

FATORES DE INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS ESTÉTICOS MASCULINOS

Pesquisador(es): TORMEN, Valéria; AGUIAR, Camila Camargo; REGINATTO, Rose Mari.

Curso: Administração

Área: Ciências Sociais Aplicadas

Resumo: O estudo objetiva identificar os fatores que influenciam o comportamento do consumidor na decisão de compras de produto estéticos masculinos. Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, com o uso da abordagem quantitativa. A população da pesquisa é representada pelo gênero masculino residentes em duas cidades do estado de Santa Catarina e duas cidades do Rio Grande do Sul. Foi aplicada uma pesquisa do tipo survey cujo instrumento foi um questionário, enviado a 215 homens, sendo 121 validados e utilizados para as análises que foram realizadas por meio dos softwares SPSS e Excel. Os resultados foram mensurados por meio de escala Likert de sete pontos. As análises e interpretação dos dados se deu pelo método descritivo, média, desvio padrão, e também foi realizado o teste de alfa de cronbach para validar a confiabilidade da escala. De acordo com os resultados da pesquisa, ficou evidente a preocupação do público masculino em relação a vaidade, a aparência física, cuidados com seu corpo e seu bem-estar emocional. Também identificou que todos os fatores do comportamento do consumidor interferem na decisão de compra porém algumas variáveis obtiveram efeitos mais evidentes. Essas variáveis correspondem a preocupação com a aparência. Dessa forma permitindo reconhecer que a vaidade influencia positivamente na decisão de compra de produtos estéticos e contribuiu para que novos mercados se formem para atender essa demanda. Palavras-chave: Comportamento do consumidor. Decisão de compra. Produtos e serviços estéticos.

E-mails: camila.aguiar@unoesc.edu.br; rose.mari@iguacucelulose.com.br

