



## O IMPACTO TECNOLÓGICO NAS DECISÕES DO CONSUMIDOR VAREJISTA

*Alamir Leopoldino<sup>1</sup>; Simone de Oliveira dos Santos Cardoso<sup>2</sup>; Victor Vinicius Biazon<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Acadêmico do Curso de Gestão de Lojas de Pontos de Vendas, Educação à Distância (EAD), UNICESUMAR. Bolsista do Programa de Iniciação Científica do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação PIC/ICETI.

<sup>2,3</sup>Orientadores, Profa. Mestre e Prof. Dr. do Curso de Gestão de Lojas de Pontos de Vendas do Núcleo de Educação à Distância, UNICESUMAR.

**RESUMO:** O tema da pesquisa é baseado em como as novas tecnologias que estão surgindo impactarão no comportamento de compra dos consumidores varejistas. Com estas novas tecnologias, as empresas realmente terão maiores benefícios ou o custo para implementação destas tecnologias pode elevar demasiadamente o custo do produto e as tornar inviáveis? Clientes e empresas demandam cada vez mais por resultados maiores de faturamento, informações cada vez mais precisas e consistentes, enfim, uma série de controles que exigem um bom tempo do gestor para obter todas as informações e ter sua empresa sob controle. Por outro lado, consumidores querem cada vez um preço menor, no menor prazo possível, e com a maior velocidade possível na entrega ou no atendimento. Surge aí um conflito de interesses que as desenvolvedoras de tecnologias encontraram para unir e tentar sanar ambos os problemas. O projeto visa contribuir para que as empresas entendam como devem se estruturar para atender a nova geração de consumidores, que trazem consigo diferentes desejos e necessidades. Servirá também para demonstrar aos consumidores, o que esperar do futuro e quais praticidades, ou complexidades, enfrentarão futuramente ao efetuar suas compras, sejam elas das mais tradicionais como supermercados ou compras mais elaboradas. O trabalho objetiva compreender como as novas tecnologias que estão surgindo impactarão no comportamento de compra dos consumidores varejistas. Para o melhor embasamento da questão levantada será realizada uma revisão de literatura, a qual tem como propósito reunir um número de informações de relevância, as quais são necessárias à delimitação do problema de pesquisa, assim como a investigação e levantamento referente aos artigos publicados sobre o tema e tendo em vista a escassez de publicações sobre o tema, será realizada uma revisão sistemática. Espera-se demonstrar de forma clara e embasada, o que o consumidor e as empresas poderão esperar futuramente em relação às tecnologias que estão surgindo para o varejo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comportamento do consumidor, tecnologias, varejo.