

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Pesquisador(es): Zanatta, Deizi Carini

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC),
Curso de Administração

Área: : Área de ciências sociais

Introdução: Desde o final de 2019 o mundo todo tem sofrido os impactos do corona vírus, causador da Covid-19, decretada pandemia global em março de 2020.

Objetivo: A doença tem alterado hábitos sociais e de consumo, em vista disso, realizou-se pesquisa no intuito de investigar os hábitos do consumidor de São Miguel do Oeste/SC em relação aos impactos da pandemia da Covid-19, considerando o ano de 2020 e 2021.

Método: A metodologia utilizada para o presente estudo constituiu-se de revisão bibliográfica e de levantamento de dados. A pesquisa bibliográfica é realizada em documentos já publicados e sua “[...] principal vantagem é permitir ao pesquisador a cobertura mais ampla do que se fosse pesquisar diretamente [...]” (ZANELLA, 2013, p. 36). Para realização do presente trabalho foram utilizados livros, revistas e artigos, impressos e eletrônicos para se verificarem conceitos, fundamentações teóricas e objetivas acerca do tema em tela. Já a amostra ou população amostral é uma parte do universo, escolhida mediante algum critério de representatividade. Trata-se de um grupo pequeno de pessoas que representa um público maior e tem por objetivo extrair um subconjunto da população que é representativo nas principais áreas de interesse da pesquisa (ROESCH, 2005). Na presente pesquisa a amostra foi de 60 (sessenta) pessoas. Já a pesquisa documental é elaborada a partir de materiais que não receberam tratamento analítico (GIL, 2010). Nesta etapa, a busca de percepções teve como instrumento o questionário (Apêndice A) aplicado a consumidores, comerciantes e comerciários do Município de São Miguel do Oeste/SC. O questionário foi elaborado na plataforma Google Forms e enviado aos contatos da autora via e-mail e WhatsApp. A própria plataforma realiza a tabulação dos dados, restando ao

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



pesquisador o trabalho de análise dos mesmos, que foi realizada mediante a triangulação: questionário, documentos, etc., no intuito de obter-se a compreensão do tema sob diferentes óticas. **Resultados:** No presente tópico realiza-se a apresentação, análise e discussão dos dados, sendo que inicialmente apresenta-se o perfil dos 60 participantes da pesquisa, traçado a partir das variáveis sociodemográficas (gênero, faixa etária, estado civil, escolaridade e renda mensal). Partiu-se então para os questionamentos sobre os hábitos de consumo e 56,7% dos respondentes declararam que preferem comprar em lojas físicas, 20% em lojas on-line e por aplicativos, 15% em sites, 5% por WhatsApp e 3,3 % por condicional. Diante dos resultados, mesclar a interação on-line com a interação off-line, com o objetivo de fornecer ao consumidor a melhor experiência e ter um bom planejamento de marketing é primordial para quem deseja ter sucesso nos negócios. (KOTLER; KARTAJAYA; SETIWAN, 2017). Perguntados se o isolamento social foi totalmente aceito pela população 68,3% demonstraram discordar da afirmação, enquanto, 10% concordaram e 21,7% nem concordam nem discordam. Os dados obtidos os noticiários e os resultados de pesquisas que indicam que o isolamento no país atinge os níveis mais baixos desde início da pandemia. Em abril de 2020, 72% dos brasileiros diziam estar totalmente isolados ou só saírem quando inevitável, hoje o número caiu em mais da metade, estando em 30% (MAZZO, 2021). **Conclusão:** Ficou constatado que a maioria dos respondentes prefere as lojas físicas, contudo, verifica-se entre os consumidores locais uma tendência mundial, forçada pela pandemia, que é o crescimento de adeptos ao comércio eletrônico, principalmente em função dos preços.

Já nas lojas físicas, foi citado como mais importante a possibilidade de levar os produtos para casa no momento em que a compra é efetuada. Durante a pandemia, a metade da amostra comprou mais de dez vezes nestas lojas e aproximadamente 60% comprou mais de R\$ 501,00.

Outro fator observado foi que os respondentes tem se tornado mais cautelosos nas compras, diante do prolongamento da pandemia e das incertezas do cenário atual.

Palavras-chave: COVID-19.

E-mails: deizianatta@gmail.com.

II CIRCUITO REGIONAL

DE PESQUISA, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Megatendências, Perspectivas e Desafios na Formação Profissional

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE

