



ISSN: 2447-5580

PESQUISA BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA POR META-ANÁLISE SOBRE O TEMA “CONSUMER BEHAVIOR”

SYSTEMATIC BIBLIOGRAPHICAL RESEARCH BY META-ANALYSIS ON THE SUBJECT “CONSUMER BEHAVIOR”

Jairo Gustavo de Lima¹; Osmar Chevez Vicente Pozo²

- 1 Mestre em Administração. UFLA, 2015. Centro Universitário de Lavras - UNILAVRAS. Lavras, MG. jairogustavodelima@hotmail.com
- 2 Doutor em Ciências Sociais. UFRJ, 2002. Centro Universitário Norte do Espírito Santo - DETEC. São Mateus, ES. osmar.pozo@ufes.com

Recebido em: 13/05/2017 - Aprovado em: 29/05/2017 - Disponibilizado em: 20/06/2017

RESUMO: Buscou-se com este trabalho analisar a produção científica dos últimos vinte anos sobre o tema “Consumer behavior”. Para isto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sistemática por meta-análise em artigos (30 artigos no total) da base de dados Web of Science. Os resultados demonstraram que produção científica sobre o tema “Consumer behavior” apresenta um maior número de publicações em anos recentes; que autores como Mceachern e Stammerger se destacam no meio pela quantidade e qualidade de suas publicações, em especial pelo expressivo número de citações que receberam nos últimos anos; que os Estados Unidos lideram o ranking de países com maior número de artigos publicados e que as pesquisas quantitativas do tipo exploratórias figuram como as mais comuns quando o objetivo do pesquisador é compreender o comportamento do consumidor. **PALAVRAS-CHAVE:** Produção Científica; Comportamento do consumidor; Meta-Análise.

ABSTRACT: We attempted this work was to analyze the scientific production of the last twenty years on the theme “Consumer behavior”. For this, we performed a systematic literature search for meta-analysis in articles (30 articles in total) of the database Web of Science. The results demonstrated that the scientific production on the theme “Consumer behavior” presents a greater number of publications in recent years, authors like Mceachern and Stammerger stand out amid the quantity and quality of their publications, in particular the significant number of citations received in recent years, the United States leads the ranking of countries with the highest number of articles published and quantitative research-type exploratory figure as the most common when the researcher's goal is to understand Consumer behavior.

KEYWORDS: Scientific Production; Consumer behavior, Meta-Analysis.

1 INTRODUÇÃO

Entender o comportamento do consumidor tornou-se uma temática de extrema relevância ao marketing empresarial, especialmente na atualidade, com o estreitamento das relações entre empresa e cliente.

Vários autores trazem definições sobre o comportamento do consumidor, considerando

aspectos objetivos e emocionais do processo de compra, assinalando, cada um deles, algumas pequenas diferenças (SOLOMON, 2002; SHETH, MITTAL e NEWMAN, 2001; SCHIFFMAN e KANUK, 2000; ENGEL, BLACKWELL e MINIARD, 2000). Para Serralvo e Ignácio (2005, p.2), o estudo do comportamento do consumidor é bastante amplo na medida em que “trata da relação do indivíduo com o

ambiente a sua volta, caracterizando-se, portanto, em um mundo sem fronteiras e com infinitas possibilidades de interações para cada situação de compra vivenciada pelo indivíduo”.

Solomon (2002, p.24) também considera abrangente o campo do comportamento do consumidor, que define como “o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou dispõem de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos”. O autor ressalta que, mais do que o estudo sobre o ato de comprar coisas, envolve a análise de como o consumo interfere na nossa percepção sobre o mundo, sobre nós mesmos, e influencia nossas vidas, já que, muitas vezes, adquirimos o produto não por suas funções ou características concretas, mas pelo que ele significa.

Estas questões simbólicas fazem parte de uma visão antropológica do consumo, que o relaciona a fatores sociais e culturais, pressupondo que a decisão de compra refere-se não apenas à satisfação de necessidades concretas, mas fundamentalmente ao desejo de construir relações sociais. (MAUSS, 1974).

Sheth, Mittal e Newman (2001), ao abordarem o tema sob um prisma mais mercadológico, destacam os processos físicos e mentais realizados pelo consumidor, que resultam nas decisões e ações de compra. A atividade física está relacionada, por exemplo, à visita a uma loja e à conversa com o vendedor; enquanto a mental refere-se, entre outros aspectos, à análise da qualidade e às experiências com o produto. Blackwell, Miniard e Engel (2005) mencionam, além do consumo propriamente dito, a importância de fatores que envolvem a decisão de compra e o pós-compra.

O tema “Comportamento do consumidor” tem sido objeto de estudo de diversas pesquisas qualitativas, em especial, levantamentos bibliográficos, e seus

resultados em muito têm contribuindo para o aprimoramento da ciência do marketing. De acordo com Botelho et. al (2011), existem diferentes formas de se realizar uma revisão da literatura. Elas baseiam-se desde em técnicas como a revisão bibliográfica tradicional, também conhecida como revisão narrativa, alicerçada no uso de métodos específicos que visam a busca de um assunto específico em acervos da literatura, até no uso de mecanismos e metodologias utilizados por acadêmicos e pesquisadores nos campos da saúde e educação para descrever o estado da arte de um tema.

