



ESTUDO DO PERFIL DE DEMANDA DOS CONSUMIDORES DE AUTOMÓVEIS DA CIDADE DE MANHUAÇU/MG.

Felipe Alves da Silva Barbosa¹, Isac Jonatas Brandão², Jeane de Fátima Cunha Brandão³

¹ Graduado em Ciências Contábeis, Unifacig, felipe_10barbosa@hotmail.com

² Mestre em Economia Aplicada, Unifacig, isacbrand@yahoo.com.br

³ Doutora em Ambiente, UEMG, jeanefcunha@yahoo.com.br

Resumo: O desejo dos brasileiros em adquirir um veículo é cada vez maior, devido a benefícios como comodidade e facilidade de locomoção. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo conhecer o perfil dos consumidores de automóveis da cidade de Manhuaçu-MG. A metodologia utilizada para elaboração do trabalho foi descritiva, por levantamento e quantitativa. Para conhecer o perfil dos consumidores foram aplicados 100 questionários, por amostragem, sendo 45 para o sexo feminino e 55 para o masculino. O principal fator que influenciou a demanda e preferência dos consumidores de Manhuaçu, MG por automóveis foi o preço. A principal forma de pagamento citada pelos entrevistados foi uma entrada no ato da compra e a parte restante financiada. Verificou-se uma preferência por veículos seminovos. No geral, os entrevistados preferiram veículos da montadora Volkswagen. Dentre os carros populares, destacou-se o Gol. O conhecimento do perfil dos consumidores é importante para as empresas, pois assim podem atender melhor aos anseios dos mesmos e garantir, ao mesmo tempo, maiores lucros, pois farão vendas mais direcionadas.

Palavras-chave: Veículos; Comportamento; Consumidores; Demanda.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, os consumidores do ramo automotivo procuram atributos como comodidade, conforto, potência, segurança, economia e tecnologia em seu veículo de consumo ou bem de desejo. Assim sendo, as indústrias automotivas têm buscado compreender as necessidades e o perfil de seus consumidores e maneiras de desenvolver veículos cada vez mais tecnológicos, seguros, confortáveis, para atender esse público exigente. Porém, o preço é relativamente alto, uma vez que os impostos sobre esse ramo são muito elevados.

O desejo dos brasileiros em adquirir seu próprio veículo vem crescendo. Segundo Reis (2014) “com o aumento da frota, o Brasil já tem um automóvel para cada 4,4 habitantes. Há dez anos, a proporção era de um automóvel para cada 7,4 habitantes”. Para aumentar as vendas, muitas empresas criam formas mais atrativas de oferecer seus produtos, como melhoria no atendimento, propagandas que destacam as tecnologias inovadoras e facilidades de financiamento. Cobra (1997) afirma que “conquistar e manter um bom relacionamento com o cliente é um dos segredos para encontrar o sucesso nas vendas”.

Segundo Passos e Nogami (2005) é importante observar que a demanda de um bem é influenciada por vários fatores, tais como preço, renda do consumidor e preferência. Quanto menor o preço maior será a demanda, salvo algumas exceções como os bens de *Giffen*. A renda se relaciona positivamente com a demanda, quando se considera os bens normais, ou seja, um aumento na renda provoca um aumento na demanda dos mesmos. Outro fator importante é o gosto e preferência do consumidor, que tem relação com a idade, sexo, tradições e culturas. Dessa forma, a preferência do consumidor também influencia de forma direta a sua demanda.

Ainda, de acordo com o autor supracitado, existem dois lados no mercado. No lado da demanda estão os compradores, e no lado da oferta estão os vendedores que ofertam os bens e serviços. Quando essas duas forças chegarem ao equilíbrio, encontra-se o preço e a quantidade de equilíbrio de mercado, ou seja, o preço e a quantidade do produto que satisfazem tanto aos consumidores quanto aos produtores.

Nesse sentido, conhecer o perfil de demanda e preferência dos consumidores por determinado bem é um diferencial no mercado. No ramo automobilístico não é diferente, sendo importante investigar os fatores que influenciam a demanda do consumidor. Dessa forma, compreender como as variáveis: preço, renda, formas de financiamento, custo de manutenção, potência, consumo, conforto, designer,

tecnologia, cor, espaço interno, montadoras preferidas e modelos preferidos influenciam na escolha dos compradores permitirá que os vendedores ofereçam veículos mais próximos das necessidades dos consumidores.

