



COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR QUANTO AS MARCAS PRÓPRIAS NO MERCADO DE TATUÍ – SP

Ana Cláudia Oliveira Fidelis
Célio Alves Castro

RESUMO

O presente estudo apresenta o conceito das marcas, em especial a estratégia de marcas próprias, seu histórico, os motivos de decisão de compra e o comportamento dos consumidores. O trabalho foi desenvolvido com o objetivo de conhecer o perfil e os motivos que levam os consumidores a comprarem os produtos de marca própria das redes supermercadistas em Tatuí - SP. O estudo teve por base a pesquisa bibliográfica, e também foi realizada uma pesquisa de campo através da aplicação de questionários a uma amostra de consumidores residentes na respectiva cidade para averiguar alguns comportamentos desse público. A pesquisa revelou que a maioria dos consumidores compra ou já comprou produtos de marca própria, e os que não compram são por falta de informação (não conheciam as marcas próprias), comprando apenas os produtos de marca reconhecida/famosa. Os consumidores que adquirem esses produtos têm a motivação no preço mais acessível, declarando satisfação quanto a essas marcas.

Palavras-chave: Marcas próprias. Comportamento do consumidor. Rede supermercadista.