

A RELAÇÃO ENTRE OS VALORES E ESTILOS DE VIDA E A PREFERÊNCIA POR ATRIBUTOS DOS VEÍCULOS: um estudo com clientes da fácilvel veículos

Andrei Horn¹

Gustavo Behling²

RESUMO

O presente estudo foi elaborado com o objetivo de verificar a relação entre os valores e estilo de vida dos clientes da Fácilvel Veículos e a importância dada aos atributos dos veículos no momento da decisão de compra. A pesquisa de caráter quantitativo contou com a participação de 140 respondentes. Inicialmente, foi levantado o perfil demográfico dos clientes da empresa. Verificou-se que majoritariamente os clientes possuem idade entre 40 e 49 anos, são casados ou estão em uma união estável, possuem renda familiar em torno de R\$ 4.427,36. Descobriu-se também que a escolaridade da maioria dos entrevistados é o ensino médio completo, e em sua maioria (44,29%) atuam profissionalmente como funcionários de empresa privada. Juntamente ao questionário para identificação do perfil foi aplicado o instrumento VALS-2, que possibilitou a classificação dos clientes de acordo com o seus valores e estilos de vida em oito diferentes segmentos. Identificou-se que a maior parte dos clientes da Fácilvel Veículos enquadra-se no segmento de lutadores (22,86%), seguido pelos inovadores (17,86%) e pensadores (14,29%). Esses três segmentos somados, representam 55,0% da clientela da empresa. Para identificar a importância que os clientes dão aos atributos dos veículos, foi criada uma tabela com 12 atributos de veículos e os respondentes avaliaram o grau de importância em uma escala de 1 a 10. De forma geral, os atributos mais bem avaliados foram conforto com média 8,96, opcionais com média 8,89, itens de segurança 8,88 e preço 8,86. Nesta análise estão inclusos todos os clientes, independentemente do perfil. Porém, foram realizados cruzamentos de informações, permitindo assim conhecer a importância que cada segmento de cliente atribui a cada característica de um veículo.

Palavras-chave: Estudo do comportamento do consumidor. Segmentação de clientes. VALS-2.

1 Graduando no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Tijucas

2 Professor do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Tijucas