

Modelo para investigação do novo normal do consumo provocado pela pandemia da covid-19 – uma perspectiva do mercado de campos dos Goytacazes

*Laís Novaes Pillar de Oliveira Castro*², Túlio Baita dos Reis³, Laylla Alves Rodrigues Manhães¹, Marco Aurélio da Cunha Soares Neto¹

- (1) Aluno de Voluntário – Curso de Administração; (2) Pesquisadora Orientadora (3) Professor Colaborador - Laboratório de Gestão de Negócio – LABGEN/ISECENSA – Curso de Administração - Institutos Superiores de Ensino do CENSA – ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil

O comportamento de consumo da população de maneira geral, vem se alterando ao longo dos anos, em consequência de diversos fatores, como o aumento da competitividade do mercado, alta oferta de produtos e serviços, o avanço tecnológico e aos fatores do macro ambiente. Considerando que os fatores provocados pelo macro ambiente são variáveis incontrolláveis e exercem força sobre todo o micro ambiente como empresas, consumidores, fornecedores e concorrência. Essa realidade exige que as empresas estejam atentas constantemente a todas alterações no mercado para se adaptar e promover novas estratégias a fim de atender as exigências do consumidor. A pandemia, causada pela COVID-19, tem impactado diretamente todo o micro ambiente, desde a maneira como as empresas poderão operar até a maneira como o mercado vai consumir, seja essa alteração provocado por um decreto do governo ou por uma nova necessidade de comportamento do consumidor. Com a população inserida no que é chamado de “novo normal”, torna-se evidente que os hábitos de consumo sofreram grandes mudanças. Diante do atual cenário e das restrições de funcionamento das atividades provocadas pela pandemia da COVID-19, considera-se que tal mudança no padrão econômico e da oferta de produtos/serviços afeta diretamente na forma de consumo da sociedade, gerando novas necessidades e desejo de consumo. Portanto questiona-se como identificar o novo padrão de consumo do varejo pós pandemia? A partir deste questionamento, esta pesquisa objetivou-se a desenvolver um modelo de investigação sobre o novo padrão de consumo do varejo na cidade de Campos dos Goytacazes após as mudanças provocadas pela pandemia da COVID-19. Para a construção metodológica do modelo de investigação do novo padrão de consumo provocado pela pandemia, foi realizado um levantamento bibliográfico baseado em cinco artigos de 2014 a 2020, classificados em 4 dimensões: Mercado e Economia; Aspectos Sociais e Culturais; Estágio de Vida; e Necessidades e Desejos. A partir das definições das dimensões, foram desenvolvidos os critérios para a investigação do novo padrão de consumo. Além disso, para compor o modelo e identificar o consumidor e sua percepção sobre as mudanças no seu comportamento provocadas pela pandemia, foram estabelecidas mais 2 dimensões. A primeira chamada de Perfil do Consumidor, a qual faz questionamentos quanto a idade, sexo, renda, ocupação, escolaridade, etc. e a segunda, Mudanças provocadas pela COVID-19, na qual questiona-se ao consumidor a frequência de compra, volume de compra, canal de compra, etc. Contudo, busca-se com a aplicação deste modelo identificar o novo padrão de consumo dos consumidores da cidade de Campos dos Goytacazes a partir das mudanças provocadas pela COVID-19.

Palavras Chave: Consumidor, comportamento e pandemia.

Apoio: ISECENSA