



AONDE REALIZAR COMPRAS

Resumo

CASTRO, Bruna Mion
BORBA, Victoria Moraes
OENING, Ana Paula (Orientadora)

O Processo Analítico Hierárquico (Analytic Hierarchy Process - AHP) é um método desenvolvido no ambiente das Decisões Multicritério Discretas que auxilia na tomada e justificativa de decisões complexas. Criado na década de 70, esse método permite o uso de critérios qualitativos e quantitativos, sendo seu processo de avaliação de forma hierárquica, o que facilita a comparação dos critérios e a avaliação dos resultados. Esse trabalho abordará a nova forma de consumo, onde cada vez mais pessoas realizam compras *online*, como os avanços tecnológicos influenciaram o perfil de compra dos consumidores e como as empresas e pequenos comerciantes viram uma oportunidade de expandir seus negócios. O objetivo a partir do método AHP, é decidir qual o melhor lugar para se realizar compras no segmento de moda, destacando como alternativas disponíveis as compras em lojas físicas, em lojas pela internet e com vendedores autônomos, que podem visitar seus clientes, atender diretamente em casa ou utilizar grupos em redes sociais para vender seus produtos. Os critérios de avaliação são em primeiro nível: preço, variedade, formas de pagamento, qualidade do produto e atendimento. Como subcritérios foram estabelecidos para o critério preço: promoção e frete. Para variedade foram destacados os subcritérios: estilo, opções de tamanhos e versatilidade. No desenvolvimento da segunda etapa do método, foi realizada uma pequena pesquisa de campo para estabelecer prioridades para a comparação entre os critérios e subcritérios apresentados. Espera-se que, com os resultados obtidos, seja revelado um novo olhar para o consumidor na hora de escolher onde irá realizar suas compras e assim as empresas utilizem esse trabalho como uma consultoria sobre as expectativas do consumidor, atraindo novos clientes e construindo oportunidades de vendas.

Palavras-chave: AHP; comportamento de compra; consumo *online*; método de decisão; moda.