

C - DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN

Innovación y Emprendimiento

LOS PROCESOS DE CREACIÓN Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD ORGANIZATIVA Y DE LAS CAPACIDADES TECNOLOGICAS COMO FACILITADORES DE LA INNOVACIÓN EN LAS NUEVAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA

INCREMENTAR O EMPREENDEDORISMO NA APRENDIZAGEM AO LONGO DA VIDA: DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO ENSINO SUPERIOR PARA A ESTRATÉGIA EU 2020

ANÁLISIS INTERDISCIPLINAR DE LA FUNCIÓN Y PROCESO DE INNOVACIÓN EN UN MODELO ECONÓMICO EVOLUTIVO Y SOSTENIBLE

THE SHARED SERVICE CENTER: A NEW POSSIBILITY FOR HIGH EDUCATION INSTITUTIONS

Modelos de Dirección y Control

LAS REDES SOCIALES EN LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN: EL CASO DEL IBEX-35

A PERFORMANCE NA ABORDAGEM RBV: ESTUDO DAS PUBLICAÇÕES DO JIBS

O MODELO EFQM. COMO FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO DA TQM

A ANÁLISE DO SECTOR AUTOMÓVEL EM PORTUGAL - O QUE INFLUENCIA A VENDA DE AUTOMÓVEIS?

Area D - CONTABILIDAD Y CONTROL DE GESTIÓN

Balanced Scorecard

A ANÁLISE DO SECTOR AUTOMÓVEL EM PORTUGAL

O QUE INFLUENCIA A VENDA DE AUTOMÓVEIS?

Caroline Monteiro

ESTiG – Instituto Politécnico de Bragança

Nuno Moutinho

ESTiG – Instituto Politécnico de Bragança

Campus de Sta. Apolónia – Apartado 134

5300-857 Bragança – Portugal

Área Temática: D) Dirección y Organización.

Palavras-chave: Sector Automóvel; Vendas

A Análise do Sector Automóvel em Portugal

-

O que Influencia a Venda de Automóveis?

Resumo:

Com este trabalho pretende-se conhecer os factores que influenciam as vendas de automóveis em Portugal. Não existe ainda evidência de relação entre as vendas de automóveis e a situação (económica, financeira e populacional) do país. Quanto aos aspectos da situação económico-financeira dos consumidores (famílias e empresas), os factores que mais relevância têm são o desemprego e o rendimento disponível das famílias. Tanto a carga fiscal como a campanha de incentivos ao abate e o preço dos combustíveis não são relevantes. Por fim, os factores que influenciam as vendas no sector automóvel são tendencialmente diferentes para cada tipo de veículo vendido.

Palavras-chave: Sector Automóvel; Vendas

Abstract:

This study aims to analyze the factors that influence car sales in Portugal. The contribution of this work is to obtain evidence about the knowledge of a industry where there are no known studies of this kind. There is no evidence of a relationship between car sales and the (economic, financial and population) situation in the country, while inflation proves to be an important factor. With regard to aspects of economic and financial situation of consumers (households and enterprises), the factors that have more relevance are the unemployment and disposable income. Both the tax burden as the campaign of incentives to slaughter and fuel prices do not seem important. Finally, the factors that influence sales in the automotive industry tend to be different for each type of vehicle sold.

Keywords: Automobile Industry; Sales