Para os autores supracitados, a revisão de literatura é o primeiro passo para construção de conhecimento científico, neste processo é que se encontram as lacunas e oportunidades de novas teorias e pesquisas empíricas.

As revisões de literatura são uma forma de utilizar fontes de informações bibliográficas ou eletrônicas (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011). Os métodos de revisão bibliográfica ganharam relevância na academia e o número de publicações de tais pesquisas cresceu velozmente (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011).

De acordo com Cardoso et al. (2005), o processo de avaliação da ciência não é recente no meio acadêmico. Mapear e conhecer trabalhos acadêmicos publicados em determinada área por meio de revisões sistemáticas é uma das formas de possibilitar a avaliação e a reflexão desses trabalhos e da área em questão. Embora uma das principais razões de sua crescente aplicação se deva à necessidade de direcionar recursos de instituições educacionais e governamentais para pesquisa, tal análise permite detectar indicadores, tendências e vieses de cada área.

Uma das grandes limitações dos trabalhos científicos sejam eles artigos, dissertações ou teses é a carência de uma revisão de literatura sistemática, isto é, realizada através de critérios pré-definidos cujos passos sejam replicados. Antes de iniciar qualquer trabalho científico é fundamental conhecer o Estado da arte da temática abordada. Nesse sentido, uma revisão de literatura é importante para definir o ponto inicial de uma pesquisa e revelar as diversas correntes teóricas e ainda auxilia na construção da metodologia (MARIANO; CRUZ; GAITÁN, 2011).

Grande parte das pesquisas e das revisões de literatura não realizam uma revisão de forma sistemática. Nas últimas décadas, surgiu uma diversidade de métodos sistemáticos e rigorosos de pesquisa bibliográfica (WHITEMORE; KNAFL, 2005; BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011).

As meta-análises surgem para que as revisões de literatura sejam realizadas de forma rigorosa, objetiva e sistemática (SÁNCHEZ MECA, 1999; MARIANO; CRUZ; GAITÁN, 2011).

Neste contexto, o presente trabalho se propôs a realizar uma análise da produção científica sobre o tema “Comportamento do consumidor”, utilizando-se para tal de uma meta-análise. Os artigos analisados foram extraídos do banco de dados da *ISI Web of Science*.

O estudo está dividido em quatro sessões, incluindo a introdução. Na sequência serão apresentados os procedimentos metodológicos da pesquisa, análise e discussão dos resultados e conclusões.

2 METODOLOGIA

O presente estudo constitui-se de uma revisão bibliográfica sistemática, a qual é definida por Evans e Pearsons (2001) como uma forma de obter evidências para dar suporte ao aumento das intervenções e

informações científicas que vem crescendo velozmente e ocupando o espaço das pesquisas primárias, no processo de tomadas de decisão nas ciências da saúde.

Cook et al. (1997) destaca que a revisão bibliográfica pode ser narrativa ou sistemática. O primeiro tipo é baseado em uma descrição simplificada de estudos e informações sobre um determinado assunto. O segundo tipo, apesar de também ter o caráter narrativo, é baseado na aplicação de métodos com maior rigor científico, podendo alcançar melhores resultados e reduzir erros e o viés do pesquisador responsável pela investigação. Esse processo permite ao pesquisador compilar dados, refinar hipóteses, estimar tamanho de amostras, definir melhor o método de pesquisa a ser adotado para aquele problema, e por fim definir direções para futuras pesquisas.

O mesmo entendimento a respeito da revisão bibliográfica é compartilhado por Botelho et al. (2011), conforme ilustrado na figura abaixo:



Figura 1: Tipos de revisão de literatura.
Fonte: Adaptada de Botelho et al. (2011)

A revisão bibliográfica sistemática é definida por Greenhalgh (1997, p. 672) como uma síntese de estudos primários que contém objetivos, materiais e métodos claramente explicitados e que foi conduzida de acordo com uma metodologia clara e reprodutível.

Na visão de Evans e Pearsons (2001), a abordagem sistemática é muito diferente das revisões bibliográficas narrativas, pois essa abordagem possui uma sequência de etapas pré-definidas, em que a metodologia é especificada com técnicas padronizadas e passíveis de reprodução, portanto, a revisão bibliográfica sistemática tem a finalidade de ratificar a efetividade de uma intervenção, geralmente por meio de estudos experimentais, como os estudos randomizados controlados. Tomando como exemplo a evidência científica de que determinado medicamento ou terapia é efetivo, a sua indicação torna-se certamente mais segura, uma vez que a possibilidade de sucesso na sua utilização é bastante alta (GREEN; BRITTEN, 1998).

