

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO DE AUTOMÓVEIS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE DOIS VEÍCULOS VOLTADA AO QUESITO SEGURANÇA

Nathan Nunes de Oliveira (UDESC) nathannunesdeoliveira@gmail.com

Valdésio Benevenuto (UDESC) valdesio.benevenuto@udesc.br

Resumo: A aquisição de um automóvel pelo consumidor brasileiro deveria ser pautada em grande planejamento e estudo sobre as opções disponíveis no mercado, vista a importância e valor de tal bem. Contudo, percebe-se que dentre os três veículos mais vendidos de 2017, dois são destaques negativos em segurança automotiva, obtendo péssimo desempenho (nota mínima) no teste de colisão realizado pelo Latin NCAP. A partir disso, questiona-se o porque de carros com baixa qualidade em proteção veicular serem os líderes de vendas no mercado brasileiro, enquanto outras opções de mesmo valor e categoria, mas com qualidade em segurança muito superior, são menos preferidos pelos consumidores. Com isso, o estudo tem o objetivo geral de comprovar, analisar e compreender o comportamento do consumidor brasileiro ao dar pouca relevância para o quesito segurança no processo decisório de aquisição de um automóvel. Para isso, foi realizada uma pesquisa comparativa com proprietários de dois automóveis "chave" de mesma categoria e preço vendidos no Brasil. Um deles entrega baixa proteção aos seus ocupantes e mesmo assim é o líder de vendas, enquanto o outro é apenas o 21º mais vendido no ranking geral, porém, possui nota máxima no teste de colisão. Esta pesquisa, respondida por 200 proprietários (100 de cada veículo), buscava entender as razões que os levaram a comprar o seu automóvel e o conhecimento de cada proprietário sobre segurança automotiva. Com a análise dos resultados da pesquisa foi possível chegar a conclusões a respeito do perfil e características do comportamento do consumidor dos dois automóveis comercializados no Brasil.

Palavras - chave: Automóveis, comportamento do consumidor, segurança automotiva.

1. Introdução

Os automóveis são máquinas extremamente complexas, sendo compostos por centenas de componentes que visam atender as necessidades do seu potencial consumidor, e ao mesmo tempo se manterem competitivos em relação aos seus concorrentes.

Com relação a segurança automotiva, os acidentes de trânsito são umas das principais causas de morte no Brasil. De acordo com o relatório intitulado *Global Status Report on Road Safety* (2015) da OMS (Organização Mundial da Saúde), o Brasil é o quinto país com mais mortes no trânsito na história, ficando atrás apenas de Índia, China, EUA e Rússia. Dados do Seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre (DPVAT) demonstram que, em 2017, o número de vítimas fatais de acidentes de trânsito no Brasil foi de 41.151, enquanto que no ano anterior esse número foi de 33.547, observando-se uma alta de 23% de um ano para o outro.

A partir desses dados, se percebe a importância que a engenharia estrutural automotiva tem para tornar os automóveis mais seguros para seus ocupantes. Ao longo do tempo, muitos equipamentos de segurança foram criados e implementados aos automóveis novos, como o cinto de segurança, apoios de cabeça, airbags, freios ABS, isofix, controle de tração e estabilidade, entre tantos outros mais tecnológicos que estão ganhando cada vez mais espaço nos novos automóveis.

De acordo com dados da FENABRAVE (2017), o ranking dos três automóveis mais vendidos de 2017 foi composto por Chevrolet Onix em primeiro lugar, com 188.654 emplacamentos, Hyundai HB20 em segundo lugar, com 105.539 emplacamentos, e Ford Ka (hatch) em terceiro lugar, com 94.893 emplacamentos acumulados. Esses três automóveis corresponderam a quase 18% do total de vendas de veículos leves do país em 2017. Porém, dentre esses três modelos, dois deles são destaques negativos quando se fala em segurança automotiva.

