

A Sociedade de Consumo e o aumento de Shoppings Centers em Sorocaba SP

Alex Almeida Braz (Autor), José Marangoni Camargo (Orientador)

Na continuidade da pesquisa, foi realizado trabalho de campo e foram obtidas algumas características dos usuários, como perfil, faixa de renda, e os princípios locais utilizados. A pesquisa foi elaborada com base no método qualitativo utilizando questionário e entrevista focalizada, com temas relacionados ao convívio, compras e interação social, que o shopping center pode trazer ao usuário, o que possibilitou compreender o perfil do usuário do shopping e o que leva a usar este ambiente para compras ou outras relações. Pode ser constatar como este local criado primeiramente para ser de compras, acabou sendo um local de interações com um alto investimento de vários seguimentos, que alimenta um público de camadas diferentes da sociedade, que buscam o shopping também como um local de lazer dentro dos grandes centros urbanos. Em primeiro lugar o destaque apontado pela pesquisa entre os motivos apontados pelos frequentadores dos shoppings, foi a questão de segurança que o ambiente proporciona aos usuários, outro fator importante foi a questão do estacionamento, pois a grande maioria utiliza veículos para chegar ao local. A pesquisa apresentou que um dos locais mais utilizados são as salas de cinema, e praça de alimentação, e a realização de compras no quesito vestuário. Outro dado importante foi o tempo e frequência no shopping, em média de 5 vezes ao mês com uma duração de 4 horas, a maioria dos entrevistados sempre está acompanhado por uma pessoa ou grupo familiar. Isso indicou que o consumidor tem uma preferência em utilizar este local devido todas as facilidades que ele oferece, onde este espaço podem satisfazer os seus interesses de consumo individual ou coletivo. Em uma Sociedade de consumo, os shopping com um alto investimento e variedade de serviços, fortalece a teoria de que este é um dos principais modelo de consumo do capitalismo atual, onde utilizo o termo de “cidade fantasia dentro da cidade”, onde se pode encontrar de tudo para satisfação do consumidor.

Instituição de Ensino: Universidade Estadual Paulista