

# A pandemia e o consumo de produtos na internet

Roberta da Silva Freitas.<sup>1\*</sup>; Renata Céli Moreira da Silva Paula.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *Bacharel em Administração pela UFF - Universidade Federal Fluminense;* <sup>2</sup> *Docente do departamento de Administração da UFF - Universidade Federal Fluminense.*

robertaf@id.uff.br / <https://orcid.org/0009-0007-3162-1167>.

TIPO DE PROJETO: (x) PESQUISA ( ) EXTENSÃO

## Resumo

Tendo em vista que o presente estudo busca trazer um direcionamento aos empreendedores sobre a venda de produtos *online* e prestação de serviços com o advento da pandemia de Covid-19, pesquisa-se sobre “A pandemia e o consumo de produtos na Internet”, a fim de investigar as mudanças ocorridas no comportamento do consumidor em relação às compras *online* devido à pandemia de Covid-19. A pesquisa foi exploratória e descritiva, de caráter qualitativo. Foram realizadas entrevistas por meio de um questionário. A pesquisa foi composta por 15 indivíduos. O foco do estudo foi a região Norte Fluminense. Diante disso, verificou-se que os consumidores entrevistados realizavam poucas compras *online* antes da pandemia, que a pandemia impactou o consumo *online*, principalmente pelas medidas restritivas de segurança. Os respondentes demonstram preferência pela aquisição online de diversos produtos, como vestuário, calçados e acessórios, entre outros. Observou-se uma alta frequência na utilização de serviços de delivery pelos participantes da pesquisa. Após a pandemia, o consumidor entrevistado continua consumindo de forma *online* e pretende manter esse hábito em seu dia a dia, principalmente pela facilidade, comodidade, gestão do tempo, preços acessíveis e formas de pagamentos. Portanto, foi possível perceber que a pandemia impactou de forma irreversível o comportamento dos consumidores entrevistados.

**Palavras-Chave:** COVID-19; Comportamento do consumidor; Mudança de hábitos de compra; Comércio eletrônico; Compras online.

**Instituição de fomento:** ---.