Em 2017, dois dos três modelos campeões de vendas participaram do teste de colisão realizado pelo Latin NCAP - Programa de Avaliação de Carros Novos para América Latina e o Caribe - que é considerado um teste de excelência em avaliação da segurança automotiva. O Latin NCAP faz uso de métodos de ensaio reconhecidos internacionalmente e qualifica entre 0 e 5 estrelas a proteção oferecida pelos veículos testados, tanto para ocupantes adultos como para ocupante criança. Os veículos testados foram Chevrolet Onix e Ford Ka, e ambos

ganharam zero estrelas para a proteção dos ocupantes adultos e três estrelas para o ocupante criança. Este é um resultado péssimo, pois comprova a fragilidade e deficiência desses carros em oferecer proteção aos seus ocupantes.

A partir disso, surge o seguinte questionamento: por que o consumidor brasileiro não prioriza o fator segurança no processo decisório de aquisição de um automóvel?

Este estudo tem o objetivo geral de comprovar, analisar e compreender o comportamento do consumidor brasileiro ao dar pouca relevância para o quesito segurança no processo decisório de aquisição de um automóvel.

Para tanto, os objetivos específicos são:

- Comparar, por meio de fichas técnicas, “modelos chave” de automóveis que apresentam contrastes entre vendas e desempenho em segurança;
- Avaliar, por meio de uma pesquisa com os proprietários dos automóveis em estudo, os principais atributos e características no processo de compra desse automóvel e o seu conhecimento a respeito da segurança automotiva;
- Analisar as informações obtidas nas fichas técnicas, nas respostas das pesquisas e com o referencial teórico, e buscar compreender as razões pelas quais o consumidor brasileiro não prioriza o fator segurança na aquisição de um automóvel.

2. Fundamentação teórica

2.1. Comportamento do consumidor

Segundo Kotler (2000), o ponto de partida para conhecer e satisfazer as necessidades dos clientes alvos é buscar compreender o comportamento do consumidor e estudar como as pessoas, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam produtos e serviços.

Sabe-se que os fatores que exercem influências no comportamento do consumidor são a cultura, a etnia, a classe social, a família e outros grupos (BLACKWELL, MINIARD e ENGEL, 2013).

2.2. Processo decisório de compra do consumidor

O processo de decisão de compra pelo consumidor é discutido por vários estudiosos do marketing e da psicologia, no entanto, para o presente estudo de referencial teórico serão

apresentados e esclarecidos os processos de tomadas de decisão do consumidor defendidos por Blackwell, Miniard e Engel em seu livro intitulado "Comportamento do Consumidor", na sua edição mais recente, de 2013, por realizarem uma abordagem mais ampla e complexa do diagnóstico do comportamento do consumidor. Sendo assim, dividem o processo de tomada de decisão de compra em 7 estágios: reconhecimento da necessidade, busca de informações, avaliação de alternativas pré-compra, a compra em si, consumo, avaliação pós-consumo e o descarte.

2.3. O consumidor de automóveis

Os automóveis são produtos com menor frequência de compra e maior valor financeiro, portanto, tendem a ter um processo de decisão de compra mais complexo do que a maioria dos outros produtos. Nascimento, Mainarde e Laurett (2015) identificaram 50 atributos de decisão de compra que foram agrupados em 11 fatores que influenciam na decisão de compra dos consumidores de automóveis: benefícios, marca, imagem, aparência, opcionais, custo-benefício, custos com o automóvel, concessionária, tamanho do carro, necessidade da família e outros. Nessa mesma pesquisa constatou-se que os consumidores de automóveis novos tendem a valorizar mais os fatores "marca" e "benefícios".