A partir do que foi discutido, chegou-se ao seguinte questionamento: quais são os principais fatores que influenciam a demanda e preferência dos consumidores de Manhuaçu, MG por automóveis? Para responder a este questionamento, o objetivo da pesquisa foi conhecer o perfil dos consumidores de automóveis da cidade de Manhuaçu-MG.

2 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi descritiva. Segundo Gil (2008) esse tipo de pesquisa tem como objetivo principal a apresentação das características de determinada população ou fenômeno, sendo assim, o pesquisador faz o uso de entrevistas, questionários, por exemplo, para a coleta dos dados.

Quanto ao procedimento de coleta de dados, a pesquisa foi por levantamento. “Pesquisas desse tipo caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo de pessoas” (GIL, 2008).

Quanto à abordagem, a pesquisa foi quantitativa. Fonseca (2002) considera que os resultados obtidos com a pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Isto ocorre porque esse tipo de pesquisa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno como também as relações entre variáveis.

Para conhecer o perfil dos consumidores de automóveis de Manhuaçu foram aplicados 100 questionários, por amostragem. A amostra foi estratificada por sexo. Para tanto, aplicaram-se 45 questionários para o sexo feminino e 55 para o masculino. O tipo de amostragem utilizada foi a não-probabilística, por conveniência (STEVENSON, 1981). A pesquisa foi realizada no segundo semestre de 2018.

O questionário foi composto por 15 questões, nele foram analisados os fatores que os consumidores levam em consideração ao adquirir um veículo: renda, valores que estavam dispostos a pagar pelo veículo, formas de pagamento, trocas, marcas e modelos de preferência, potência, espaço interno, cor, câmbio e tipos de bancos.

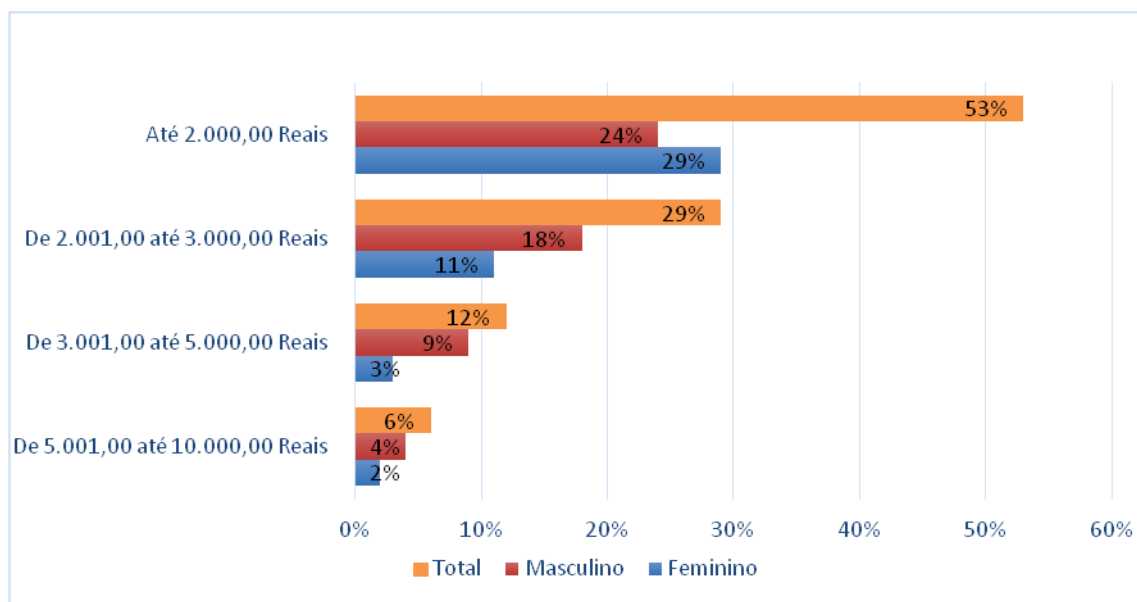
3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados apresentados retratam o perfil de demanda de automóveis dos consumidores da cidade de Manhuaçu/MG. A maior parte dos entrevistados (70%) está entre as faixas etárias de 18 a 35 anos, sendo que 55,7% são do sexo masculino e 44,3% do feminino.

Do total de entrevistados, 63% possuem automóveis e 37% ainda não têm. Dos que possuem, 37 pessoas são do sexo masculino e 26 do sexo feminino. Daqueles que não possuem automóvel, 18 pessoas são do sexo masculino e 19 do sexo feminino. Isso mostra a desigualdade entre os sexos.

