

O IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID-19 NAS FINANÇAS PESSOAIS: UMA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO DOS ESTUDANTES DE UMA IES DO OESTE DE SANTA CATARINA

Letícia Lauxen Seghetto¹
Cleusa Teresinha Anschau²
Cleonir Paulo Theisen³
Leossania Manfroi⁴

RESUMO

Este artigo buscou analisar o impactos da pandemia do Covid-19 no comportamento de consumo dos estudantes de uma IES do oeste de Santa Catarina. O estudo consiste no método científico dedutivo. O trabalho se caracteriza como descritivo. O delineamento utilizado nesta pesquisa foi o levantamento ou survey. O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário. A população escolhida para responder ao questionário foram os estudantes da IES do oeste de Santa Catarina. A técnica de análise e interpretação dos dados utilizada foi a quantitativa. A pesquisa revelou que o volume de compras de forma online aumentou para 47,6% dos alunos. O estudo mostrou que 35,2% dos estudantes poupou ou investiu dinheiro nos últimos 12 meses.

Palavras-chave: Pandemia. Finanças pessoais. Comportamento de consumo.

1 INTRODUÇÃO

Com uma média anual de crescimento de 0,3%, a última década vivida (2011-2020) foi a pior para a economia brasileira em 120 anos. Até então a época mais ruim tinha sido os anos 1980, também conhecidos como “a década perdida”, onde a média de crescimento do período havia sido 1,6%. Este é o resultado de duas recessões econômicas, a primeira vivida entre 2014 e 2016, fase marcada pela instabilidade política que resultou no impeachment de Dilma Rousseff e a segunda iniciada no primeiro semestre do último ano.

Em março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou pandemia do novo coronavírus, desde então o mundo vem sofrendo consequências nas mais diversas áreas, principalmente na economia. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021) o Produto Interno Bruto (PIB), que é a soma de todos os bens e serviços que são produzidos pelo país durante o ano e que tem como objetivo medir a evolução da economia,

¹ Requisito para conclusão da graduação de administração da Uceff Faculdades. E-mail: leticiaseghetto@uceff.edu.br

² Orientador do curso de administração da Uceff Faculdades. E-mail: cleusaanschau@uceff.edu.br

³ Docente da UCEFF. cleonir@uceff.edu.br.

⁴ Docente da UCEFF. leossania@uceff.edu.br.

teve uma queda, registrando a taxa de crescimento de - 4,1%, sendo assim o pior resultado dos últimos anos.

Os dados do IBGE (2021) divulgados um ano após o início da pandemia, mostram que o consumo das famílias teve em 2020 a maior variação negativa desde 1996, sendo de -5,5%. Esse número se deu por consequência das medidas de distanciamento social aplicadas pelo governo e por conta da situação de desemprego que alastra o país.

Nos últimos anos o consumo das famílias vinha sendo o propulsor da economia, porém com essa retratação, segundo o levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (IBRE/FGV, 2021), ela vai precisar crescer 1,7% no primeiro trimestre para que volte a ser como antes da pandemia.

Diante do exposto apresenta-se a questão problema do estudo: **Qual o impacto da pandemia do Covid-19 no comportamento de consumo dos estudantes de uma IES do oeste de Santa Catarina?** O objetivo do estudo foi verificar o impacto da pandemia do Covid-19 no comportamento de consumo dos estudantes de uma IES do oeste catarinense.

O estudo justifica-se pela oportunidade de identificar um novo padrão de comportamento de consumo, em virtude da pandemia, entre os estudantes da área de gestão e negócios. O estudo também pode auxiliar as empresas a entenderem as mudanças diante desse novo cenário. A pesquisa apresenta relevância, pois pode nortear futuros estudos relacionados ao tema.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para atender o tema proposto a revisão da literatura está estruturada em quatro tópicos. O primeiro trata do impacto da pandemia na economia do oeste catarinense, o segundo mostra as áreas de gestão e negócios. Já o terceiro as finanças pessoais, e por fim o quarto tópico descreve o comportamento de consumo.

2.1 O IMPACTO DA PANDEMIA NA ECONOMIA DO OESTE CATARINENSE

A pandemia do Covid-19 agravou diversos problemas nas áreas social e econômica do país. Observou-se no decorrer do último ano o colapso dos sistemas público e privado de saúde, o aumento da desigualdade social, do desemprego, a diminuição das atividades econômicas e da renda familiar, foram algumas das consequências sentidas em todas as regiões do Brasil.

A Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável (SDE, 2021) mostrou que o PIB de Santa Catarina foi na contramão do resultado do país, recuando apenas 0,9%, sendo assim, a pandemia teve um impacto menor do que a última recessão, quando a queda chegou a ser de 4,2% em 2015. Alguns dos setores que mais cresceram no último ano foram a construção civil com 10,4%, o setor de máquinas e equipamentos com 6,7% e a agropecuária com 2,6%.

O Índice de Performance Econômica das Regiões (IPER) foi criado levando em consideração os indicadores com relevância que estão ligados a movimentação econômica das regiões de todo o estado, como por exemplo, as movimentações bancárias e o volume do comércio exterior. Segundo o IPER, calculado pela Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (FACISC, 2021), apontou que o estado por conta da pandemia teve uma queda média no desempenho econômico de 3,6%. De todas as regiões a que teve a menor queda foi a oeste, com 0,1% e a única que conseguiu crescer foi o noroeste, com 4,3%.

A análise desses dados comprovam que os resultados que Santa Catarina obteve nessa situação estão diretamente ligados a diversificação e a boa distribuição em diferentes setores da economia. Além disso, o fato de o oeste catarinense ter como sua base a agropecuária ajudou ele a se destacar e ter maior êxito em relação às outras regiões do estado.

2.2 AS ÁREAS DE GESTÃO E NEGÓCIOS

O termo administração não é algo novo, de acordo com Chiavenato (2004) a palavra é originária do latim *ad* (direção, que tem tendência para) e *minister* (subordinação ou cumprimento) e significa a pessoas que desempenha um trabalho sobre governança de outro, prestando serviços a ele. Em sua explicação Chiavenato (2004) completa dizendo que o significado da palavra sofreu alterações com o decorrer dos anos e agora a tarefa da administração é entender os objetivos que a organização tem e transformá-los em atitudes para alcançar o que é esperado.

A administração é o gerenciamento das instituições, seguindo para isso os dados e informações entregues por outros profissionais. Para Maximiano (2006) é o movimento que o administrador faz para tomar as decisões usando os recursos disponíveis, esse processo apresenta como funções o planejamento, a organização, liderança, execução e o controle.