Grohmann, Battistella e Schoedler (2012) desenvolveram uma classificação por duas funções na identificação dos atributos de escolha de automóveis: a função instrumental e a função expressiva. Na função instrumental, os benefícios de um objeto são as suas qualidades intrínsecas, ou seja, se relacionando aos atributos tangíveis. Já na função expressiva, o objeto retrata a necessidade de auto-expressão, autoconsciência, aceitação social e afetivo, se referindo aos atributos intangíveis. Na pesquisa foram identificados 20 atributos comumente utilizados em pesquisas sobre comportamento de compra de usuários de automóveis e após análise fatorial os mesmos foram agrupados em 7 fatores classificados com o mesmo tipo de função. O fator que teve maior percentual de relevância na decisão de compra foi o fator 1, composto basicamente pelos atributos "itens de conforto" e "espaço interno".

2.4. Itens de segurança automotiva

Existem dois tipos de sistemas de proteção aos ocupantes do veículo: os sistemas de segurança ativa e os de segurança passiva.

Os sistemas de segurança ativa são os responsáveis por evitar acidentes. Os mais comuns são os freios ABS e controles de tração e de estabilidade.

Os sistemas de segurança passiva são os que protegem os ocupantes quando o acidente é inevitável. Dentre eles estão os airbags, cintos de segurança de três pontos, apoios de cabeça nos bancos dianteiros e traseiros e sistema de fixação isofix.

2.5. Teste de colisão Latin NCAP

O Programa de Avaliação de Carros Novos para América Latina e o Caribe (Latin NCAP) é uma associação independente de avaliação que realiza testes de colisão com veículos novos vendidos na América Latina e no Caribe, desde 2010. O programa é parceiro de outros equivalentes que realizam os mesmos testes em outros continentes, como o Euro NCAP, US NCAP e o Asean NCAP, e todos fazem parte do Global NCAP. Todas as informações apresentadas nesse item foram obtidas no próprio site do Latin NCAP (2018). O programa realiza frequentemente testes de colisão padronizados e confere notas a cada modelo de automóvel testado nos quesitos segurança para adultos e segurança para crianças de um ano e meio a três anos. As notas variam de zero a cinco estrelas, sendo zero para o carro que oferecer uma proteção bastante precária, e cinco para a proteção considerada boa. Além dos extremos, também podem receber quatro estrelas quando a proteção for adequada, três estrelas para o veículo que oferecer uma segurança marginal, duas estrelas para uma proteção fraca e uma estrela para uma proteção crítica.

3. Metodologia

A pesquisa foi realizada tendo os seguintes procedimentos:

1. Levantamento de referencial teórico para embasar e nortear o trabalho, fornecendo conhecimentos a respeito do comportamento do consumidor, mercado automotivo, comportamento de compra de automóveis, os principais itens de segurança veicular, e os testes de colisão reconhecidos internacionalmente;
2. Apresentação de fichas técnicas dos automóveis Chevrolet Onix e Vw Up!, que são "modelos chave" para o estudo. Por meio delas, serão comparadas as características de ambos, como preço, motorização, dimensões, itens de segurança, enfim, tudo o que um potencial comprador poderia saber para tomar sua decisão de compra;

3. Realização de uma pesquisa do tipo Survey com os proprietários dos automóveis Chevrolet Onix e Vw Up!, com o objetivo de obter dados a respeito dos atributos que consideram mais importantes para sua escolha na aquisição de um carro e o seu conhecimento sobre segurança automotiva. A pesquisa foi realizada por meio de questionários online respondidos por 200 proprietários dos veículos, sendo 100 do Chevrolet Onix e 100 do VW Up!.

4. Apresentação, análise e discussão dos resultados

4.1. Apresentação e análise comparativa da ficha técnica dos automóveis

Primeiramente será apresentado o Quadro 1, onde é feita uma comparação entre as principais características dos dois automóveis analisados no presente trabalho.

Quadro 1 - Ficha técnica comparativa entre Chevrolet Onix e Volkswagen Up!

