



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:  
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

# FEPEG

F Ó R U M  
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

## CONSUMIDORES VIRTUAIS: ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DOS ACADÊMICOS NA UNIMONTES EM BRASÍLIA DE MINAS-MG/ 2018.

**Autores:** MARCELINO PAIVA AMARAL, ANADARK OLIVEIRA SOARES, AYRAN STHEFANE CARDOSO DA CRUZ, JOÃO VICTOR LOPES DIAS, MILÊNIA GONÇALVES AQUINO, SAMANTA SILVA ALMEIDA

**RESUMO:** O presente trabalho teve como objetivo geral analisar o comportamento do consumidor virtual, avaliando os fatores que interferem diretamente no processo de compra, bem como idade, sexo, avaliações de produto, entrega e facilidade da compra. Em relação à metodologia, a pesquisa foi do tipo descritiva com abordagem quantitativa, como técnica de coleta de dados foi utilizado o questionário estruturado por meio da plataforma *Forms*. Foram coletados dados de 55 acadêmicos da Unimontes/ Brasília de Minas. Após análise dos gráficos, constatou-se que 69,1% dos consumidores virtuais da Unimontes são do sexo feminino. Em relação à idade, 81,8% tem entre 18 e 25 anos. O site com maior utilização foi o Mercado Livre, com 40% de frequência. A fonte para obter informações a cerca dos sites de compra são as avaliações de outros compradores; em geral, 78,2% nunca tiveram transtornos em relação a esse tipo de compra. Quanto à vantagem do comércio eletrônico, 34,5% responderam que é a possibilidade de comprar produtos que não existem na cidade e como sugestão para melhoramento desse ambiente de compra virtual percebeu-se que os sites deveriam aprimorar o atendimento ao cliente virtual. Dentre aqueles que nunca compraram de forma online, apresentaram como motivo principal o medo do produto não ser entregue. Em busca de saber sobre o comportamento do consumidor virtual, concluiu-se que houve um aumento crescente de compras virtuais com o passar dos anos, mas ainda há necessidade de melhorar o atendimento ao consumidor, principalmente, para atingir aqueles que tem receio de fazer compras no ambiente virtual.