A maior parte dos pesquisados (82%) possuem renda de até R\$ 3.000,00. Mas, é importante destacar que dos entrevistados que ganham até R\$ 2.000,00, 29 são mulheres e 24 são homens. Com isso nota-se que a maioria dos consumidores questionados (53%) possui uma renda média baixa, ou seja, ganhos aproximados a dois salários mínimos. Nas outras faixas de salário, a mulher tem menor representatividade, comparando-se com os homens (Figura 1).

Figura 1 - Renda mensal dos entrevistados



Fonte: dados da pesquisa (2018).

Com o uso de uma escala variável de prioridade, os entrevistados foram convidados a enumerar, em nível de prioridade, os fatores que os influenciam no momento de aquisição de um automóvel. Para grande parte dos entrevistados (83%), o preço foi considerado “grande prioridade”, tanto para o sexo masculino (48%) como feminino (35%). Em seguida, destacaram-se os fatores conforto, economia e facilidade de financiamento, que foram considerados muito importantes na decisão do consumidor para ambos os sexos. Destaca-se o fato de que a potência do veículo não é um fator de grande prioridade para a maioria dos entrevistados (Tabela 1).

Tabela 01 – Fatores que influenciam no momento de aquisição de um automóvel e os níveis de prioridade. GP= grande prioridade; MP=Média prioridade, PP= Pouca prioridade; NP=Nenhuma prioridade. T= total; M= masculino; F=feminino.

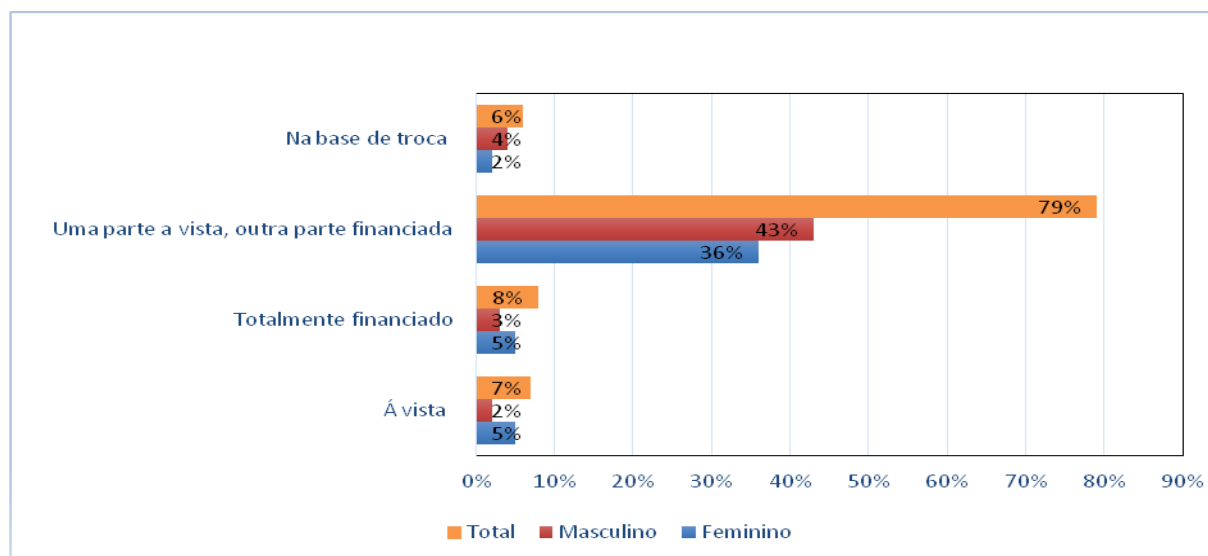
Fatores	GP			MP			PP			NP		
	T %	M %	F %	T %	M %	F %	T %	M %	F %	T %	M %	F %
Preço	83	48	35	11	6	5	4	1	3	2	0	2
Facilidade de Financiamento	74	46	28	18	7	11	6	2	4	2	0	2
Custo de Manutenção	38	29	9	46	21	25	11	4	7	5	1	4
Potência	23	17	6	39	26	13	26	9	17	12	3	9
Economia	77	42	35	17	11	6	6	2	4	0	0	0
Conforto	78	47	31	17	7	10	5	1	4	0	0	0
Designer	47	26	21	31	21	10	14	6	8	8	2	6
Tecnologia	64	37	27	29	16	13	7	2	5	0	0	0

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Sobre o valor que pagariam por um automóvel, considerando a renda de cada um, 82% dos entrevistados responderam que teriam condições de adquirir veículos entre R\$30.000,00 e R\$50.000,00. De forma mais detalhada, os resultados mostram que 38% comprariam veículos de até R\$30.000,00, sendo 16 homens e 22 mulheres. 18% comprariam veículos com valores entre R\$30.000,00 e R\$40.000,00, sendo 11 homens e 7 mulheres, e 26% comprariam veículos com valores entre R\$40.000,00 e R\$50.000,00, sendo 16 homens e 10 mulheres.

