



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

A interferência das variáveis econômicas na decisão dos consumidores dos sites da China

AUTOR PRINCIPAL: Laura Mallmann Andreis

CO-AUTORES: Sara Vanin Giasson, Kássia Raquel Link, Gabriela Ferreira

ORIENTADOR: Ms. Amanda Guareschi

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO

Este estudo tem como tema principal analisar de que forma as variáveis econômicas interferem na decisão do consumidor ao comprar de sites da China. Para tanto, foi aplicado um questionário na região sul do Brasil, para pessoas entre 17 e 48 anos que tem por hábito a compra pela internet em sites da China, estes determinados através das redes sociais. Com base nos dados da pesquisa, existem muitas variáveis que podem influenciar nas decisões do consumidor, entre as analisadas estão: a taxa do dólar e a renda dos entrevistados, que é um fator relevante sobre as compras. Entre os respondentes que desembolsam até US\$ 50,00 em produtos da China, 48% apresenta renda de até 2 salários mínimos, já os que realizam compras entre US\$ 51,00 E US\$ 100,00 possuem renda entre 2 e 4 salários mínimos.

DESENVOLVIMENTO:

No quesito renda pessoal líquida, obteve-se um resultado onde 41% dos respondentes possuem uma renda entre 0 e 2 salários mínimos e 42% possuem uma renda entre 2 e 4 salários mínimos. Pode-se concluir que grande parte dos compradores por meio de sites da China compreende uma renda

mensal líquida de até R\$ 2.896,00, entre os entrevistados que desembolsam até US\$ 50,00 em produtos da China, 48% apresenta renda de até 2 salários mínimos, já os que realizam compras entre US\$ 51,00 E US\$ 100,00 possuem renda entre 2 e 4 salários mínimos.

Para 29% dos consumidores o preço do dólar não influencia na decisão de compra, porém para 22% deles o preço do dólar influencia na decisão de compra. O dólar desvalorizado não é o motivo pelo qual 49% dos consumidores compram da China, todavia 5% dos consumidores só compram da China se o dólar estiver desvalorizado.

Realizando um cruzamento de informações sobre as variáveis econômicas taxa do dólar versus renda, percebe-se que 33% dos consumidores com renda líquida de até 2 salários mínimos consideram que quando o dólar está desfavorável é um bom momento para efetuar compras da China. Para 30% dos consumidores que possuem uma renda entre 2 e 4 salários mínimos, o dólar a um menor preço é indiferente à percepção de um bom momento para efetuar compras da China.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O presente estudo indica que a variável renda bruta interfere no valor da compra. Os consumidores com maior renda bruta compram produtos de maior valor. Outra variável em estudo é o aumento da taxa cambial, que não possui muito peso na decisão dos consumidores, pois a maioria dos entrevistados não leva em consideração para tomada de decisão no ato da compra.

REFERÊNCIAS

BOTELHO, G. K. N., Gomes, E. O., & Silva, H. M. R. (2011). *E-commerce: análise do hábito de compra de jovens universitários em lojas virtuais em relação ao composto de marketing*. Anais do 4th Encontro Científico de Administração, Economia e Contabilidade. Ponta Porã, Brasil.

Disponível em <http://periodicos.uems.br/novo/index.php/ecaeco/article/viewFile/1347/743>

(Acesso em 14 de novembro 2014). BARBETTA, Pedro Alberto. *Estatística aplicada às ciências sociais*. 5ª edição. Florianópolis: Editora da UFSC.

VASCONCELLOS, Marco Antonio S. e GARCIA, Manuel Enriquez. *Fundamentos da Economia*. 3ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

Gil, A. C. Estudo de caso, São Paulo: Atlas, 2009.

LINK, Kássia Raquel. **Políticas econômicas e o comportamento do consumidor em compras por intermédio de sites da china**. 2014. 40 f. Trabalho de conclusão de curso (Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis, Passo Fundo, UPF, 2014.