É necessário traçar os objetivos e ações que serão executadas e então o planejamento entra em ação. Segundo Franceschi (2013) é por meio dos planos que os administradores

identificam com maior facilidade e precisão o que é necessário fazer para tornar a empresa bem sucedida. Ele completa ainda dizendo que o planejamento demanda que as decisões sejam feitas com o apoio de informações baseadas em fatos e dados, evitando os palpites e suposições. Após o planejamento tem-se a função da organização onde é definido o trabalho, a autoridade e os recursos a cada um dos integrantes. A terceira função é a liderança, que conforme dito por Barreto (2017) é o processo de coordenar, dirigir, comunicar e motivar as pessoas, além de criar um local adequado para a realização das atividades. Como quarta função tem-se a execução que é propriamente dito a atuação do que foi planejado por meio das ações. Por fim, apresenta-se o controle que de acordo com Castelo Branco (2019) é tão importante quanto as outras funções, já que é ela quem garante a execução do que foi idealizado, corrigindo os possíveis erros e desvios.

Um bom profissional de administração é aquele que tem visão de seu ambiente de trabalho, tanto interno quanto externo. Para Chiavenato (2006) é importante que em seu perfil o administrador tenha a habilidade de articular e integrar todas as áreas da organização, para que dessa forma todos entendam a importância do trabalho em equipe e assim entreguem os melhores resultados. O autor completa citando a necessidade de saber realizar diagnósticos, definir estratégias, organizar os recursos, planejar a execução, usar as tecnologias, solucionar problemas e produzir inovações, além de estar buscando constantemente aperfeiçoamento profissional. Corroborar com essa ideia Heleno (2008) quando diz que um bom profissional antecipa as crises, descobre oportunidades e nichos.

2.3 FINANÇAS PESSOAIS

Sob a ótica de Fernandes, Monteiro e Santos (2012) as finanças pessoais têm como objetivo sua potencialização, além de avaliar decisões em relação a investimento, financiamento e consumo que estejam alinhadas com os objetivos pessoais. Lucena e Marinho (2013) completam esse pensamento dizendo que as finanças pessoais atentam-se ao planejamento da renda, ajudando a determinar qual o valor será destinado às despesas, à poupança, para momentos de necessidades e crises.

O atual momento econômico em que o Brasil está vivendo tornou o planejamento financeiro ainda mais importante. Massaro (2015) se refere a ele como sendo a organização geral das finanças, conhecimento e controle do fluxo financeiro, sendo esse as entradas e saídas

de dinheiro e o posicionamento dos recursos financeiros alinhado com as metas e objetivos de vida do indivíduo ou família.

Os estudos de Cerbasi (2008) mostram que existem cinco tipos diferentes de como as pessoas lidam com o dinheiro. O primeiro são os poupadores, esses têm o hábito de restringir os gastos, pois querem garantir a independência financeira com um bom dinheiro. O segundo são os gastadores, esses desembolsam toda sua renda, por vezes até mais e não tem costume de guardar dinheiro. O terceiro são os descontrolados, eles não apresentam nenhum tipo de organização financeira, cortam gastos, mas não o suficiente. O quarto perfil são os desligados, eles poupam apenas a quantidade que sobra e quando isso acontece. O último perfil são os financistas, aqueles que apresentam maior rigor em relação a controle de gastos, preferem acumular o valor para então comprar mais pagando mais baixo.

Segundo Kern (2011) o investimento com menor risco, mais tradicional e popular entre os brasileiros é a caderneta de poupança. Santos (2014) completa esse pensamento ao dizer que essa popularidade se deve ao fato de que ela conta com a isenção de Imposto de Renda (IR) e Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), porém, por outro lado, o rendimento gerado com ela é menor se comparado com outras maneiras de investir.

2.4 COMPORTAMENTO DE CONSUMO

Conforme dito por Kotler (1998) a área do comportamento do consumidor analisa de que forma pessoas, grupos e organizações escolhem, adquirem, usam e descartam mercadorias, serviços, conhecimentos ou experiências, com o objetivo de satisfazer as necessidades e desejos.

Giglio (2003) em seu estudo, cita algumas vertentes teóricas que são usadas para explicar o comportamento de consumo, entre elas estão: racional, motivacional, comportamental e tipológica.

Em relação à teoria racional existem duas linhas a serem observadas, a econômica e a de risco decisório em ambas a relação custo-benefício é levada em consideração. Na primeira, o ponto mais importante é a renda, já que seria a condição financeira o fator determinante para o consumo, sendo assim, o consumidor compra só o que é necessário ou está em uma lista. Na segunda, quem irá comprar analisa todas as opções que estão ofertadas e acata a que lhe parecer mais vantajosa.

O viés motivacional está baseado nos estudos de Abraham Maslow e Henry Murray. O primeiro destaca que as pessoas são levadas a consumir a partir de suas necessidades, diante disso ele as elencou de maneira hierárquica a qual ficou conhecida como Pirâmide de Maslow, na base dela estão as necessidades básicas para a sobrevivência e em seu topo está a autorrealização. O segundo aponta que as necessidades do indivíduo não aparecem sozinhas, mas estão relacionadas entre si e a pressões externas, de acordo com Sheth (2001) essa teoria está dividida em 12 necessidades primárias e 28 secundárias, sendo assim mais focadas e específicas em relação aos que foi mostrado por Maslow.

Na tese comportamental aborda-se os acontecimentos observáveis, essa teoria apresenta dois conceitos. O primeiro são os estímulos eliciadores que tem como objetivo influenciar a pessoa a se interessar e adquirir o produto, um exemplo são as propagandas. O segundo são os condicionantes de comportamento, esses são os estímulos que levam o consumidor a comprar mais vezes, como exemplo os cartões de fidelidade.

Por fim, a teoria de tipologia, segundo Giglio (2003) classifica os consumidores levando em conta aspectos comuns presentes em determinado grupo, por exemplo, estilo de vida, demografia, personalidade e modo de compra.

Para Rocha (2004) o comportamento de compra dos consumidores apresenta influência ainda de fatores pessoais, sociais, culturais e psicológicos, além de fatores mercadológicos, de natureza econômica, política e tecnológica.