Foi questionado sobre a forma de pagamento ao adquirir um automóvel. A maioria dos entrevistados, tanto do sexo feminino como masculino responderam que a melhor forma é pagar uma parte a vista e a outra financiada (Figura 2).

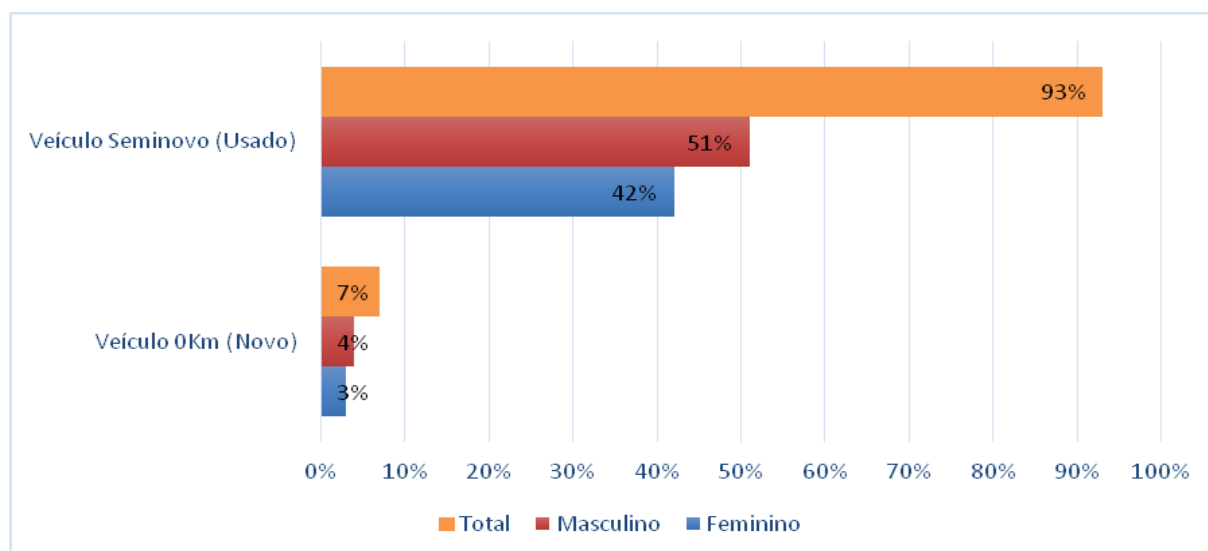
Figura 2 – Formas de Pagamento na aquisição de um automóvel



Fonte: dados da pesquisa (2018).

No momento de adquirir o seu primeiro automóvel ou trocá-lo, a maioria dos consumidores opta por veículos seminovos, o que pode estar relacionado com o elevado preço no mercado brasileiro dos carros zero, bem como o alto custo de documentação de um veículo novo, custos com seguro, financiamento, entre outras variáveis (Figura 3).

