

UMA INVESTIGAÇÃO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA ESCOLHA POR AUTOMÓVEIS

XXVIII Encontro de Iniciação à Docência

Vitoria Cavalcante Braga, Eveline Barbosa Silva Carvalho

O mercado de automóveis no Brasil é relevante nacionalmente e internacionalmente, o país está entre os dez maiores produtores e consumidores, além de um setor altamente lucrativo. O Brasil tem um amplo mercado consumidor, conhecer o comportamento na hora da comprar é importante para traçar estratégias de mercado, como desconto, aumento de preço ou aumento da fatia de market share. O objetivo deste trabalho é investigar as preferências do consumidor de carros hatchback, conhecido como carro popular, e sedan. Para isso, foi realizada pesquisa documental em fontes secundárias, as informações captadas foram essenciais para apresentar a sensibilidade do consumidor, pelos preços e quantidades vendidas em 40 modelos de automóveis. Após isso foram calculados a elasticidade preço da demanda e a demanda cruzada, com dados disponibilizados pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) e duas Revistas especializadas em carros. Os resultados mostraram que os hatchback são mais elásticos que os sedans, quais são modelos são substitutos entre si - como no caso do Onix e do Ford KA - e que o preço é motor de substituição nos modelos hatchback, pois quando há variação dele os consumidores tendem a procurar substitutos próximos, mas não é só principal fator nos modelos sedans, conforto, potência, marca são outros fatores para a troca, formando um conjunto de atributos que pesam na hora da substituição do modelo.

Palavras-chave: Elasticidade. Preferência do Consumidor. Economia Comportamental.. Automóveis.