2.5 ESTUDOS RELACIONADOS

Guimarães (2015) em seu estudo apresenta como objetivo a análise do comportamento financeiro dos consumidores com estabilidade no emprego, mostrando de que forma isso influencia. O trabalho salienta ainda o planejamento financeiro, o comportamento decisório e o uso do crédito. Para alcançar os resultados esperados usou-se o método indutivo, sendo assim, foram realizadas observações de casos da realidade e a aplicação de questionários para chegar às conclusões. Através dessa pesquisa o autor obteve como resultado que a estabilidade no emprego influencia de maneira positiva o comportamento do consumidor. Os que apresentaram a condição empregatícia mostraram ter um maior planejamento de uso dos recursos financeiros, além de usar o crédito de forma mais equilibrada e tomarem as decisões de compra de modo mais tranquilo, sem impulsividade.

Radaelli (2018) classificou os objetivos de seu estudo como sendo identificar qual é o perfil financeiro dos estudantes, verificar a forma com que eles foram educados nessa área, entender qual o percentual de acadêmicos que organizam as finanças e de que maneira isso acontece. Para concluir o propósito deste trabalho foram usadas as pesquisas bibliográficas, levantamento de dados, além da aplicação de questionários. Os resultados presentes no artigo, indicam que a maioria dos alunos estudados pela amostra apresentam algum tipo de conhecimento para gerir os próprios recursos financeiros, porém esses não foram adquiridos através de escolas ou faculdades, mas pelo interesse na área.

Marques, Takamtsu e Avelino (2018) mostraram como objetivo do estudo a análise das decisões de consumo e de poupança dos acadêmicos de ciências contábeis em uma universidade federal. Para alcançar o intuito desejado foram aplicados os questionários. Os resultados da pesquisa mostram o envolvimento dos estudantes com o mercado financeiro, e isso decorre da introdução social e no mercado de trabalho desses alunos.

Almeida, Froemming e Ceretta (2020) indicaram como o objetivo de pesquisa mostrar o comportamento de consumo apresentado durante o período de isolamento social, para assim auxiliar as empresas durante a pandemia. O método usado pelos autores foi a aplicação de questionários, em sua maioria com perguntas fechadas para conseguirem o perfil, comportamento e preferência da população. O estudo revelou uma população que ainda está aprendendo a consumir em virtude das mudanças decorrentes da pandemia.

3 METODOLOGIA

De acordo com Gil (1991) toda pesquisa tem por objetivo descobrir respostas para as questões e perguntas levantadas, utilizando para isso os procedimentos alinhados de métodos científicos.

O presente estudo seguiu o método dedutivo apresentado pelos racionalistas Descartes, Spinoza e Leibniz, o qual segundo Cervo, Bervian e Silva (2007) é a argumentação que deixa claro verdades particulares que estão contidas em verdades universais. Gil (2008) completa dizendo que o método utilizado parte de conceitos já reconhecidos como verdadeiros e consequentemente indiscutíveis, e permite chegar a conclusões de maneira formal, em razão da lógica.

Esse estudo se caracteriza como descritivo, para Prodanov e Freitas (2013) esse tipo de pesquisa apenas mostra e descreve o que foi observado, sem interferir nos fatos, ela expõe as

características da população ou evento estudado. Vergara (2013) corrobora com essa ideia e completa dizendo que o compromisso nesse tipo de pesquisa não é explicar os fenômenos que ocorrem, mas serve também como base para isso. O objetivo dessa pesquisa é descrever a mudança de consumo dos estudantes diante da pandemia.

O delineamento utilizado nesta pesquisa foi o levantamento ou survey, conforme dito por Gil (2008) se caracteriza por realizar interrogações diretas às pessoas cujo comportamento se pretende conhecer, usando para isso algum tipo de questionário.

A escolha para instrumento de coleta de dados foi o questionário, para Prodanov e Freitas (2013) ele é uma série de perguntas ordenadas as quais serão respondidas pela população da amostra. A linguagem utilizada para a formulação das perguntas deve ser simples e direta, para quem for responder entenda com clareza. É importante que o questionário seja objetivo e limitado em extensão. O questionário de comportamento de consumo (apêndice A) foi adaptado do questionário de pesquisa criado pelo Ricardo de Lima Guimarães validado em sua dissertação de pós-graduação.

De acordo com Marconi e Lakatos (2003) a definição de população é o agrupamento de seres animados ou inanimados que mostram ao menos uma característica em comum. Para esse estudo, a população escolhida para responder ao questionário foram os estudantes da IES do oeste de Santa Catarina.

Durante uma pesquisa é impossível compreender a população em sua totalidade, para isso existe a amostra, que segundo Prodanov e Freitas (2013) é uma pequena parte da população, designada levando em consideração uma regra ou um plano. Gil (2008) complementa essa ideia dizendo que é por meio dela que se estabelece as características da população.

A técnica de análise e interpretação dos dados utilizada no presente estudo foi a quantitativa, que conforme dito por Soares (2003) está ligado a quantificação dos dados recebidos por meio do questionário. Prodanov e Freitas (2013) corroboram com essa definição ao dizer que esse tipo de pesquisa traduz em números as opiniões e informações recebidas, para então classificá-las e analisá-las. Os escritores complementam ao mencionar que ao longo da análise deve-se levantar hipóteses e identificar a relação entre as variáveis, para que se garanta a precisão dos resultados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A análise e interpretação dos dados foi realizada após a coleta de informações adquiridas através dos questionários respondidos pelos alunos da IES.

4.1 PERFIL DOS ACADÊMICOS DA IES

O município de Chapecó está localizado no oeste de Santa Catarina, apresenta pouco mais de 220 mil habitantes, destes mais de 85 mil são estudantes das redes pública e privada, desde o ensino infantil até o superior. Atualmente a cidade é reconhecida por ser a capital da região, sendo um importante polo econômico, industrial e educacional.