Itens da Ficha Técnica	Chevrolet Onix LT 1.0 2018	Volkswagen Up! Move 1.0 2018
Características:		
Procedência	Nacional	Nacional
Configuração	Hatch compacto	Hatch subcompacto
Portas	4	4
Garantia	3 anos	3 anos
Preço base oficial	R\$48.390,00	R\$51.290,00
Motorização:		
Cilindros	4 em linha	3 em linha
Comando de válvulas	Simple no cabeçote, correia dentada	Duplo no cabeçote, correia dentada
Válvulas por cilindro	2	4
Cilindrada	999 cm ³	999 cm ³
Combustível	Flex	Flex
Potência máxima	80 cv (álcool) 78 cv (gasolina) a 6400 rpm	82 cv (álcool) 75 cv (gasolina) a 6250 rpm
Torque máximo	9,8 kgfm (álcool) 9,5 kgfm (gasolina) a 5200 rpm	10,4 kgfm (álcool) 9,7 kgfm (gasolina) a 3000 rpm
Câmbio	Manual de 6 marchas	Manual de 5 marchas
Suspensão:		
Dianteira	Independente, McPherson	Independente, McPherson
Traseira	Eixo de torção	Eixo de torção
Freios:		
Dianteira	Disco ventilado	Disco ventilado
Traseira	Tambor	Tambor
Direção:		
Assistência	Elétrica	Elétrica

Pneus	185/70 R14	175/70 R14
Dimensões:		
Comprimento	3933 mm	3689 mm
Largura	1705 mm	1645 mm
Altura	1475 mm	1500 mm
Distância entre-eixos	2528 mm	2421 mm
Porta-malas	280 litros	285 litros
Tanque de combustível	54 litros	50 litros
Peso	1034 kg	920 kg
Desempenho:		
Velocidade máxima	167 km/h	163 km/h
Aceleração 0-100 km/h	13,3 segundos	12,6 segundos
Consumo:		
Urbano	8,8 km/l (álcool) 12,9 km/l (gasolina)	9,6 km/l (álcool) 14,2 km/l (gasolina)
Rodoviário	10,5 km/l (álcool) 15,3 km/l (gasolina)	10,6 km/l (álcool) 15,3 km/l (gasolina)
Legendas equipamentos:		
		
Possui	Não Possui	
Equipamentos de conforto:		
Ar-condicionado		
Ar quente		
Banco do motorista com regulagem de altura		
Banco traseiro rebatível		
Ajuste elétrico dos retrovisores		
Computador de bordo		
Direção assistida		
Ajuste do volante em altura		
Controle elétrico dos vidros dianteiros		
Controle elétrico dos vidros traseiros		
Abertura elétrica do porta-malas		
Tomada de 12V		
Rodas de liga leve	Opcional	Opcional
Equipamentos de entretenimento:		
Rádio		
Interface bluetooth		

Conexão USB e entrada auxiliar	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Central multimídia sensível ao toque com câmera de ré	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Volante multifuncional	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Sistema de som	4 alto falantes	4 alto falantes + 2 tweeters
Serviço de concierge	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espelhamento da tela do celular na central multimídia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipamentos de segurança:		
Freios ABS	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Sistema de distribuição de frenagem EBD	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Alerta de frenagem de emergência ESS	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Airbags frontais	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Airbags laterais e/ou demais airbags	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Controle de tração e estabilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alarme antifurto perimétrico	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Alarme antifurto volumétrico	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Cintos de segurança de 3 pontos para todos os ocupantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encosto de cabeça para todos os ocupantes	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ajuste de altura nos encostos de cabeça traseiros	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Travamento central das portas	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Sistema de fixação de cadeira infantil ISOFIX / Top tether	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Limpador e lavador do vidro traseiro	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Desembaçador do vidro traseiro	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Faróis de neblina	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Luzes de neblina com	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

acompanhamento da direção		
Repetidores laterais das luzes de direção	○	●
Sensores de estacionamento traseiro	●	●
Sensores de estacionamento dianteiro	○	○

Fonte: CARROSNWEB (2018a), CARROSNWEB (2018b), CHEVROLET (2018) e VOLSWAGEN (2018)

Todas essas informações estão em livre acesso nos sites das montadoras e outras fichas técnicas e avaliações de sites especializados, proporcionando ao consumidor todo o material necessário para tomar a melhor decisão de compra.

