

**5º INOVA & 7º AGROTEC E III MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DOS  
CURSOS DE GESTÃO E III MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA AGRONOMIA  
UCEFF – UNIDADE CENTRAL DE EDUCAÇÃO FAI FACULDADES  
CENTRO UNIVERSITÁRIO FAI**

**PERFIL E MOTIVADORES DE COMPRA ONLINE: QUEM SÃO OS CONSUMIDORES DO E-COMMERCE?**

<sup>1</sup>Vanessa Rauch Larentis

<sup>2</sup>Camila Paulus Link

<sup>1</sup>Acadêmica do Curso de Administração da UCEFF Itapiranga, Itapiranga – SC; Endereço para contato: [vanessar\\_larentis@hotmail.com](mailto:vanessar_larentis@hotmail.com); <sup>2</sup>Mestre em Administração e Ciências Contábeis. Professora no Centro Universitário UCEFF. Itapiranga – SC.

**Grande área do conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas

**Modalidade:** Apresentação oral (BANNER)

**INTRODUÇÃO:** Diante das tendências e pesquisas que demonstram o aumento do consumo online, torna-se necessário o estudo do comportamento do consumidor nas plataformas online. Novos estudos auxiliarão os gestores na comercialização de bens e serviços e na condução dos negócios de forma virtual, bem como, poderá ajudar os consumidores que por diversas vezes não compreendem os próprios sentimentos. **OBJETIVO:** Analisar o perfil dos consumidores online e quais os fatores que influenciam na tomada de decisão pela compra no e-commerce. **MÉTODOS:** A metodologia utilizada é de abordagem teórico empírica e natureza descritiva-quantitativa. A pesquisa de campo foi aplicada de forma online, através de uma survey, com a população residente na região extremo oeste catarinense. O *link* do questionário foi enviado entre os meses de agosto e setembro de 2022, por meio das redes sociais WhatsApp, Instagram, Facebook e LinkedIn. Obteve-se um total de 278 respostas válidas. Os dados coletados foram processados em uma planilha no Microsoft Excel, por fim foram realizadas análises através do cálculo da média geral do ranking médio (RM), média geral do desvio padrão, frequência absoluta e relativa. **RESULTADOS:** A pesquisa revelou um público ativo no e-commerce, visto que, 98,23% dos respondentes afirmam ter realizado compras online. Os resultados apontam um público jovem, em sua maioria mulheres de 18 a 25 anos, com uma renda superior a um salário mínimo, entre R\$1.213,00 a R\$3.636,00. Como principais motivadores de compra, destacam-se o fator preço e a facilidade de compra proporcionada. Para estes consumidores, é importante que os sites possuam comentários de outros consumidores, bem como, o processo de compra e ferramenta de busca deve ser de fácil manuseio. Além disso, quanto à questão de meio de pagamento e gasto médio nas compras online, 62,95% afirmam realizar suas compras através do cartão de crédito e 67,99% destes afirmam gastar menos de R\$500,00, isso em uma frequência de compras de uma vez ao mês, para a compra de roupas, acessórios e calçados. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** A pesquisa revelou um público ativo no e-commerce, sendo os principais motivadores de compra, o fator preço e a facilidade de compra proporcionada. Dessa forma, percebe-se que os consumidores estão cada vez mais inseridos no meio digital, e torna-se evidente que as compras online tendem a crescer constantemente. Os consumidores tornam-se a cada dia mais exigentes, visto a infinidade de informações as quais possuem acesso, além da vida corrida e agitada, o que faz com que os mesmos busquem pela praticidade e comodidade, o que é idealizado pelos e-commerces, os quais estão disponíveis aos consumidores 24 horas por dia. Portanto, é de extrema importância que os empreendedores deste ramo, invistam continuamente em questões como segurança, visto que há a exposição de dados pessoais e cartão de crédito/débito, além de questões como design do site e praticidade de navegação. Ainda, ressalta-se a necessidade destes empreendedores de estarem amplamente preparados para bem atender aos consumidores, sendo necessária a busca constante de novas tendências, para que assim, seja possível se aperfeiçoar e conseguir atender às expectativas de seus clientes.

**Palavras-chave:** Comportamento do consumidor. Motivadores de compra. E-commerce.