Para Mendes e Fracoli (2008), no caso das pesquisas na área das ciências sociais, a importância da utilização da revisão bibliográfica sistemática justifica-se pela necessidade de utilização de métodos que possibilitem trazer à tona as contradições, transformando-as em conhecimento. Neste contexto, afirmam Botelho et.al (2011), torna-se necessário adotar os princípios da Gestão Baseada em Evidências, que são baseados na Medicina Baseada em Evidências.

De acordo com Holopainen et al. (2008) a revisão sistemática permite ao pesquisador esclarecer as

evidências empíricas já adquiridas e segue uma postura mais rigorosa que a narrativa. De acordo com estes autores, a pesquisa sistemática deve obedecer às seguintes etapas: definição do objetivo da sistemática, análise e formulação de uma questão de pesquisa, a pesquisa da literatura, avaliação dos dados e análise e apresentação dos resultados.

Segundo Botelho et al. (2011), a revisão bibliográfica sistemática pode ser vista como uma metodologia "guarda chuva", ou seja, incorpora diferentes tipos de métodos para o processo de revisão da literatura.



Figura 2: Tipos de revisão bibliográfica sistemática. Fonte: Extraída de Botelho et al. (2011)

O Quadro 1 apresenta esquematicamente os diversos tipos de revisão de literatura constantes na revisão bibliográfica sistemática: integrativa, meta-análise, sistemática e meta-sumário.

Tipo	Definição	Propósito	Escopo	Amostra e Análise
Revisão Integrativa (REDEKER, 2000).	Um sumário da literatura, num conceito específico ou numa área de conteúdo, em que a pesquisa é sumariada (resumida), analisada, e as conclusões totais são extraídas.	Revisar métodos, teorias, e /ou estudos empíricos sobre um tópico particular.	Limitada ou ampla.	Pesquisa quantitativa ou qualitativa com análise Narrativa
Meta-Análise (CLEMMENS, 2001).	Um sumário de pesquisas passadas, que usa técnicas de estatísticas para transformar descobertas de estudos com hipóteses idênticas ou relativas em uma medida comum e que calcula o efeito total, a magnitude do efeito, e efeitos de subamostras.	Estimar o efeito de intervenções ou de relacionamentos.	Limitada.	Pesquisa quantitativa com análise estatística

Tipo	Definição	Propósito	Escopo	Amostra e Análise
Revisão Sistemática (FORBES, 1998)	Um sumário de pesquisas passadas, que usa um objetivo e uma abordagem rigorosa de estudos com hipóteses idênticas ou relativas.	Sumariar (resumir) evidência concernente a um problema clínico específico.	Limitada.	Pesquisa quantitativa com análise Narrativa ou estatística.
Meta-sumário Meta-síntese Meta-estudo (Beck, 2002)	Um sumário de pesquisa, que combina as descobertas de múltiplos estudos qualitativos.	Informar pesquisas ou práticas pela sumarização de processos ou experiências.	Limitada ou ampla.	Pesquisa qualitativa com análise Narrativa

Quadro 1: Tipos de revisão de literatura constantes na revisão bibliográfica sistemática
Fonte – Adaptado de Whitemore (2005)

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica do tipo meta-análise, que na definição de Glaus (1976), trata-se de um método que combina os resultados de vários estudos primários, empregando fórmulas estatísticas e melhorando, dessa forma, a objetividade e validade dos resultados da pesquisa. De acordo com Botelho et al. (2011), o delineamento e as hipóteses da meta-análise devem ser similares, se não idênticos, de modo a facilitar o processo de condução da pesquisa.

Na meta-análise, cada estudo é sintetizado, codificado e inserido num banco de dados quantitativo. Posteriormente, os dados encontrados são transformados em uma medida comum, que servirá de subsídio para a formulação de um cálculo que proporcionará a dimensão geral do efeito ou da intervenção mensurada (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010). "A meta-análise tem sido identificada por pesquisadores como uma boa fonte de evidências, por essa razão, tem sido propagada na academia" (WHITEMORE, 2005, p. 57).

Ainda de acordo com Rumrill et al. (2010), a meta-análise é uma revisão de literatura de cunho quantitativa e que busca obter tendências da produção científica de determinado tema ou campo de estudo. Nas ciências sociais a meta-análise é utilizada como

uma metodologia para a integração de pesquisas empíricas sobre um mesmo tema (MARIANO; CRUZ; GAITÁN, 2011).

Para a realização da meta-análise o estudo utilizou-se da base de dados *ISI Web of Science*. Esta base é internacionalmente conhecida como uma das mais completas (MARIANO; CRUZ; GAITÁN, 2011), além disso, possui diversas alternativas de exportação das pesquisas para gerenciadores de referências como o *EndNote Web* que é um software on-line que pode ser usado para armazenar e organizar referências bibliográficas e outras diversas funcionalidades úteis a pesquisadores e acadêmicos.

Utilizou-se ainda do *software* Atlas.ti como ferramenta de apoio à mensuração das palavras mais recorrentes e, por fim, procedeu-se à leitura dos artigos com o objetivo de identificar as características metodológicas dos mesmos.

