



## O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO CENÁRIO ATUAL DE PANDEMIA

Pesquisador(es): SILVA, Larissa Aparecida da; FERNANDES, Rodrigo André; POPP, Tadiane Regina.

Curso: Administração - UNOESC, Campus aproximado de Capinzal

Área: Ciências Sociais

Resumo: Em uma realidade totalmente diferente, foi desenvolvido o estudo do comportamento do consumidor, que precisou adaptar-se, diante das novas perspectivas para conseguir sobreviver ao novo cenário mundial. A era digital, que já estava se solidificando ficou ainda mais forte num cenário assustador e desconhecido de uma pandemia, e as empresas que contavam apenas com um negócio físico precisaram se reinventar e se adaptar, pois consumidores estavam migrando suas compras para os canais on line. Novos meios de aquisição de produtos foram conhecidos pelos consumidores que não eram acostumados com lojas virtuais. Mais de 8,9 milhões pessoas perderam o emprego no 2º trimestre, no pico da pandemia, segundo o IBGE (2020). Ou seja, o poder de compra dos consumidores diminuiu, o que fez com que fossem revistas suas opiniões, tanto na maneira quanto na quantidade de compras no durante a pandemia. Já os consumidores que continuaram estabilizados financeiramente, estão comprando cada vez mais virtualmente, até mesmo coisas desnecessárias, muitas das vezes, por impulso. É possível concluir através do estudo que o consumidor durante a pandemia é mais, frugal, mais digital, mais ansioso, mais coletivo e buscando mais experiências. A percepção que se apresenta é de que estes comportamentos se solidificam no pós pandemia e que o consumidor ficará mais exigente e criterioso em relação às suas compras de forma On-line ou Off-line, evidenciando que as empresas que quiserem se manter no mercado, devem obrigatoriamente inovar e repensar processos com foco neste consumidor.

Palavras-chave: Consumidor. Pandemia. Compras. Virtual.

E-mails: larissa.ap.slv@gmail.com / tadiane.popp@unoesc.edu.br