



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 Silva¹⁷; Amanda Schaeffer¹⁸; Wingridy Verdum¹⁹; Marley Rodrigues²⁰

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. 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.

¹⁷ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. luizabermago05@icloud.com

¹⁸ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. amandaschaeffer@sou.faccat.br

¹⁹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. wingridyverdum@sou.faccat

²⁰ Orientadora. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. marley@faccat.br