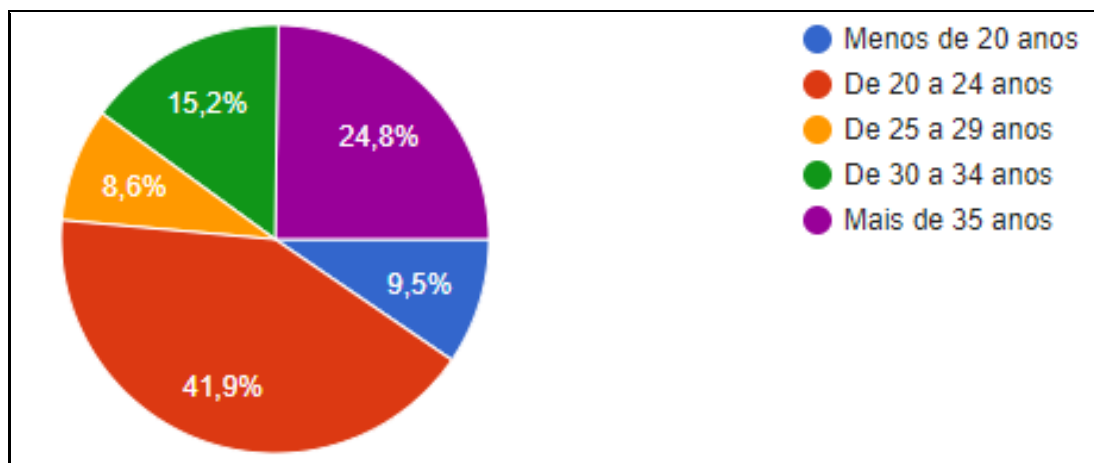
O perfil dos estudantes se resume em três tipos distintos, os que moram na cidade e estudam, os que se deslocam diariamente dos municípios vizinhos para estudar e os que se mudaram para Chapecó com o intuito de cursar a faculdade. Destes, o perfil que mais se destaca na IES é o segundo e o destino são as cidades catarinenses e gaúchas do entorno.

4.2 IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES

Existem vários perfis distintos de consumidores presentes no município, o trabalho analisa exclusivamente o perfil de estudantes da IES. Levando em consideração que existem aproximadamente 2000 alunos matriculados nos cursos da instituição, a pesquisa optou por basear-se em uma amostra de 5% do total.

Ao analisar as respostas que o questionário obteve, observou-se que 59% dos alunos são do gênero feminino e 41% do gênero masculino. A faixa etária predominante é dos 20 a 24 anos, correspondendo a 41,9% do total, seguido de 24,8% dos alunos com 35 anos ou mais, 15,2% possuem entre 30 e 34 anos, 9,5% tem menos de 20 anos e 8,6% representam os alunos entre 25 e 29 anos. Conforme mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Faixa etária.

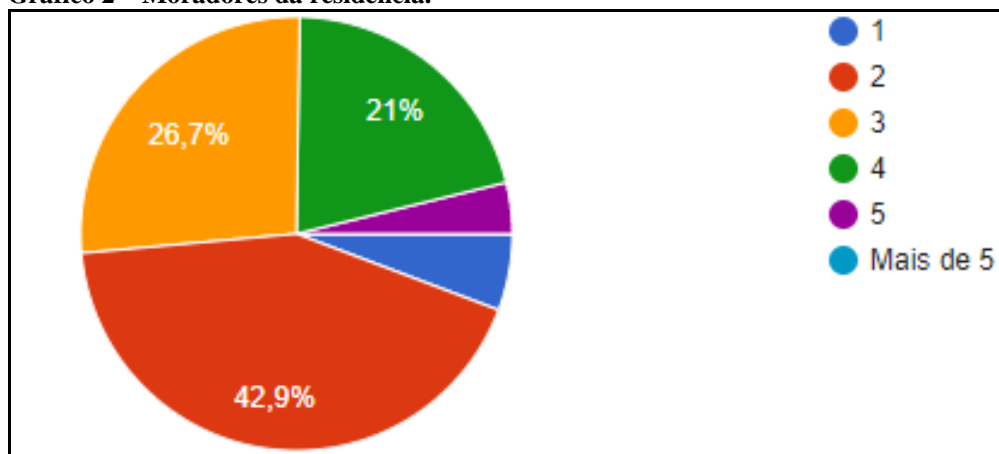


Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A maioria dos alunos que está estudando em algum dos cursos da IES é de forma presencial, representando 67,6% enquanto 32,4% estão cursando na modalidade semipresencial. Deste total que respondeu ao questionário, 49,52% estão matriculados em algum dos cursos da área de gestão, 37,14% dos estudantes frequentam as aulas de direito e 13,34% estão na área de engenharia.

A análise do questionário mostrou que em 42,9% das residências dos alunos moram duas pessoas, em 26,7% residem três pessoas, em 21% o número sobe para quatro pessoas, em 5,7% apenas uma pessoa vive na residência e em 3,8% o número aumenta para cinco pessoas. Conforme demonstra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Moradores da residência.

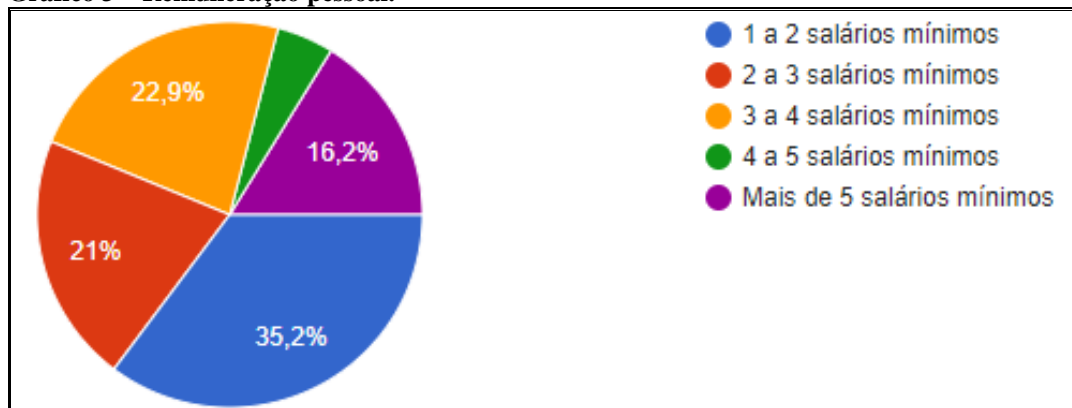


Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quando o assunto é remuneração pessoal 35,2% dos estudantes, sendo eles a maioria, relatou receber de 1 a 2 salários mínimos, 22,9% dos que responderam ao questionários recebem de 3 a 4 salários mínimos, 21% dos estudantes ganham de 2 a 3 salários mínimos, 16,2%

apresentam a melhor remuneração sendo mais de 5 salários mínimos e 4,8% recebem de 4 a 5 salários mínimos. Demonstrado no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Remuneração pessoal.



