

## OS FATORES QUE INFLUENCIAM NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DO RAMO AUTOMOBILÍSTICO

Orientador: SILVEIRA, Plínio Antônio

Pesquisadora: MOURA, Franciele de

Curso: Administração

Área de conhecimento: Área das Ciências Sociais e Aplicadas

Esta pesquisa se constitui na realização de um estudo exploratório sobre os fatores que influenciam no comportamento de compra dos consumidores em relação às suas escolhas no ramo automobilístico. Entender o comportamento de compra, as necessidades e expectativas que os clientes possuem são de suma importância para as empresas que buscam melhorar o seu poder competitivo. O objetivo foi analisar os fatores que influenciam o comportamento de compra dos consumidores em relação às suas escolhas no ramo automobilístico. A fundamentação teórica aborda conceitos sobre comportamento do consumidor, processos decisórios do consumidor e influências externas no consumo. A pesquisa caracterizou-se como exploratória e quantitativa com análise estatística dos dados, que proporcionou o cruzamento de dados, avaliações e posterior conclusão do trabalho. No resultado da pesquisa, constatou-se o perfil dos entrevistados que possuem interesse em adquirir um automóvel e os fatores que influenciam os clientes quando adquirem um automóvel. Os principais atributos citados pelos entrevistados que norteiam a decisão de compra foram a qualidade do produto e o preço. O preço mostra a importância do fator econômico na decisão e a qualidade traz a preocupação dos clientes em levar para casa um produto que não represente uma frustração ou gastos posteriores. O desejo, a necessidade e o *status* somam 95% dos fatores que levam os entrevistados a comprarem ou trocarem de carro. Ainda, 85% dos entrevistados compraram seu veículo a prazo, a porcentagem é considerada alta, por falta de planejamento que pode levar ao endividamento da família. O comportamento do consumidor está diretamente ligado às mudanças impostas pela sociedade em que vive. As necessidades ou desejos, os padrões de gastos são na maioria das vezes ditados pelo que está se vivendo no momento. O resultado da pesquisa proporcionou informações para as empresas sobre o comportamento de compra dos seus clientes, os fatores que influenciam na decisão de compra e as mudanças impostas pelo mercado.

Palavras-chave: Comportamento. Consumidor. Automóveis. Compra.

plinio.silveira@unoesc.edu.br

francieledemoura@hotmail.com