4.2. Apresentação e análise comparativa dos resultados da pesquisa com os consumidores

Inicialmente, serão apresentadas as perguntas referentes ao perfil dos respondentes, incluindo sexo, faixa etária, estado civil, existência de filhos menores de idade, grau de instrução e faixa de renda mensal, conforme Tabela 1.

Tabela 1 - Perfil socioeconômico

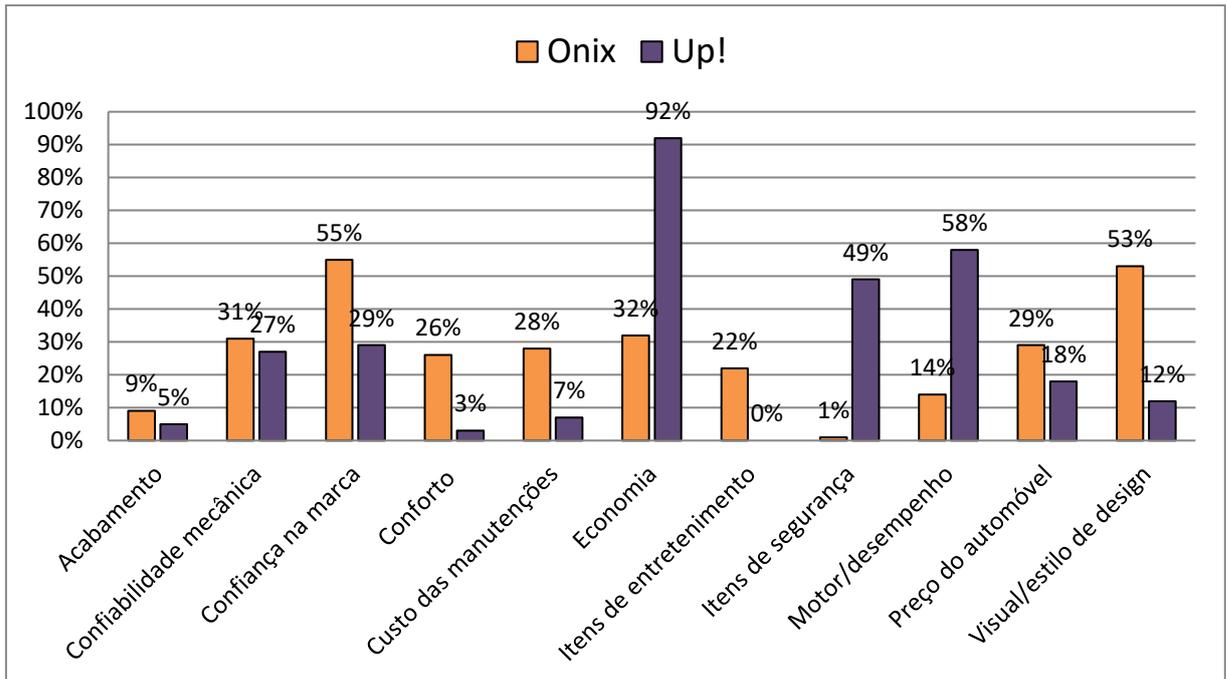
Aspectos	Componentes	Chevrolet Onix (%)	VW Up! (%)
Sexo	Masculino	74 (74%)	84 (84%)
	Feminino	26 (26%)	16 (16%)
Faixa Etária	18 a 25 anos	21 (21%)	17 (17%)
	26 a 35 anos	42 (42%)	44 (44%)
	36 a 45 anos	23 (23%)	23 (23%)
	46 a 55 anos	10 (10%)	12 (12%)
	56 anos ou mais	4 (4%)	4 (4%)
Estado Civil	Solteiro(a)	41 (41%)	46 (46%)
	Casado(a)	54 (54%)	51 (51%)
	Separado(a)/Divorciado(a)	5 (5%)	3 (3%)
Filhos com idade inferior a 18 anos	Sim	31 (31%)	29 (29%)
	Não	69 (69%)	71 (71%)
Grau de Instrução	Nível fundamental incompleto	2 (2%)	0 (0%)
	Nível fundamental completo	4 (4%)	1 (1%)
	Nível médio incompleto	1 (1%)	0 (0%)