Os parâmetros adotados para a seleção dos artigos foram os seguintes:

- 1) Palavra chave contida no título: *Consumer behavior*;
- 2) Tipo de documento: Artigos;
- 3) Idioma/língua: todos;

4) Local da publicação: *International journal of consumer studies*

5) Recorte temporal: 1983 – 2013.

Após a referida filtragem obteve-se um total de trinta artigos os quais serão posteriormente utilizados na revisão de literatura do tipo meta-análise.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após realizar uma filtragem (conforme descrita na metodologia) no banco de dados da *ISI Web of*

Science foram selecionados trinta artigos que abordam o tema "Comportamento do consumidor", os quais apresentam as seguintes características:

3.1 QUANTO À AUTORIA

Dois autores se destacaram, cada um responsável por duas publicações, conforme demonstra o quadro 2.

Autor	Número de publicações	% em relação ao total	Data das publicações	h-index	Número de citações
MCEACHERN MG	02	6,67%	Set/2008 e Mar/2009	2	21
STAMMINGER R	02	6,67%	Mar/2010 e Jan/2013	1	6

Tabela 1: Autores com maior número de publicações

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se observa, Mceachern MG consagra-se na área com 21 citações e *h-index* 2. Cumpre destacar que suas publicações são em parceria com outros autores.

O percentual de participação dos dois autores em relação ao total de artigos analisados é de 6,67% cada um, ou seja, dos 30 artigos considerados no estudo,

os referidos autores respondem por 13,33% deste total.

A tabela 2 demonstra a quantidade de autores por artigo.

Quantidade de autores	Frequência absoluta	Frequência relativa	Acumulado
01	4	13,33%	13,33%
02	13	43,33%	56,66%
03	9	30,00%	86,66%
04 ou mais	4	13,33%	100%

Tabela 2: Quantidade de autores por artigo

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se observa na tabela 2, a maior parte dos artigos analisados possuem 02 autores. Destaque

ainda para os artigos com participação de 03 autores, representando 30% do total.

3.2 QUANTO À ORIGEM DAS PUBLICAÇÕES

A tabela 3 demonstra a origem das publicações, ressaltando que o idioma de todos os artigos é o inglês.

País de origem da publicação	Frequência absoluta
USA	5
Inglaterra	4
Brasil	3
Dinamarca	3
Alemanha	3
França	2
Itália	2
Escócia	2
África do sul	2
Austrália	1
Chile	1
Índia	1
Irlanda	1
Irlanda do norte	1
Portugal	1
Eslovênia	1
Espanha	1
Taiwan	1
Turquia	1

Tabela 3: País de origem das publicações
Fonte: Elaborado pelo autor

Como se observa o somatório da coluna frequência absoluta é superior a trinta, ou seja, maior que o número de artigos considerados na amostra. A explicação para esta ocorrência é que alguns artigos possuem duplicidade de registro quando ao local de sua publicação.

Destaque para as publicações brasileiras, a saber:

Título do artigo	Autores	Ano de publicação	Nº de citações
The antecedents of complaint behaviour for Brazilian and French consumers of services	de Matos, Celso Augusto; Leis, Rodrigo Pinto	2013	0
Investigating the gap between citizens' sustainability attitudes and food purchasing behaviour: empirical evidence from Brazilian pork consumers	de Barcellos, Marcia Dutra; Krystallis, Athanasios; de Melo Saab, Maria Stela; et al.	2011	3
Consumer behaviour of Brazilian primary school students: findings from focus group interviews	Rataichesk Fiates, Giovanna Medeiros; de Mello Castanho Amboni, Renata Dias; Teixeira, Evanilda	2008	2

Quadro 2: Publicação brasileira
Fonte – Elaborado pelo autor

Observa-se que a publicação de origem brasileira tem relevância considerável no contexto científico ao qual se insere, em especial os artigos de Barcelo et al.

(2011) e Rataichesk et al. (2008) os quais contam com cinco citações no total.

3.3 QUANTO AO ANO DE PUBLICAÇÃO

Ano de publicação	Frequência absoluta	Frequência relativa	Acumulado
2013	05	16,66%	16,66%
2012	04	13,33%	30,00%
2011	04	13,33%	43,32%
2010	04	13,33%	56,65%
2009	07	23,33%	80,00%
2008	06	20,00%	100,00%

Tabela 4: Ano de publicação dos artigos

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se observa na tabela 4, as publicações nos anos de 2008 e 2009 totalizam mais de 43% do total. Destaque para o ano de 2009 com 07 publicações. Outro ponto interessante a se considerar é o fato de que as publicações na área são relativamente recentes, haja vista que a mais antiga possui apenas 05 anos.

A figura 3 traz um gráfico extraído da base de dados da *ISI Web of Science* que demonstra o volume de publicações nos últimos 20 anos, recorte temporal do estudo em tela.