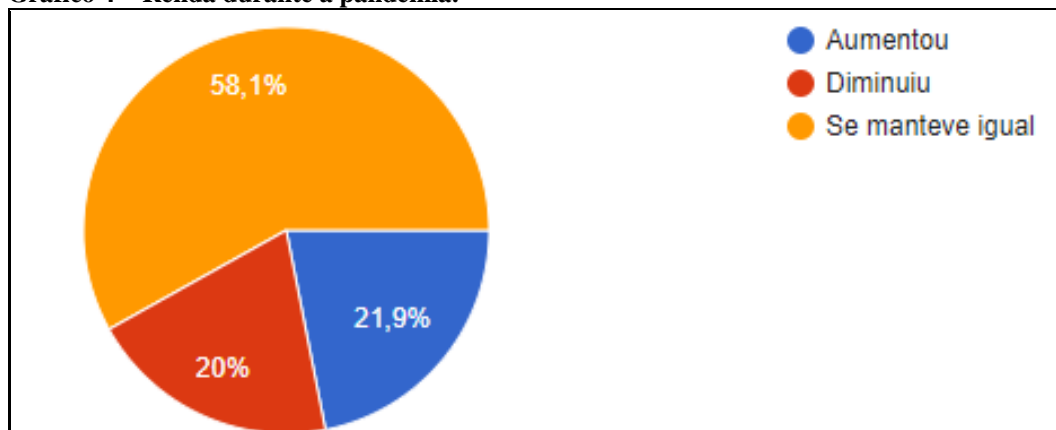
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Os gráficos anteriormente citados demonstram e explicam os perfis dos consumidores da amostra.

4.3 HÁBITOS DE CONSUMO E MUDANÇAS NA PANDEMIA

Em relação a renda durante a pandemia, a maioria dos estudantes que participou da pesquisa respondendo ao questionário relatou que não teve alteração, representando 58,1% do total, 21,9% dos alunos disseram que a renda aumentou, para 20% a realidade é oposta já que tiveram diminuição da renda. Representado no Gráfico 4.

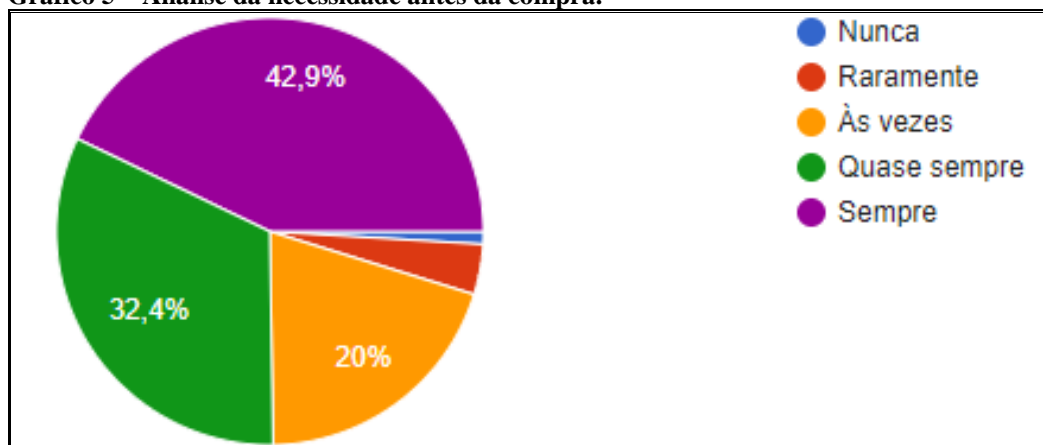
Gráfico 4 – Renda durante a pandemia.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quando questionados sobre analisar a real necessidade de algum produto ou serviço antes da compra 42,9% dos alunos, que representam a maioria, disseram que sempre fazem esse movimento, 32,4% disseram que quase sempre fazem isso, 20% afirmou que às vezes avaliam a necessidade, 3,7% dos estudantes raramente fazem esse processo e apenas 1% relatou que nunca faz isso. Conforme demonstra o Gráfico 5.

Gráfico 5 – Análise da necessidade antes da compra.



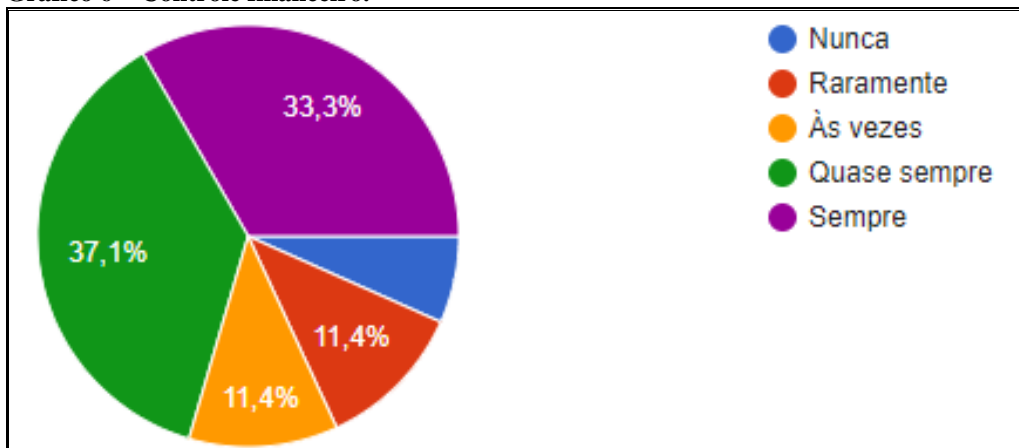
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Ao serem questionados sobre montar uma lista antes de fazerem compras em geral de alimento, material de limpeza, material escolar e de escritório a diferença na resposta não foi significativa, sendo bem equilibrada. 27,6% dos alunos disseram que sempre fazem isso, a mesma porcentagem respondeu que quase sempre e às vezes fazem esse processo, 9,5% raramente monta uma lista e 7,6% nunca fazem isso.

A maioria dos alunos, sendo 37,1% disse que quase sempre apresenta algum controle financeiro, ou seja, sabem quanto pretendem gastar com despesas como água, luz, transporte, telefone, gás, aluguel, alimentação e medicamento. 33,3% responderam que sempre fazem

esse controle, 11,4% dos estudantes às vezes e raramente fazem isso, já 6,7% nunca realizam esse acompanhamento. Conforme apontado pelo Gráfico 6.