	Nível médio completo	21 (21%)	19 (19%)
	Nível superior incompleto	21 (21%)	16 (16%)
	Nível superior completo	28 (28%)	32 (32%)
	Especialização, mestrado ou doutorado incompleto	11 (11%)	17 (17%)
	Especialização, mestrado ou doutorado completo	12 (12%)	15 (15%)
Faixa de renda mensal	Até 999 reais	2 (2%)	2 (2%)
	1.000 a 1.999 reais	11 (11%)	6 (6%)
	2.000 a 2.999 reais	26 (26%)	21 (21%)
	3.000 a 4.999 reais	31 (31%)	22 (22%)
	5.000 a 6.999 reais	14 (14%)	28 (28%)
	7.000 a 9.999 reais	8 (8%)	10 (10%)
	Mais de 10.000 reais	8 (8%)	11 (11%)

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2018)

A partir de agora serão apresentadas as respostas sobre os fatores relacionados à decisão de compra dos dois automóveis os conhecimentos dos respondentes a respeito da segurança automotiva. Na primeira pergunta foi questionado aos proprietários sobre quais seriam os três principais atributos que os motivaram a escolher pelo seu automóvel, sendo este o Onix ou o Up!, para cada caso (Figura 1).

Figura 1 - Os 3 principais atributos que levaram o proprietário a comprar seu Chevrolet Onix / Volkswagen Up!



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2018)

A partir do gráfico comparativo pode-se observar que a grande maioria dos proprietários do Up! apontaram o fator "Economia" como relevante para sua escolha, totalizando 92% dos respondentes. Em seguida, aparecem os atributos "Motor/desempenho" com 58% e "Itens de segurança" com 49%. Já para os proprietários do Onix, o atributo mais lembrado como relevante para sua escolha foi a "Confiância na marca", assinalada por 55% dos respondentes. Em seguida o "Visual/estilo de design" com 53% e a "Economia" com 32% das escolhas. Vale destacar que o fator "Itens de segurança" aparece como o terceiro mais citado pelos proprietários do Up!, com 49% das escolhas, e em contrapartida, foi escolhido por apenas 1% dos proprietários do Onix como relevante para sua decisão.

A segunda pergunta da pesquisa permitiu saber qual a porcentagem de proprietários do Onix e Up! que compraram o carro zero quilômetro ou usado. As respostas revelaram que o percentual de consumidores que compraram o Onix novo é maior, totalizando 76%, comparado ao Up! com 64% de compras zero quilômetro.

A terceira pergunta solicitava se o proprietário realizou *test drive* antes de adquirir o seu veículo. Os resultados obtidos revelaram que 76% dos proprietários do Up! e 59% do Onix realizaram o *test drive*.

Na sequência, foi questionado aos proprietários se eles buscaram informações sobre outros veículos antes de optarem por comprar o seu automóvel (Onix ou Up!). Os resultados obtidos foram positivos com 92% para o Onix e 82% para o Up!.

Na pergunta de número 5, questionou-se aos respondentes quanto tempo faz que eles adquiriram o seu Onix/Up!. As respostas mostram novamente uma clara semelhança entre os proprietários dos dois veículos. Em ambos os casos, a maior parte dos donos possui o carro há menos de um ano, sendo caracterizada como uma aquisição recente.