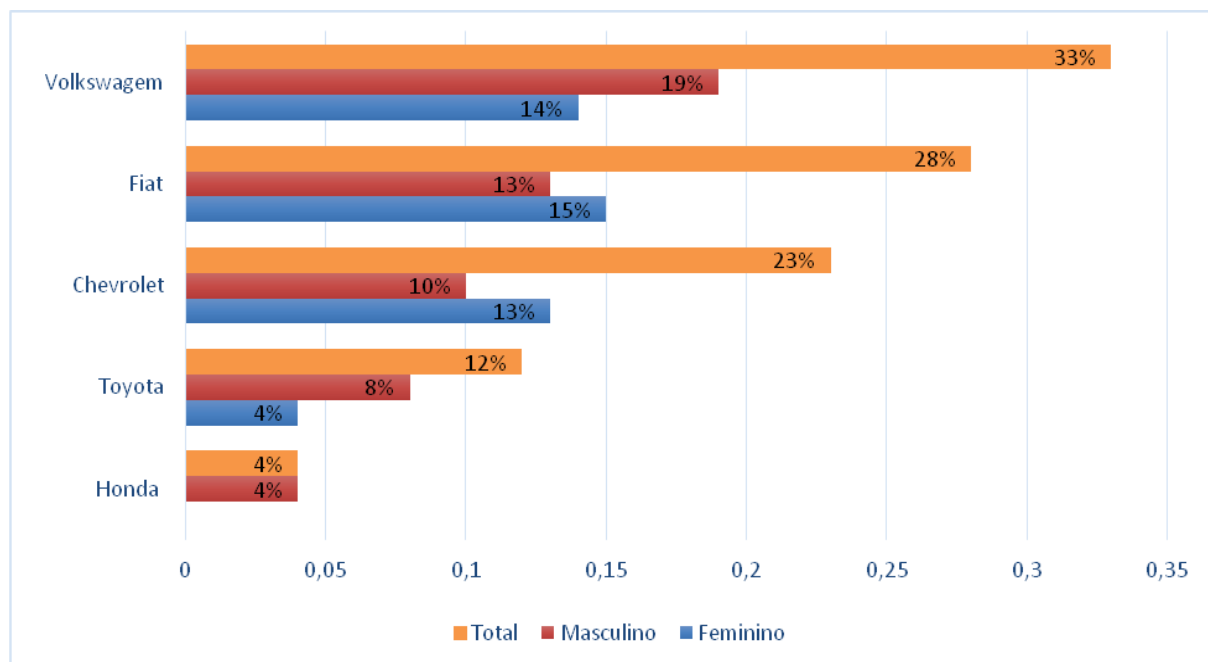
Figura 3 – Preferência por veículos no momento de adquirir ou trocar



Fonte: dados da pesquisa (2018).

Foram identificados os modelos que os consumidores preferem no momento de adquirir seu veículo, considerando sua renda e as marcas mais vendidas em 2017. Percebeu-se que a maioria dos entrevistados preferiu veículos da montadora Volkswagen, seguido de Fiat e Chevrolet. A Volkswagen teve maior preferência entre os homens e a Fiat foi a marca preferida pelas mulheres (Figura 4). Observou-se, no geral, uma preferência por veículos populares o que pode estar relacionado com o preço dos mesmos e a renda dos entrevistados, pois os custos dispensados para aquisição e manutenção são menores.

Figura 4 – Preferência por marcas no momento de aquisição



Fonte: dados da pesquisa (2018).

Considerando a marca de automóvel que os entrevistados escolheram (Figura 4), foi questionado se tinham preferência por algum modelo, 67% dos entrevistados disseram que sim. Destes, 42 pessoas são homens e 25 são mulheres. Dos 33% que não tem nenhuma preferência, 13 consumidores são homens e 20 são mulheres.

Dos entrevistados 11% apontaram o carro Gol como modelo de preferência, destes, 5% eram homens e 6% mulheres. Outro modelo mencionado por 8% dos entrevistados foi o carro da montadora Toyota (o Corolla) sendo que 6% dos homens e 2% das mulheres o citaram. Isso pode estar relacionado com o fato de que esses 8% não se preocupam com o preço e economia, mais preferem carros confortáveis e potentes.

Os carros preferidos pelas mulheres foram em primeiro lugar o Gol com 6% e em seguida o Palio com 3% de preferência. Com 2% ficaram os seguintes modelos: Celta, Classic, Ônix, Siena, Saveiro e Corrolla. O Fato da maioria das mulheres preferirem o Gol e Palio pode estar relacionado ao fato de que muitas mulheres optam por carros compactos, econômicos e com menor custo de manutenção. (Tabela 2).

Quanto aos homens, houve maior distribuição de preferência entre os modelos. O carro preferido foi o Corolla com 6%, seguido por Gol e Palio com 5% cada e em terceiro lugar o Saveiro e a Strada com 4% cada. Pode-se sugerir que a importância dos dois últimos veículos (Picapes médias ou compactas) deve-se ao fato de que Manhuaçu é uma cidade cuja economia depende muito do café, e o grande número de propriedades rurais existentes pode explicar a dependência desse tipo de veículo que se adapta muito bem ao trajeto do campo para cidade, além disso, esse tipo de carro é muito usado no transporte dos insumos utilizados na lavoura. (Tabela 2).