Figura 3: Publicações nos últimos 20 anos.
Fonte: Extraída da base de dados da ISI Web of Science.

Importante ressaltar que, embora os anos de 2008 e 2009 figurem como períodos com uma maior ocorrência de publicações, o mesmo não pode ser afirmado em relação à produção dos artigos, haja vista que os mesmos são submetidos a longos processos de análise e posteriormente a uma rigorosa revisão é que efetivamente são publicados. Em geral, percebe-se que o prazo médio entre a produção de um artigo e sua respectiva publicação é de aproximadamente 02 anos.

3.4 QUANTO AO VOLUME DE CITAÇÕES



Figura 4: Citações dos artigos nos últimos 20 anos.
Fonte: Extraída da base de dados da ISI Web of Science.

Observa-se que a maioria das citações ocorreu no período compreendido entre 2011 e 2012. Outra informação relevante mostra que os artigos receberam, no total, 85 citações, uma média de 2,83 por artigo.

A figura 5 apresenta os cinco artigos com maior número de citações no período de 2010 a 2013.

		2010	2011	2012	2013	2014	Total	Média de citações por ano
Use as caixas de seleção para remover itens individuais deste relatório de citações ou para restringir a itens publicados entre 1983 e 2013		10	24	31	18	0	85	17,00
<input type="checkbox"/>	1. Título: The conscious consumer: taking a flexible approach to ethical behaviour Autor(es): Szmigin, Isabelle; Carrigan, Marylyn; McEachern, Morven G. Fonte: INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES Volume: 33 Edição: 2 Páginas: 224-231 DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00750.x Publicado: MAR 2009	2	6	4	4	0	16	3,20
<input type="checkbox"/>	2. Título: Organic and local food consumer behaviour: Alphabet Theory Autor(es): Zepeda, Lydia; Deal, David Fonte: INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES Volume: 33 Edição: 6 Páginas: 697-705 DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00814.x Publicado: NOV 2009	0	4	5	5	0	14	2,80
<input type="checkbox"/>	3. Título: An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours Autor(es): Pepper, Miriam; Jackson, Tim; Uzzell, David Fonte: INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES Volume: 33 Edição: 2 Páginas: 126-136 DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00753.x Publicado: MAR 2009	3	2	5	1	0	11	2,20
<input type="checkbox"/>	4. Título: Consumer values, the theory of planned behaviour and online grocery shopping Autor(es): Hansen, Torben Fonte: INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES Volume: 32 Edição: 2 Páginas: 128-137 DOI: 10.1111/j.1470-6431.2007.00655.x Publicado: MAR 2008	2	3	5	0	0	11	1,83
<input type="checkbox"/>	5. Título: Do consumers act in a sustainable way using their refrigerator? The influence of consumer real life behaviour on the energy consumption of cooling appliances Autor(es): Geppert, Jasmin; Stamminger, Rainer Fonte: INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES Volume: 34 Edição: 2 Páginas: 219-227 DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00837.x Publicado: MAR 2010	0	4	2	0	0	6	1,50

Figura 5: Cinco artigos com maior número de citações.
Fonte: Extraída da base de dados da ISI Web of Science.

Destaque para o artigo de McEachern et al.(2009), intitulado *"The conscious consumer: taking a flexible approach to ethical behaviour"* com 16 citações no total. E ainda para o artigo de Deal et al. (2009) intitulado *"Organic and local food consumer behaviour: Alphabet Theory"* com 14 citações.

3.5 QUANTO AO DOMÍNIO DE PESQUISA E ÁREAS DE PESQUISA

A amostra de artigos considerada neste estudo está inserida no domínio das ciências sociais e na área de pesquisa correspondente a negócios econômicos.

3.6 QUANTO À CATEGORIZAÇÃO DOS ARTIGOS (PALAVRAS RECORRENTES)

Com auxílio do *software* Atlas ti., obteve-se os seguintes resultados no que tange a mensuração das palavras mais recorrentes no corpo dos artigos:

Palavras	Frequência absoluta	Palavras	Frequência absoluta
consumers	64	products	13
behaviour	56	ethical	12
consumer	47	interaction	12
study	35	behaviours	11
consumption	21	conscious	11
food	21	countries	11

Palavras	Frequência absoluta	Palavras	Frequência absoluta
product	21	participants	11
model	20	sustainable	11
results	20	analysis	10
information	19	attitude	10
research	16	dishwashing	10
buying	15	energy	10
significant	15	impulse	10
data	14	influence	10
purchasing	14	paper	10
attitudes	13	purchase	10
health	13	retail	10
production	13	shopping	10

Tabela 5: Palavras mais recorrentes nos artigos
Fonte: Extraído do software ATLAS TI.

Observa-se que as palavras mais recorrentes na amostragem de artigos considerados pelo estudo são: *consumers*, *behavior*, *consumer* e *Study*, com 64, 56, 47 e 35 ocorrências respectivamente.

