

COMPREENENDO O PROCESSO DE COMPRA DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS PELAS MULHERES JOVENS DA CLASSE A DA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE

¹ Nadine Ribeiro Gindri - Aluna de Graduação de administração da ESPM-Sul

² Orientadora Professora - Doutora Ani Mari Hartz ESPM-Sul (ani.hartz@espm.br)

INTRODUÇÃO

De modo geral, nota-se a relevância da proporção que vem tomando as preocupações femininas ligadas a vaidade, principalmente em virtude dos fatores relacionados a cultura brasileira relação a aparência, imagem e o crescimento econômico do país, tendo assim como objetivo compreender o comportamento de compra dos procedimentos estéticos pelas mulheres jovens da classe A da região metropolitana de Porto Alegre.

RESULTADOS

Através dos resultados previamente analisados pode-se compreender que as jovens se mostram muito preocupadas com a sua aparência física, e acreditam que isto implica diretamente na sua auto estima e bem estar físico e psicológico. Buscando assim por procedimentos estéticos seguros e referências de pessoas próximas. Além disso, acreditam que além dos fatores internos, os fatores externos como os familiares, a sociedade e a tecnologia são os principais elementos que as levam a busca por estes tipos de procedimentos.

METODOLOGIA

Utiliza-se uma pesquisa exploratória de vertente qualitativa, tendo como unidade de estudo mulheres jovens de 15 a 24 anos da região metropolitana de porto alegre, tendo como viés de inclusão ser pertencente da classe A, com rendimentos bruto mensal familiar acima de 12 mil reais. Ainda, a coleta de informações ocorre por pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevista em profundidade, e a técnica de análise de dados é a análise de de dados é a análise de conteúdo através do agrupamento das informações em categorias.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip.; KELLER, K. Lane. Administração de marketing. ***LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal.** Comportamento do consumidor brasileiro. ***MALHORTA, K. Naresh.** Pesquisa de marketing uma orientação aplicada. ***BARLETTA, Martha.** Marketing para as mulheres: como entender e aumentar sua participação no maior segmento de mercado. ***BARDIN, Laurence.** Análise de conteúdo