Consiglio (2018) destacou que o gol foi o 5º colocado como o veículo mais vendido no primeiro semestre de 2018, vendendo 32.512 unidades em todo Brasil. Em contrapartida, nessa pesquisa, o modelo Gol obteve maior destaque, pois ele foi o carro preferido pelos entrevistados na cidade de Manhuaçu/MG (Tabela 2).

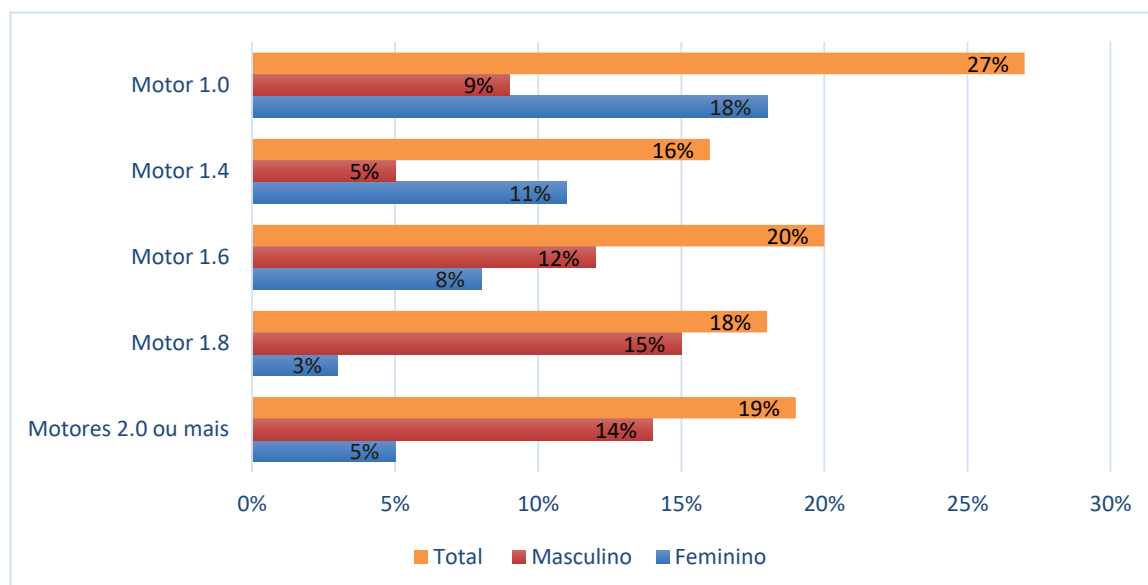
Tabela 02 – Preferência por modelos de veículos

Montadora	Modelo	Masculino	Feminino	Total
Chevrolet	Celta	1%	2%	3%
Chevrolet	Classic	2%	2%	4%
Chevrolet	Prisma	3%	1%	4%
Chevrolet	Ônix	2%	2%	4%
Fiat	Palio	5%	3%	8%
Fiat	Strada	4%	0%	4%
Fiat	Siena	2%	2%	4%
Fiat	Uno	2%	1%	3%
Volkswagen	Gol	5%	6%	11%
Volkswagen	Golf	2%	1%	3%
Volkswagen	Voyage	1%	1%	2%
Volkswagen	Jetta	1%	0%	1%
Volkswagen	Saveiro	4%	2%	6%
Volkswagen	Polo	1%	0%	1%
Toyota	Corolla	6%	2%	8%
Honda	Civic	1%	0%	1%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

No que diz respeito a preferência dos consumidores em termos de potência dos motores, verificou-se que a maior parte das mulheres preferem os motores com menor potência (1.0 e 1.4) e a grande parte dos homens possuem atração pelos de maior potência (acima de 1.6). Isso leva a inferir que muitas mulheres não se preocupam muito com carros velozes e motores potentes, além disso, os carros de menor potência, normalmente, possuem um preço mais acessível (Figura 5).

