

Bens duráveis são bens palpáveis que normalmente sobrevivem a muitos usos, possuindo uma baixa frequência de compra, inversamente proporcional ao preço de venda. Neste trabalho, buscou-se conhecer as características do mercado - tamanho, potencial e previsão de padrões futuros - e o comportamento do consumidor relativamente a bens duráveis. Os bens analisados foram limitados aos seguintes grupos: (1) Cozinha e serviço: geladeira, freezer, fogão, lavadora e secadora de roupas, batedeira e liquidificador; (2) Som e imagem: televisão, videocassete, aparelho de som, rádio e máquina fotográfica; (3) Locomoção: automóvel, motocicleta e bicicleta. Foram tomadas como universo da pesquisa as unidades familiares domiciliadas na zona urbana de Santa Maria. Utilizando-se a técnica de amostragem probabilística e considerando 6% como a margem de erro admitida e 50% de frequência relativa em cada uma das variáveis dicotômicas, obteve-se uma amostra de 278 domicílios localizados em 56 quarteirões do município. Foram constatados os fatores influenciadores na escolha da marca e loja para a compra dos bens pesquisados, assim como as marcas, lojas e formas de pagamento mais utilizadas, tempo de uso dos produtos e previsão das intenções de compra até dezembro de 1995. (CNPq, FCA)