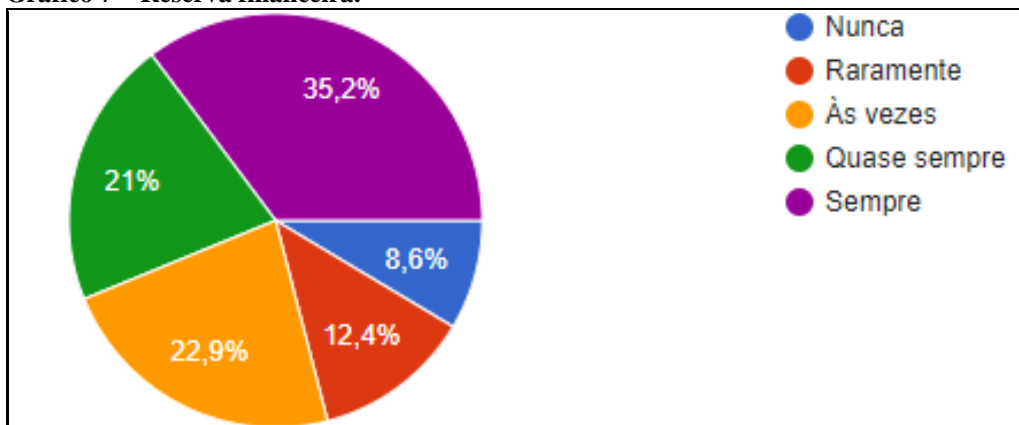
Gráfico 6 – Controle financeiro.



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Quando o assunto é reserva financeira para ocasiões inesperadas da vida, como algum acidente, doença, furto, perda de emprego ou dívidas a maioria dos estudantes, sendo 35,2% disseram que mantém dinheiro para isso, 22,9% às vezes fazem isso, 21% quase sempre apresentam a reserva, 12,4% raramente e para 8,6% essa não é uma realidade.

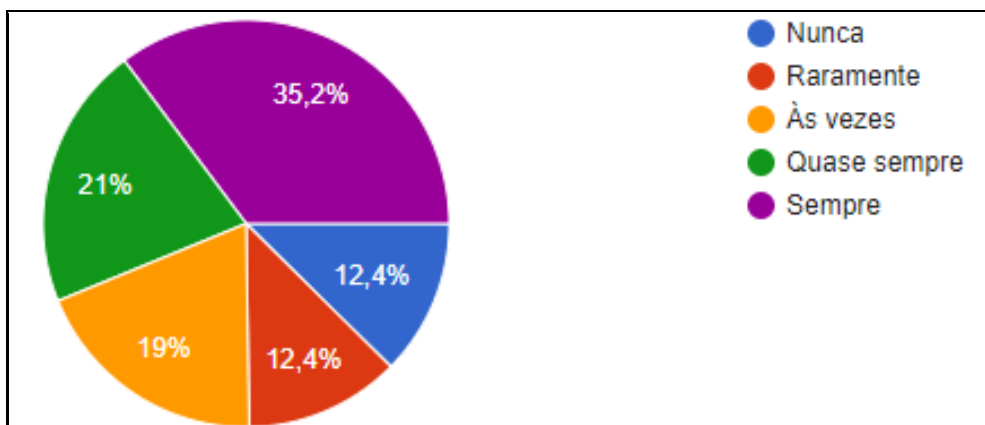
Gráfico 7 – Reserva financeira.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quando a pergunta foi sobre ter poupado ou investido algum dinheiro nos últimos 12 meses, 35,2% dos alunos, representando a maioria, disseram que fizeram isso, 21% responderam que quase sempre fizeram isso, 19% às vezes pouparam ou investiram, já 12,4% raramente ou nunca realizaram esse movimento. Conforme demonstra o Gráfico 8.

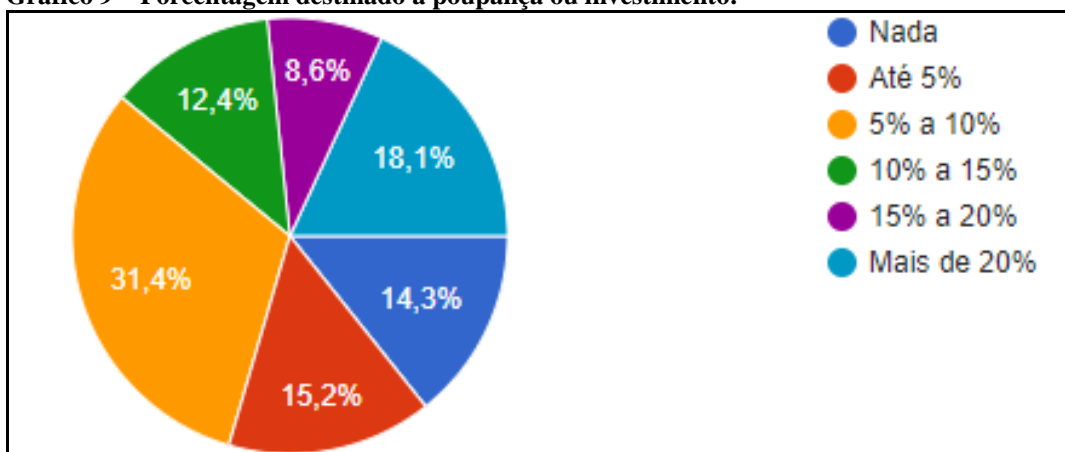
Gráfico 8 – Dinheiro poupado ou investido.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em relação a porcentagem que os alunos costumam poupar ou investir, 31,4%, que representam a maioria, disseram que de 5% a 10% da renda é destinado para esse fim, 18,1% dos estudantes separam mais de 20%, 15,2% destinam até 5%, 14,3% infelizmente não atribuem nada para essa finalidade, 12,4% reservam de 10% a 15% da renda e 8,6% designam de 15% a 20%. Descrito no Gráfico 9.

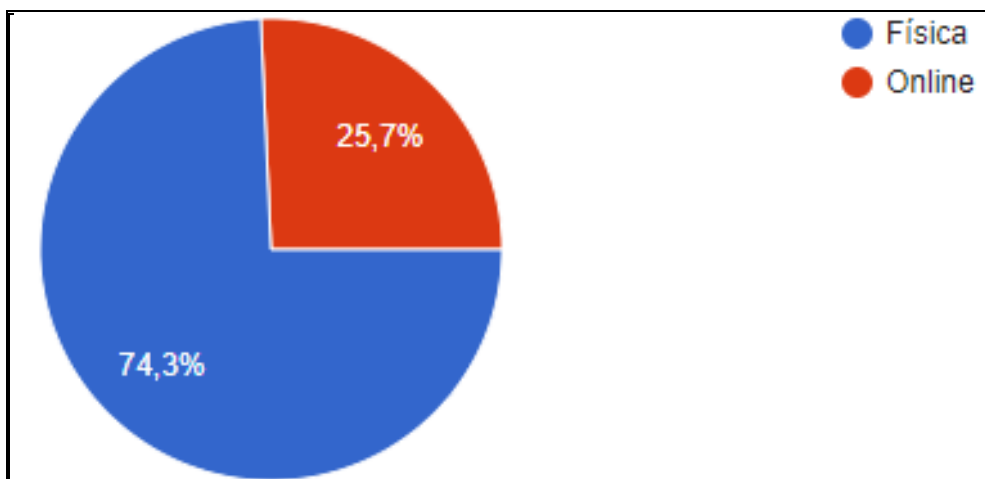
Gráfico 9 – Porcentagem destinado a poupança ou investimento.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Para a maioria dos alunos, sendo 74,3%, a maior parte das compras antes da pandemia era feitas de forma física, já para 25,7% a realidade era outra, ocorrendo já de maneira online.