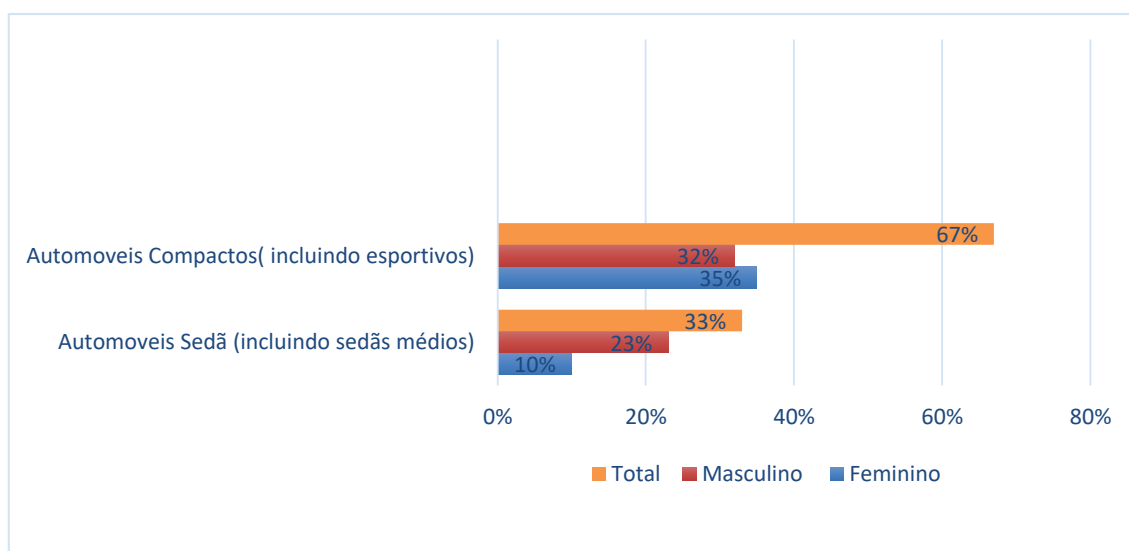
Figura 5 – Preferência por motores por parte dos consumidores



Fonte: dados da pesquisa (2018).

No que se refere a espaço interno, 67% dos entrevistados preferem veículos compactos, destes 32 são homens e 35 mulheres. Os modelos sedã são a opção do restante dos entrevistados, destes apenas 10% das mulheres (Figura 6).

Figura 6 – Opção dos consumidores por espaço interno

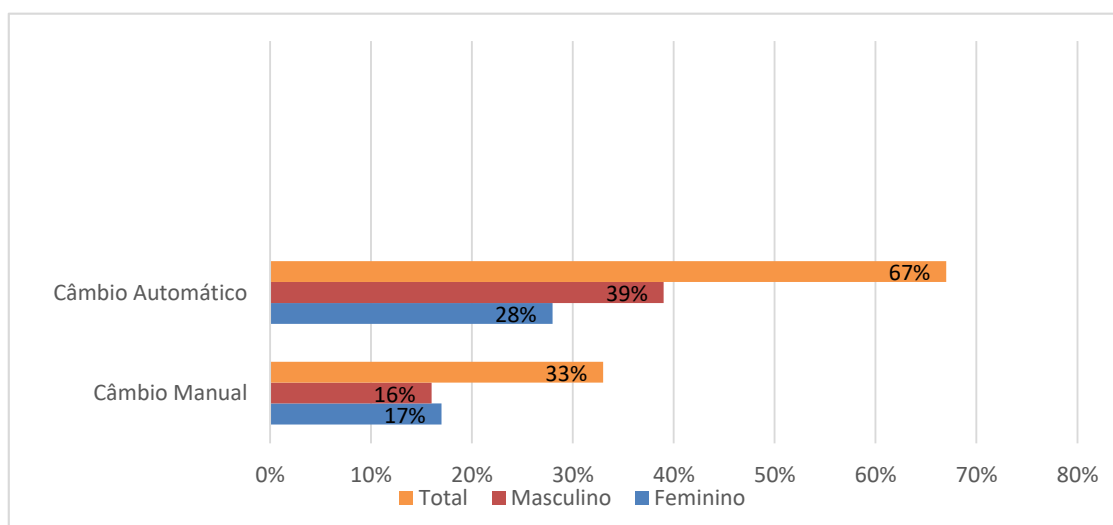


Fonte: dados da pesquisa (2018).

Foi perguntado se a cor influencia no momento de escolha do veículo. A maior parte dos consumidores (58%) se sente influenciados. Os consumidores citaram as cores prata (19%), sendo a opção de 11 homens e 8 das mulheres; branca (18%), sendo a preferência de 12 homens e 6 mulheres; preto (12%); cinza (6%) e vermelho (3%). Esses resultados corroboram com os de Enoshita (2018), que discorre sobre o conservadorismo dos consumidores dos países sul-americanos quando o assunto é a cor do carro, preferindo cores tradicionais como: o branco, seguido por prata, preto, cinza e vermelho, ao invés de cores exóticas.

Conforme o Figura 7, a maioria dos consumidores de automóveis entrevistados optou por carros com câmbio automático, entre eles, 39% são homens e 28% são mulheres. Já 33% preferem carros com câmbio manual, sendo que 16% são homens e 17% são mulheres. Infere-se que a preferência por câmbio manual ocorre entre os consumidores de menor renda.