Na sexta e sétima perguntas, é questionado aos respondentes sobre a existência de airbag duplo (ou mais *airbags*) e freios ABS nos seus automóveis. A maioria dos proprietários do Onix afirmaram possuir tais itens, sendo 94% para airbag duplo e 97% para freios ABS, acertando a resposta, pois, são itens obrigatórios em todos os carros de passeio vendidos no Brasil desde 2014. Entre os proprietários do Up!, 95% afirmaram que o veículo possuía airbag duplo e 93% freios ABS.

A oitava pergunta do questionário questionava se todos os cintos de segurança do automóvel eram de três pontos. Percebe-se considerável dúvida por parte dos respondentes, sendo que 30% dos proprietários do Onix erraram a resposta afirmando que todos os cintos eram de três pontos e 6% não sabiam. De forma semelhante, 24% dos proprietários do Up! também erraram e 7% afirmaram não saber a resposta. Como já esclarecido na ficha técnica comparativa entre os dois modelos, nenhum deles possui cinto de segurança de três pontos para o passageiro central do banco traseiro, sendo este dispositivo apenas abdominal.

Dando sequência, é questionado na pergunta de número 9, se o sistema de fixação de cadeiras infantis Isofix era presente nos automóveis. Ambos os veículos possuem o sistema Isofix para fixação de cadeiras infantis, porém, enquanto a grande maioria dos proprietários do Up! (86%) demonstraram conhecer bem a presença deste importante item de segurança, os proprietários do Onix deram respostas bastante diversificadas, e apenas 29% acertaram.

A décima pergunta questionava sobre a presença de Controle Eletrônico de Tração e Estabilidade nos automóveis dos respondentes. Para esta pergunta, o percentual de respondentes que erraram defendendo possuir tal item foi muito semelhante para os dois automóveis. A maior diferença está para aqueles que disseram não saber, os quais somam 18% para os proprietários do Up! e 30% para os do Onix. Por consequência, o percentual de

proprietários do Up! que acertaram a pergunta afirmando que não possuía o Controle de Tração e Estabilidade é maior (69%) do que os 58% do Onix.

A décima primeira pergunta foi dividida em duas partes. Na primeira, foi pedido aos respondentes se eles sabiam o que é Latin NCAP. Dos proprietários do Up!, 84% afirmaram saber contra 47% dos proprietários do Onix.

A última pergunta do questionário pede de forma mais específica se o respondente sabe se o carro que ele comprou (Onix ou Up!) participou do teste de colisão realizado pelo Latin NCAP. A grande maioria (86%) dos proprietários do Up! sabem que seu carro realizou o teste, porém, de forma relativamente oposta, um número consideravelmente menor de proprietários do Onix (58%) disseram saber do seu teste.

5. Conclusão

Os proprietários dos dois automóveis se assemelham muito com relação ao sexo, faixa etária, estado civil e presença ou não de filhos menores de 18 anos. Para essas quatro primeiras perguntas, o perfil geral comum que pode ser traçado para tais consumidores é de maioria do sexo masculino, com idades entre 26 e 35 anos, com uma divisão bastante igualitária entre casados e solteiros e a maioria sem filhos menores de 18 anos. A partir disso, pode-se afirmar que os dois automóveis possuem compradores com perfis semelhantes. Uma pequena diferença se nota apenas no nível de instrução e no poder aquisitivo, ambos favorecendo para os proprietários do Up!.

O que se observa nas respostas é que os proprietários do Up! possuem um perfil que se importa com a segurança automotiva, sendo que quase a metade deles (49%) considerou os itens segurança como fatores decisivos para a sua escolha. Entretanto, de maneira oposta, os proprietários do Onix desprezaram tal atributo. Das 100 pessoas que responderam, apenas uma optou pela segurança, lembrando que, cada uma poderia assinalar 3 opções. Tal resultado reafirma o perfil pouco preocupado com a segurança automotiva do consumidor do Onix.