Destaque para a palavra *food* com 21 ocorrências, corroborando outra constatação por parte do autor, a de que boa parte dos artigos selecionados faz referência à subárea "marketing de alimentos".

3.7 QUANTO AOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS

Após leitura dos artigos obteve-se um conjunto de informações sobre os procedimentos metodológicos adotados. As tabelas 5, 6 e 7 demonstram os resultados.

Observa-se que a maioria dos estudos abordou o problema de pesquisa através do método quantitativo.

Abordagem do problema	Quantitativa	Qualitativa	Mista
Número de artigos	23	04	03

Tabela 5: Categorização dos artigos quanto à abordagem do problema
Fonte: Elaborado pelo autor com base na leitura dos artigos

Tipo de pesquisa	Exploratória	Descritiva
Número de artigos	26	04

Tabela 6: Categorização dos artigos quanto ao tipo de pesquisa
Fonte: Elaborado pelo autor com base na leitura dos artigos

Procedimento técnico	Pesquisa bibliográfica	Levantamento	Estudo de caso	Pesquisa participante
Número de artigos	06	15	07	02

Tabela 7: Categorização dos artigos quanto ao procedimento técnico adotado
Fonte: Elaborado pelo autor com base na leitura dos artigos

A tabela 5 demonstra que os estudos exploratórios foram largamente utilizados na metodologia dos artigos que compõem a amostra.

Como se observa na tabela 7, os procedimentos técnicos adotados pelos artigos da amostra são heterogêneos, com destaque para os estudos do tipo levantamento.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção científica da atualidade tem sido influenciada pela obsessão acadêmica em se produzir conhecimento em escala, ou seja, prioriza-se a quantidade do que é produzido, e nem sempre a qualidade destas pesquisas. Neste contexto, o levantamento bibliográfico por meta-análise deste estudo objetivou investigar uma amostra de trinta artigos – selecionados por critérios pré-definidos – apontando algumas de suas principais características.

Os resultados demonstraram que a produção científica sobre o tema "*Consumer behavior*" apresenta um maior número de publicações em anos recentes; que autores como McEachern e Stamminger se destacam no meio pela quantidade e qualidade de suas publicações, em especial pelo expressivo número de citações que receberam nos últimos anos; que os Estados Unidos lideram o *ranking* de países com maior número de artigos publicados e que as pesquisas quantitativas do tipo exploratórias figuram como as mais comuns quando o objetivo do pesquisador é compreender o comportamento do consumidor.

Importante ressaltar que o presente estudo não teve o intento de esgotar o assunto acerca do tema proposto, desta forma, estudos complementares em muito contribuiriam para a geração de novos conhecimentos ou ainda aperfeiçoar os já produzidos pela pesquisa em tela.

REFERÊNCIAS

BERKHOLZ, P.; KOBERSKY, V.; STAMMINGER, R. *Comparative analysis of global consumer behaviour in the context of different manual dishwashing methods*. *International Journal of Consumer Studies*, v. 37, n. 1, p. 46-58, Jan 2013. ISSN 1470-6423. Disponível em: <Go to ISI>://WOS:000313692200007 >.

BIANCHI, C.; BIRTWISTLE, G. *Consumer clothing disposal behaviour: a comparative study*. *International Journal of Consumer Studies*, v. 36, n. 3, p. 335-341, May 2012. ISSN 1470-6423. Disponível em: <Go to ISI>://WOS:000302398200010 >.

BOTELHO, L. L. R. ; CUNHA, C. C. A.; MACEDO M. *O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais*. *Gestão e Sociedade*, v. 5, n. 11, pp. 121-136, 2011.

BUCKLEY, J.; TUAMA, S. O. *'I send the wife to the doctor' - Men's behaviour as health consumers*. *International Journal of Consumer Studies*, v. 34, n. 5, p. 587-595, Sep 2010. ISSN 1470-6423. Disponível em: <Go to ISI>://WOS:000281064000014>.

Cook, D.J.; Mulrow, C.D.; Haynes, R.B. *Systematic reviews: synthesis of best evidence for clinical decisions*. *Annals of Internal Medicine*, v.126, n.5, pp.376-380, 1997.

CRUTSINGER, C.; KNIGHT, D.; KIM, H. *Teens' consumer interaction styles: the impact of assertive and aggressive behaviour on attitudes towards marketing practices*. *International Journal of Consumer Studies*, v. 34, n. 2, p. 196-203, Mar 2010. ISSN 1470-6423. Disponível em: <Go to ISI>://WOS:000280337100013 >.

DE BARCELLOS, M. D. et al. *Investigating the gap between citizens' sustainability attitudes and food purchasing behaviour: empirical evidence from Brazilian pork consumers*. *International Journal of Consumer Studies*, v. 35, n. 4, p. 391-402, Jul 2011. ISSN 1470-6423. Disponível em: <Go to ISI>://WOS:000292426800003 >.