Figura 7 – Opção dos consumidores por câmbios automotivos



Fonte: dados da pesquisa (2018).

E por fim, foi perguntado sobre a preferência dos consumidores no que tange aos bancos dos veículos. A maioria dos consumidores (67%) preferem bancos de couro e os 33% restantes optaram por bancos de tecido. Isto pode estar relacionado ao fato de que o banco de couro é mais resistente, fácil de limpar, confortável e mais valorizado no momento da revenda.

4 CONCLUSÃO

O principal fator que influencia na demanda e preferência dos consumidores de Manhuaçu, MG por automóveis é o preço, seguido dos fatores, conforto, economia e facilidade de financiamento. Isso pode estar diretamente relacionado com a renda dos entrevistados, pois a maioria ganha salários de até R\$ 3.000,00.

A principal forma de pagamento citada pelos entrevistados foi uma entrada à vista e parte financiada. Eles têm preferência por veículos seminovos, pois tem um preço mais acessível. Mas, na compra de seminovos há riscos. Por isso, deve ser observado o estado geral de conservação do veículo, destacando a verificação de atributos como a pintura, a lataria, os estofados, o câmbio e o motor.

No geral, os entrevistados preferiram veículos da montadora Volkswagen, seguido de Fiat e Chevrolet.

O automóvel Gol foi o preferido dos entrevistados, seguido pelo Palio e o Corolla ambos na segunda posição e em terceiro o Saveiro. Esses resultados não corroboram aqueles apresentados na preferência nacional para o primeiro semestre de 2018 que apresentou, em primeiro lugar, o Onix, seguido do Hyundai HB20 e na terceira posição o Ford Ka. Esses resultados mostram que a cidade de Manhuaçu/MG possui uma diferença em relação ao perfil de demanda nacional. Dois pontos mostraram-se importantes, considerando o ranking nacional, no primeiro semestre de 2018. O primeiro foi que, no município, o Gol obteve maior preferência, contrariando a sua posição no ranking nacional, que ocupou a 5ª posição. O carro preferido dos brasileiros, nesse ranking, foi o Onix. Outro ponto que merece destaque foi que o Corolla alcançou a segunda posição, no município. Mas, de acordo com o ranking nacional, o HB20 foi o que apareceu na segunda posição.

O conhecimento do perfil dos consumidores é importante para as empresas, pois assim podem atender melhor aos anseios dos mesmos e garantir, ao mesmo tempo, maiores lucros, pois farão vendas mais direcionadas. Além disso, as empresas devem estar atentas para atendê-los de forma eficiente e ágil.

Esta pesquisa poderá ser ampliada para outras cidades, bem como outros segmentos de mercado, para entender melhor o comportamento do consumidor, suas exigências, necessidades e desejos, a fim de atendê-lo melhor e promover um crescimento tanto organizacional, quanto comercial e financeiro. Além disso, conhecer o perfil de demanda desses consumidores proporcionará uma oferta mais direcionada as exigências dos consumidores da região reduzindo estoques de veículos que não tem boa saída.

5 REFERÊNCIAS

COBRA, M. H. N. **Marketing básico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CONSIGLIO, T. **Top 50: os carros mais vendidos no primeiro semestre de 2018**.

Disponível em: <https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2018/07/top-50-os-carros-mais-vendidos-no-primeiro-semester-de-2018.html>. Acesso em 03 nov. 2018.

ENOSHITA, E. **Pesquisa aponta as cores de carro preferidas no mundo em 2017**. Disponível em: <https://motorshow.com.br/pesquisa-aponta-as-cores-de-carro-preferidas-no-mundo-em-2017/>. Acesso em 08 nov. 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. 2002, disponível em:

http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/lapnex/arquivos/files/Apostila_-_METODOLOGIA_DA_PESQUISA%281%29.pdf. Acesso em: 06 out. 2018

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

PASSOS, C. R. M.; NOGAMI, O. **Princípios de economia**. 5ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

REIS, T. **Com aumento da frota, país tem 1 automóvel para cada 4 habitantes**. 2014. Disponível em:

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2014/03/com-aumento-da-frota-pais-tem-1-automovel-para-cada-4-habitantes.html>. Acesso em: 15 set. 2018.

STEVENSON, W. J. **Estatística Aplicada a Administração**. São Paulo: Editora Harbra. 1981.