Concluindo sobre os perfis, os compradores do Up! são mais racionais nos negócios e pesquisam melhor antes de tomar uma decisão de compra, principalmente de um bem importante e de alto valor como um automóvel. Diferentemente, o que pode se entender dos compradores do Onix é que são pessoas menos instruídas e com menor poder aquisitivo, um

perfil que pesquisa menos e compra por impulso ou pela emoção, dá mais importância para atributos tangíveis e visuais do que para qualidade em construção e a segurança.

Levantar esses dados sobre perfil e conhecimento em segurança dos compradores do Onix e do Up! foi apenas para mostrar como são, de modo geral, a maioria dos consumidores de automóveis no Brasil, visto que, o Onix é o carro mais vendido do país. Portanto, entendendo-se o perfil dos compradores do Onix, se entende, conseqüentemente, o perfil da maioria dos consumidores brasileiros de automóveis. Em 2017 no Brasil o Onix vendeu aproximadamente 5,5 vezes mais do que o Up!, portanto, proporcionalmente pode-se dizer que há aproximadamente 5,5 vezes mais consumidores de automóveis com o perfil do Onix do que com o perfil do Up!.

Referências

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

CARROSNAWEB. **Ficha Técnica - Chevrolet Onix LT 1.0**. Disponível em:

<<https://www.carrosnaweb.com.br/fichadetalhe.asp?codigo=7446>>. Acesso em: 8 ago. 2018.

CARROSNAWEB. **Ficha Técnica - Volkswagen Up! Move 1.0**. Disponível em:

<<https://www.carrosnaweb.com.br/fichadetalhe.asp?codigo=7413>>. Acesso em: 8 ago. 2018.

CHEVROLET DO BRASIL. **Onix LT 1.0 - Monte o seu**. Disponível em:

<<https://www.chevrolet.com.br/carros/onix/preco-monte-o-seu/trim/features/5S48UK>>. Acesso em: 8 ago. 2018.

FEDERAÇÃO NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES - FENABRAVE.

Índices e números - emplacamentos. Disponível em:

<<http://www3.fenabrave.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-e-numeros&idtipo=1&id=725&layout=indices-e-numeros>>. Acesso em: 22 maio 2018.

GROHMANN, M. Z.; BATTISTELLA, L. F.; SCHOEDLER, A. R. **Atributos importantes para o consumidor de automóveis**: classificação em função instrumental ou expressiva. Revista de Administração FACES, Belo Horizonte, v.12, n. 1, p. 67 – 86, jan./mar.2012.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10 ed. São Paulo: Pearson - Prentice Hall, 2000.

LATIN NCAP. **Resultados**. Disponível em: <<https://www.latinncap.com/po/resultados>>. Acesso em: 22 maio 2018.

NASCIMENTO, H. X.; MAINARDES, E. W.; LAURETT, R. **Atributos determinantes de decisão de compra do consumidor de automóveis**. Anais do Encontro Nacional de Pós Graduação da ANPAD- EnANPAD, Belo Horizonte, 2015.

VOLKSWAGEN. **Move Up! 1.0 - Seus equipamentos de série.** Disponível em:

<[https://www.vw.com.br/app/configurador/vw-br/pt/up!/30301/37402/move-](https://www.vw.com.br/app/configurador/vw-br/pt/up!/30301/37402/move-up!/6A63K4/2019/1/F14%20B4B4/F56%20%20%20%20%20CH/+?page=options)

[up!/6A63K4/2019/1/F14%20B4B4/F56%20%20%20%20%20CH/+?page=options](https://www.vw.com.br/app/configurador/vw-br/pt/up!/30301/37402/move-up!/6A63K4/2019/1/F14%20B4B4/F56%20%20%20%20%20CH/+?page=options)>. Acesso em: 8 ago. 2018.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Global status report on road safety 2015.** Disponível em:

<http://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2015/en/>. Acesso em: 06 jun. 2018.