- DE MATOS, C. A.; LEIS, R. P. *The antecedents of complaint behaviour for Brazilian and French consumers of services*. International Journal of Consumer Studies, v. 37, n. 3, p. 327-336, May 2013. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000317860200012 >.
- DO PACO, A. et al. *Development of a green consumer behaviour model*. International Journal of Consumer Studies, v. 37, n. 4, p. 414-421, Jul 2013. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000320613300010 >.
- ENGEL, J.; BLACKWELL, R.; MINIARD, P. *Comportamento do Consumidor*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 2000.
- EVANS, D.; PEARSON, A. *Systematic reviews: gatekeepers of nursing knowledge*. Journal of Clinical Nursing, Oxford, v. 10, n. 5, p. 593-599, Sep. 2001.
- GEPPERT, J.; STAMMINGER, R. *Do consumers act in a sustainable way using their refrigerator? The influence of consumer real life behaviour on the energy consumption of cooling appliances*. International Journal of Consumer Studies, v. 34, n. 2, p. 219-227, Mar 2010. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280337100016 >.
- Gil, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIL, A. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- Gil, A. *Como elaborar projetos de pesquisa*. Atlas: São Paulo, 2007.
- GLASS, G. V. *Primary, secondary, and meta-analysis of research*. Educational Researcher, Thousand Oaks, v. 5, p. 3-8, Oct. 1976.
- GREEN, J.; BRITTEN, N. *Qualitative research and evidence based medicine*. British Medical Journal, London, v. 316, n. 7139, p. 1230-1232, Apr. 1998.
- GREENHALGH, T. *Papers that summarize other papers (systematic review and meta-analyses)*. British Medical Journal, London, v. 315, n. 7109, p. 672-675, Sep. 1997.
- HANSEN, T. *Consumer values, the theory of planned behaviour and online grocery shopping*. International Journal of Consumer Studies, v. 32, n. 2, p. 128-137, Mar 2008. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000207985200004 >.
- HERVE, C.; MULLET, E. *Age and factors influencing consumer behaviour*. International Journal of Consumer Studies, v. 33, n. 3, p. 302-308, May 2009. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280336000009 >.
- HOLOPAINEN, A.; HAKULINEN-VIITANEN, T.; TOSSAVAINEN, K. *Systematic review--a method for nursing research*. Nurse researcher, 16(1):72-83, 2008.
- JACOBS, B.; DE KLERK, H. M. *Online apparel shopping behaviour of South African professional women: the role of consumers' apparel shopping scripts*. International Journal of Consumer Studies, v. 34, n. 3, p. 255-264, May 2010. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280337500001 >.
- KEMPEN, E. et al. *An exploration of the influence of food labels on South African consumers' purchasing behaviour*. International Journal of Consumer Studies, v. 35, n. 1, p. 69-78, Jan 2011. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000285881400009 >.
- KIM, J.; LEE, H.-H. *Consumer product search and purchase behaviour using various retail channels: the role of perceived retail usefulness*. International Journal of Consumer Studies, v. 32, n. 6, p. 619-627, Nov 2008. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000207985800008 >.
- LIAO, S.-L.; SHEN, Y.-C.; CHU, C.-H. *The effects of sales promotion strategy, product appeal and consumer traits on reminder impulse buying behaviour*. International Journal of Consumer Studies, v. 33, n. 3, p. 274-284, May 2009. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280336000006 >.
- MARIANO, A. M. ; CRUZ, R. G. ; GAITÁN, J. A. *Meta Análises Como Instrumento de Pesquisa: Uma Revisão Sistemática da Bibliografia Aplicada ao Estudo das Alianças Estratégicas Internacionais..* In: Congresso Internacional de Administração - Inovação Colaborativa e Competitividade, 2011, Ponta Grossa. Anais do ADMPG 2011. Ponta Grossa: Estúdio texto, 2011.
- MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EPU, 1974.
- MCEACHERN, M. G.; WARNABY, G. *Exploring the relationship between consumer knowledge and purchase behaviour of value-based labels*. International Journal of Consumer Studies, v. 32, n. 5, p. 414-426, Sep 2008. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000207985700003 >.
- MENEZES, F. R. ; ALBINO, A. A. ; ALMEIDA, M. I. S. ; SILVA, F. C. . *Responsabilidade Social Corporativa: uma meta-análise de periódicos nacionais e eventos da ANPAD*. In: VIII Simpósio de Excelência em Gestão

e Tecnologia, 2011, Resende. Responsabilidade Social e Ambiental. Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2011.

MITRY, D. J.; SMITH, D. E. *Convergence in global markets and consumer behaviour*. International Journal of Consumer Studies, v. 33, n. 3, p. 316-321, May 2009. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280336000011 >.

MOSER, R.; RAFFAELLI, R. *Consumer preferences for sustainable production methods in apple purchasing behaviour: a non-hypothetical choice experiment*. International Journal of Consumer Studies, v. 36, n. 2, p. 141-148, Mar 2012. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000300681700004 >.

PALIWAL, P. *Consumer behaviour towards alternative energy products: a study*. International Journal of Consumer Studies, v. 36, n. 2, p. 238-243, Mar 2012. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000300681700015 >.

