

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino,  
Pesquisa e Extensão - SIEPE



**FATORES DETERMINANTES NA DECISÃO DE COMPRAS ENTRE LOJAS FÍSICAS E ONLINE:  
UM ESTUDO COM ACADEMICOS DE CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE  
DO OESTE DE SANTA CATARINA**

Pesquisador(es): OLIVEIRA, Roberto Antonio Alves de; SAVARIS, Milena; FARIAS, Thauana da Luz Vailatti

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc),  
Curso de Ciências Contábeis

Área: Área das Ciências Sociais

**Introdução:** O presente estudo se justifica pelo crescimento elevado das lojas online.

**Objetivo:** Com o objetivo de identificar o que motiva a decisão de compra do consumidor online, levando em conta os benefícios que o comércio eletrônico lhes oferece, pois este traz uma promessa de compra aliada a rapidez, inovação, economia e conforto ao consumidor final. **Método:** Uma pesquisa básica com amostragem intencional e abordagem qualitativa com os alunos do curso de Ciências Contábeis e Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina, os dados obtidos foram coletados através do Google Forms e tabulados em MS Excel, em que se utilizou do recurso de porcentagem e expostos em gráficos e tabelas. Os pontos a serem considerados para aplicação do questionário de pesquisa foram: fatores de estímulos de compra, verificar se o consumidor busca conhecer o local de compra e quais meios utiliza, com que frequência realiza compras pela internet, quais as características observadas na escolha dos sites e/ou meio de compras e o que faz aderir pela escolha entre lojas virtuais ou lojas físicas. **Resultados:** Os resultados obtidos reforçam estudos anteriormente realizados, demonstrando que os fatores determinantes no processo de decisão de compra entre loja física e virtual são: preço, economia de tempo, comodidade, variedades e opções, os produtos mais adquiridos através do comércio eletrônico são eletrônicos e vestuários e as transações são realizadas principalmente por cartão de crédito. **Conclusão:** Concluiu-se que o comércio tradicional ainda é uma boa opção de compra e os entrevistados

# II CIRCUITO REGIONAL

## DE PESQUISA, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

### Megatendências, Perspectivas e Desafios na Formação Profissional

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



acreditam que nunca deixará de existir, porém o comércio eletrônico traz grandes vantagens e está em constante crescimento. Esta pesquisa auxiliara futuros estudos sobre o comportamento do consumidor virtual para as empresas que optam por este tipo de comércio.

**Palavras-chave:** Comércio eletrônico. Loja física e loja virtual. Hábito de compra

**E-mails:** roberto.oliveira@unoesc.edu.br