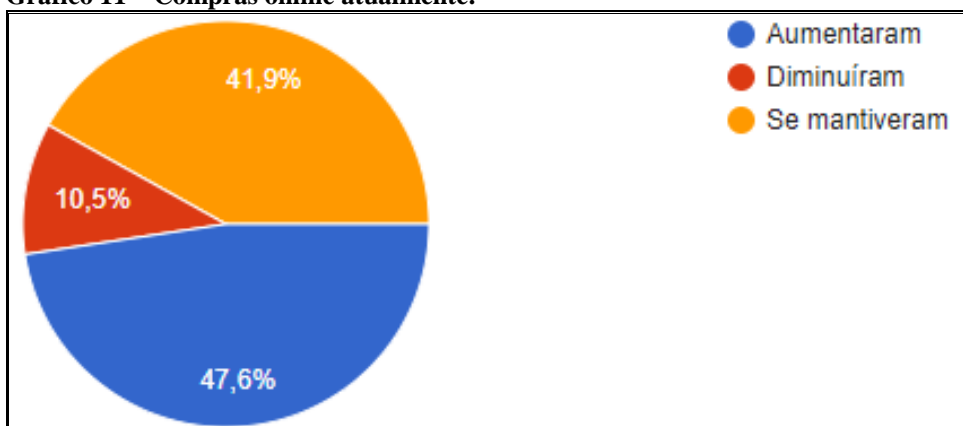
Gráfico 10 – Compras antes da pandemia.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Ao serem questionados sobre as compras de forma online atualmente, a maioria dos estudantes que representa 47,6% aumentaram, já para 41,9% não obtiveram alterações, se mantendo no mesmo volume e para 10,5% o número diminuiu. Conforme demonstra o Gráfico 11.

Gráfico 11 – Compras online atualmente.

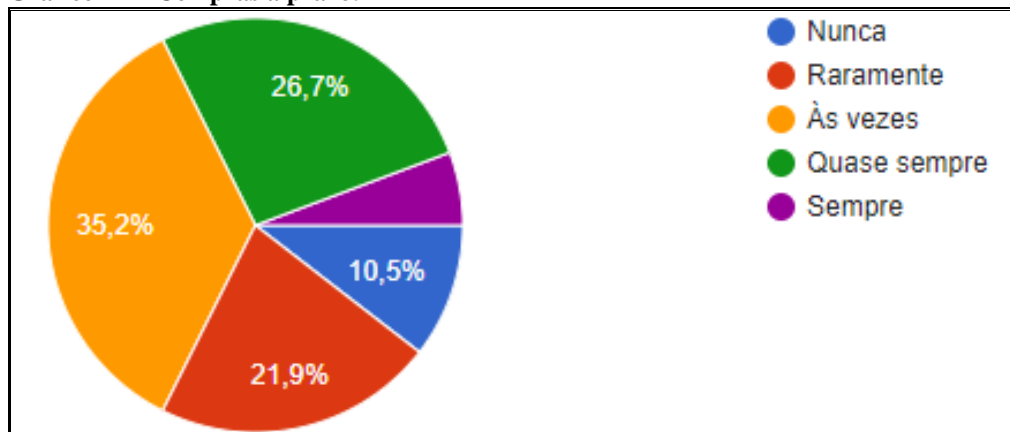


Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A maioria dos entrevistados, que representa 35,2%, disseram que às vezes costumam pagar suas compras a prazo, ou seja, utilizam cartão de crédito, carnê de loja, entre outras opções. 26,7% responderam que quase sempre fazem isso, 21,9% raramente utilizam essas

formas de pagamento, 10,5% nunca compram dessa maneira e 5,7% é o extremo oposto já que sempre fazem isso. Descrito no Gráfico 12.

Gráfico 12 – Compras a prazo.



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Os gráficos anteriormente citados demonstram e explicam os hábitos de consumo e de mudanças durante o período de pandemia, conforme pesquisa realizada na IES 2021/2.

4.4 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO PERFIL

O trabalho buscou analisar o perfil de consumo dos estudantes de uma IES do oeste catarinense. A pesquisa levou em consideração uma amostra de 5% do total de alunos da instituição, que atualmente conta com aproximadamente 2000 jovens divididos nos cursos oferecidos.

Ao analisar o perfil dos estudantes, baseado nas respostas que o questionário obteve é possível notar que um alto número deles separa uma parte da renda ganha para poupar ou investir, como forma de ter uma reserva. Essa ideia vai de encontro com o boa parte da população adulta brasileira, de acordo com informações retiradas do site Exame Invest (2021) uma pesquisa feita pela Toluna em fevereiro de 2021 mostrou que 70% da população passou a economizar mais por conta da pandemia, o motivo foram as incertezas em relação ao futuro e o medo dos desdobramento por conta do Covid-19.

A pesquisa mostrou que para 20% dos estudantes a renda diminuiu durante a pandemia, segundo um estudo realizado pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (2021) e divulgada em setembro de 2021, a média da renda individual dos brasileiros teve uma redução de 9,4% em comparação com o final de 2019. Os dados apontam que esse

período afetou principalmente a metade mais pobre da população, que tiveram uma queda de 21,5% na renda per capita.

Uma pesquisa realizada pelo Serasa em conjunto com a *Opinion Box* e divulgada em abril de 2021 mostrou que a pandemia fez com que houvesse uma mudança de comportamento de consumo nas finanças dos brasileiros, 71% dos entrevistados passaram a dar mais valor em ter dinheiro guardado, 64% disseram que agora cuidam melhor do dinheiro e 54% responderam que notaram que desembolsam muito dinheiro com gastos desnecessários. A maioria dos alunos da IES que responderam ao questionário, sendo 42,9% do total, aplicam e analisam a real necessidade de realizar determinadas compras, além de que 33,3% sempre mantêm um controle de gastos, o que demonstra um domínio e consciência financeira.