PAPAIKONOMOU, E. *Sustainable lifestyles in an urban context: towards a holistic understanding of ethical consumer behaviours. Empirical evidence from Catalonia, Spain*. International Journal of Consumer Studies, v. 37, n. 2, p. 181-188, Mar 2013. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000314751300009 >.

PEPPER, M.; JACKSON, T.; UZZELL, D. *An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours*. International Journal of Consumer Studies, v. 33, n. 2, p. 126-136, Mar 2009. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280230900003 >.

POTTS, M.; NELSON, R. *Understanding the effect of stigmatization on food consumer knowledge, perception and behaviour in Northern Ireland*. International Journal of Consumer Studies, v. 32, n. 4, p. 366-373, Jul 2008. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000207985500010 >.

PULINA, M. *Consumer behaviour in the credit card market: a banking case study*. International Journal of Consumer Studies, v. 35, n. 1, p. 86-94, Jan 2011. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000285881400011 >.

RATAICHESCK FIATES, G. M.; DE MELLO CASTANHO AMBONI, R. D.; TEIXEIRA, E. *Consumer behaviour of Brazilian primary school students: findings from focus group interviews*. International Journal of Consumer Studies, v. 32, n. 2, p. 157-162, Mar 2008. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000207985200007 >.

REN, J. et al. *Chinese dietary culture influences consumers' intention to use imported soy-based dietary supplements: an application of the theory of planned behaviour*. International Journal of Consumer Studies, v. 35, n. 6, p. 661-669, Nov 2011. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000296446100010 >.

RITCH, E.; BRENNAN, C.; MACLEOD, C. *Plastic bag politics: modifying consumer behaviour for sustainable development*. International Journal of Consumer Studies, v. 33, n. 2, p. 168-174, Mar 2009. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280230900008 >.

RUMRILL, P. D.; FITZGERALD, S. M.; MERCHANT, W. R. *Using scoping literature reviews as a means of understanding and interpreting existing literature*. Work: A Journal of Prevention, Assessment and Rehabilitation, v.35, n.3, pp. 399-404, 2010.

SANS, P.; DE FONTGUYON, G.; GIRAUD, G. *Value-based labels for fresh beef: an overview of French consumer behaviour in a BSE crises context*. International Journal of Consumer Studies, v. 32, n. 5, p. 407-413, Sep 2008. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000207985700002 >.

SERRALVO, S. A.; IGNÁCIO C. P. *O processo de escolha de marcas no mercado de produtos alimentícios*. In: XXIX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 17, 2005, Brasília. Anais... Brasília: ANPAD, 2005.

SEVIM, N.; TEMIZEL, F.; SAYILIR, O. *The effects of financial literacy on the borrowing behaviour of Turkish financial consumers*. International Journal of Consumer Studies, v. 36, n. 5, p. 573-579, Sep 2012. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000307886500011 >.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. *Comportamento do cliente. Indo além do comportamento do consumidor*. Tradução de Lenita M. R. Esteves. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

SOLOMON, Michael R. *Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. Tradução de Lene Belon Ribeiro. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, M. T.; SILVA, M. D.; CARVALHO, R. *Revisão integrativa: o que é e como fazer*. Einstein, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102-106, jan./mar. 2010.

SZMIGIN, I.; CARRIGAN, M.; MCEACHERN, M. G. *The conscious consumer: taking a flexible approach to ethical behaviour*. International Journal of Consumer Studies, v. 33, n. 2, p. 224-231, Mar 2009. ISSN 1470-

6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280230900015 >.

TONELLI, M. J. *et al. Produção acadêmica em recursos humanos no Brasil: 1991-2000. Revista de Administração de Empresas*, v. 43, n. 1, 2003.

VERGARA, S. *Métodos de pesquisa em administração*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

WHITTEMORE, R. *Combining evidence in nursing research: methods and implications*. *Nursing Research*, Baltimore, v. 54, n. 1, p. 56-62, Jan./Feb. 2005.

WHITTEMORE, R. *Combining evidence in nursing research: methods and implications*. *Nursing Research*, Baltimore, v. 54, n. 1, p. 56-62, Jan./Feb. 2005.

WHITTEMORE, R.; KNAFL, K. *The integrative review: updated methodology*. *Journal of Advanced Nursing*, Oxford, v. 52, n. 5, p. 546-553, Dec. 2005.

ZABKAR, V.; HOSTA, M. *Willingness to act and environmentally conscious consumer behaviour: can prosocial status perceptions help overcome the gap?* *International Journal of Consumer Studies*, v. 37, n. 3, p. 257-264, May 2013. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000317860200003 >.

ZEPEDA, L.; DEAL, D. *Organic and local food consumer behaviour: Alphabet Theory*. *International Journal of Consumer Studies*, v. 33, n. 6, p. 697-705, Nov 2009. ISSN 1470-6423. Disponível em: < <Go to ISI>://WOS:000280336600010 >.