



**XX MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**  
**XII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**3 A 6 DE OUTUBRO DE 2022**



**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

**Área temática:** Relações Públicas  
**Forma de apresentação:** Oral  
**Resultado do trabalho:** Final

Luiza Bergamo da Silva<sup>17</sup>; Amanda Schaeffer<sup>18</sup>; Wingridy Verdum<sup>19</sup>; Marley Rodrigues<sup>20</sup>

**RESUMO:**

O objetivo deste trabalho foi pesquisar os temas comportamento do consumidor e transformação digital por meio de seminários e estudos de caso em sala de aula e teve como método a pesquisa bibliográfica. O comportamento do consumidor e os hábitos de consumo são a soma de todas as percepções, atitudes e influências que levam as pessoas a tomarem uma decisão de compra. Com a transformação digital a sociedade global se transformou a partir do tempo e o crescimento acelerado da digitalização e a velocidade com que informações são compartilhadas o consumidor passou a ter mais possibilidades e facilidades de compra. Percebeu-se que o foco das empresas passou a ser o consumidor, com todas as suas características, desejos e contextos e isso provocou uma mudança nos hábitos de consumo, dando empoderamento aos consumidores, que têm maior facilidade para escolher quando, como e onde consumir. Na visão de Grandinetti (2012) essa decisão de compra acontece em várias etapas, envolvendo a internet, o celular, as redes sociais e, também, as lojas físicas. Assim, a transformação digital trouxe grandes desafios às organizações e a capacidade de reinventar digitalmente seus negócios é determinada em grande parte por uma estratégia digital clara apoiada por líderes que fomentam uma cultura capaz de mudar e inventar o novo (Okano, 2019).

**Palavras-Chaves:** Comportamento do consumidor. Transformação digital. Consumo.

**Referências:**

GRANDINETTI, Ricardo. Um paletó da última coleção Armani custa 5.305 reais no site oficial da grife italiana. Info Exame, São Paulo: Abril, ed.321, Outubro de 2012.

OKANO, Marcelo Tsuguio. Transformação digital e novos modelos de negócios de produção. ?Os desafios da engenharia de produção para uma gestão inovadora da Logística e Operações? Santos, São Paulo, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2019. Disponível em: [https://abepro.org.br/biblioteca/TN\\_STO\\_295\\_1668\\_37732.pdf](https://abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_295_1668_37732.pdf). Acesso em: 25 de agosto de 2022.

Delane Botelho and Leandro Angotti Guissoni, EXPERIÊNCIA E ENGAJAMENTO DO CLIENTE. RAE (Vol. 60, Issue 1) Jan-Feb 2020.

<sup>17</sup> Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. luizabermago05@icloud.com

<sup>18</sup> Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. amandaschaeffer@sou.faccat.br

<sup>19</sup> Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. wingridyverdum@sou.faccat

<sup>20</sup> Orientadora. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. marley@faccat.br