumidor perante retrospectos da situação econômica atual. Este estudo fez uso de uma abordagem qualitativa que de acordo com Lima (2004), é um método reconhecido pela possibilidade de suportar a formulação de leis ou de explicações gerais, o mesmo rejeita o pressuposto que reconhece a existência de um único método de investigação. Este também fará uso da abordagem quantitativa, que segundo Gullich, Lovato e Evangelista (2007), é a forma de os resultados serem traduzidos em números, ou a maneira de os dados serem quantificados através de números. Na prática a abordagem adotada parte de um conjunto de perguntas qualitativas referente ao Índice de Confiança do Consumidor, tendo como base a situação presente e expectativas futuras do consumidor do Município de Horizontina, assim sendo analisados quantitativamente através dos resultados compilado através da aplicação e tabulação da pesquisa. Os respondentes foram abordados pelos acadêmicos em diversas áreas (localidades) da cidade de Horizontina, localizada na região noroeste do estado do Rio Grande do Sul, onde os consumidores responderam o questionário elaborados da pesquisa. Foram pesquisados entre os meses setembro a novembro de 2009 ,267 consumidores, distribuídos nas diversas localidades da cidade de Horizontina, sendo eles 45,86% de homens e 54,14% de mulheres. Entre alguns resultados pode-se citar, que quando falarmos em renda familiar mensal média, percebe-se que o consumidor horizontinense esta concentrado com maior representatividade, entre 1 e 3 salários mínimos com 36,09% dos pesquisados e 32,71% com mais de 5 salários mínimos, seguidos de 20,98% de 3 a 5 salários mínimos e 10,53% com renda mensal média de ates 1 salário mínimo.

No aspecto empregabilidade, o maior número de pesquisados possuem empregabilidade com Carteira assinada, totalizando 63,16%, seguindo com 15,04% que são agricultores, 13,53% que trabalham sem carteira assinada e 8,27% desempregados. Através do desenvolvimento deste estudo, busca-se trazer uma resposta, bem como os pontos relevantes sobre o Índice de Confiança do Consumidor Horizontinense, fazendo através dos resultados um exame cuidadoso e sistemático de modo a ligar tais resultados aos existentes na economia atual, podendo delinear através desta pesquisa um retrospecto geral de Comportamento do Consumidor.

**Palavras chaves:** Confiança, comportamento do consumidor, expectativas.

## Referências

LEVIN, Jack. Estatística Aplicada a Ciências Humanas. 2a. Ed. São Paulo: Editora Harbra Ltda, 1987.

LEVINE, D. M. / BERENSON, M. L. / STEPHAN, David. Estatística: Teoria e Aplicações usando Microsoft Excel em Português. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

LIMA, Manolita Correia. Monografia: a engenharia da produção acadêmica. São Paulo: Saraiva, 2004.

LOVATO, Adalberto; EVANGELISTA, Mario Luis Santos; GÜLLICH, Roque Ismael da Costa, Metodologia da Pesquisa: Normas para Apresentação de Trabalhos: redação, formatação e editoração, 2º Edição, Três de Maio: Ed Setrem, 2007.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. Trad. Bázan Tecnologia e Lingüística. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do Consumidor. E.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PARASURAMAN, A. Marketing research. 2. Ed. Addison, Wesley Publishing Company, 1991.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMANN, I. B. Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHIFFMAN, L.G; KANUK, L. L. Comportamento do Consumidor. 6. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SEABRA, C. O comportamento do consumidor, 2007. Disponível em: . Acesso em: 29 de Nov. 2010.

TRIOLA, Mário F. Introdução à Estatística. 7a. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999