Um estudo realizado pelo Instituto IPSOS (2021), que é especialista em pesquisa de mercado e opinião pública revelou que a pandemia levou os brasileiros a realizarem mais compras online e frequentarem menos os comércios locais, o aumento foi de 47% e 36%, respectivamente, quando comparado ao período pré-pandemia. De encontro aos dados a presente pesquisa mostrou que para a maioria dos alunos aumentou em 47,6% o volume do compras online e 74,3% responderam que antes do Covid-19 a maior parte das compras eram feitas de forma física

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tem por objetivo verificar o impacto da pandemia do Covid-19 no comportamento de consumo dos estudantes de uma IES do oeste de Santa Catarina. Foi possível entender através dos questionários aplicados aos alunos da instituição que desde março de 2020 muitas coisas mudaram, desde a renda até a forma escolhida para consumo.

Para 20% dos estudantes a pandemia trouxe a diminuição da renda, 42,9% dos alunos disseram que estão analisando a real necessidade de algum produto ou serviço antes de realizarem uma compra. Quando questionados sobre pagar as compras a prazo, ou seja, utilizar cartão de crédito, carnê de loja, entre outras opções, a maioria, sendo 35,2% dos alunos responderam que às vezes fazem isso.

A maior parte dos alunos, sendo 37,1% respondeu que quase sempre apresentam algum controle financeiro, ou seja, sabem quanto pretendem gastar com despesas como água, luz, transporte, telefone, gás, aluguel, alimentação e medicamentos. 35,2% dos questionados revelaram que pouparam ou investiram algum dinheiro nos últimos 12 meses, a mesma

quantidade de alunos também disse que apresentam uma reserva financeira para ocasiões inesperadas da vida como acidente, doença, furto, perda de emprego ou dívidas. 31,4% dos estudantes costumam poupar ou investir de 5% a 10% da renda. A realidade de 74,3% dos entrevistados antes da pandemia era de experiência de compra em loja física, agora para 47,6% dos alunos o volume de compras online aumentou.

Por fim, os conhecimentos apresentados neste trabalho podem ser usados como base para outras pesquisas sobre comportamento de consumo para pessoas que estão na graduação.

REFERÊNCIAS

BARRETO, João Marcelo. **Introdução à Administração**. Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis, Superintendência de Educação a Distância, 2017.

CASTELO, Branco, Anísio Costa. **Manual básico de atuação do gestor judicial em processos de recuperação judicial de empresas**. São Paulo, 2019.

CERBASI, Gustavo. **Investimentos inteligentes: para conquistar e multiplicar o seu primeiro milhão**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração: edição compacta**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

_____. **Princípios da Administração: O Essencial em Teoria Geral da Administração**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier: Campus, 2006.

FERNANDES, B. V. R.; MONTEIRO, D. L.; SANTOS, W. R. dos. **Finanças pessoais: um estudo dos seus princípios básicos com alunos da Universidade de Brasília**. CAP Accounting and Management, Curitiba, v. 6, 2012.

IBGE. **PIB cresce 3,2% no 4º tri, mas fecha 2020 com queda de 4,1%, a maior em 25 anos**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30166-pib-cresce-3-2-no-4-tri-mas-fecha-2020-com-queda-de-4-1-a-maior-em-25-anos>>. Acesso em: 27 de março de 2021.

IBRE, FGV. **Boletim macro**. Disponível em: <<https://portalibre.fgv.br/sites/default/files/2021-02/2021-02-boletim-macro.pdf>>. Acesso em: 29 de março de 2021.

FACISC. **Índice de performance econômica das regiões de Santa Catarina**. Disponível em: <<https://www.facisc.org.br/wp-content/uploads/2021/03/IPER-Relatorio-4%C2%B0-Trimestre.-2020.pdf>>. Acesso em: 05 de abril de 2021.

FRANCESCHI, Alessandro de. **Administração e organização do trabalho** / Alessandro de Franceschi, Moacir Eckhardt. – Santa Maria : Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Técnico Industrial de Santa Maria ; Rede e-Tec Brasil, 2013.

GIGLIO, Ernesto. **O comportamento do consumidor**. 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HELENO, Guido. **O futuro do ensino do curso de Administração**. Revista Brasileira de Administração, 2008.

KERN, Roberto B. **Mercado financeiro e de capitais**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LUCENA, W. G. L.; MARINHO, R. A. de L. **Competências financeiras: uma análise das decisões financeiras dos discentes no tocante as finanças pessoais**. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 16, São Paulo, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

MASSARO, André. **Guia de educação financeira no ambiente de trabalho**. Versão: 1.01 – 2015.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana á revolução digital**. 4ª edição. São Paulo: editora Atlas S.A, 2006.

PRODANOV, Cleber Cristiano, FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: método e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

Renda do brasileiro cai 9,4% durante a pandemia, diz FGV. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/fgv-aponta-queda-abrupta-da-renda-media-do-brasileiro-desde-2019/>>. Acesso em: 05 de novembro de 2021.

SANTOS, José O. dos. **Finanças pessoais para todas as idades: um guia prático**. São Paulo: Atlas, 2014.

SHETH, Jagdish. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVILVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL. **Estimativa do PIB aponta SC com desempenho acima da média nacional**. Disponível em:<<https://www.sde.sc.gov.br/index.php/noticias/2898-estimativa-do-pib-aponta-sc-com-desempenho-acima-da-media-nacional>> Acesso em: 01 de abril de 2021.

SOARES, Edvaldo. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas S.A, 2003.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

4 em cada 10 brasileiros apontam queda na renda, e metade teve aumento de gastos, mostra pesquisa da Serasa. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/04/15/4-em-cada-10-brasileiros-apontam-queda-na-renda-e-metade-teve-aumento-de-gastos-mostra-pesquisa-da-serasa.ghtml>> Acesso em: 05 de novembro de 2021.

47% dos brasileiros relatam ter aumentado compras online durante a pandemia.

Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2021/02/10/47-dos-brasileiros-relatam-ter-aumentado-compras-online-durante-a-pandemia.htm>> Acesso em: 10 de novembro de 2021.

70% dos brasileiros passaram a poupar mais na pandemia. Disponível

em: <<https://invest.exame.com/mf/70-dos-brasileiros-passaram-a-poupar-mais-na-pandemia>> Acesso em: 06 de novembro de 2021.