



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**Consumo Versus Crise Econômica:
um estudo de caso na cidade de Picos-PI**

**Consumption versus Economic Crisis:
A case study in the Picos-PI community**

Autores: LEÃO, Carlos Henrique Oliveira de Arêa; SILVA, Francisco Maurício de Carvalho¹; BARROSO, Janayna Arruda ²

¹ Graduandos em Administração pela UFPI;

² Professora da UFPI, mestre, orientador.

FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí

Biblioteca José Albano de Macêdo

Ficha Catalográfica

L576c Leão, Carlos Henrique Oliveira de Arêa.

Consumo versus crise econômica: um estudo de caso na cidade de Picos-PI / Carlos Henrique Oliveira de Arêa Leão, Francisco Maurício de Carvalho Silva . – 201 6.

CD-ROM : il.; 4 ¼ pol. (44 f.)

Monografia(Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2016.

Orientador(A): Prof^a. Ma Janayna Arruda Barroso.

1. Crise Econômica-Brasil-Consumo.
 2. Consumidor-Comportamento.
 3. Economia-Brasil-2015.
- I. Silva, Francisco Maurício de Carvalho. II. Título.

CDD 658.834 2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Carlos Henrique Oliveira de Área Leão e Francisco Maurício de Carvalho
Silva

**Consumo Versus Crise Econômica: um estudo de caso na
cidade de Picos-PI**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a
presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**
 Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as
alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 29 de fevereiro de 2016.

Janayna Arruda Barroso

Prof. Ms. Janayna Arruda Barroso
Orientadora

Karla Maria Mateus

Prof. Esp. Karla Maria Mateus
Examinadora 1

Maciel Lopes Lima

Prof. Esp. Maciel Lopes Lima
Examinador 2

RESUMO

Esse artigo teve como objetivo analisar de que forma os consumidores de Picos-PI estão se comportando diante da atual crise econômica. Em um país que está passando por uma crise econômica a atitude mais viável é reduzir os gastos, cortando o consumo desnecessário, com intuito de melhorar a condição financeira das pessoas. A fim de investigar o comportamento do consumidor picoense neste momento, levantou-se o seguinte questionamento: como a crise econômica atual está afetando o nível de consumo da comunidade de Picos-PI? A fim de analisar se houve mudança no comportamento de consumo do picoense em vista, os fatos econômicos recentes. Para tanto, adotou-se uma abordagem quantitativa. Questionários foram aplicados a uma amostra de 383 pessoas de forma aleatória da cidade de Picos. Constatou-se que a população concorda com a existência da crise econômica e que o consumo reduziu naturalmente, apesar do planejamento financeiro ainda não ser uma prioridade. Por outro lado os gastos com a alimentação aumentaram, com a saúde permaneceram no mesmo nível, e com relação a educação os gastos modificaram, e houve uma transição, ainda não significativa, de estudantes da escola privada para a pública. Os gastos supérfluos continuam sendo elevados, não houve a modificação esperada para o momento, já que o esperado seria uma economia nessa dimensão.

Palavras-chaves: Crise Econômica. Consumo. Comportamento do Consumidor.

ABSTRACT

This article aims to analyze how consumers Picos-PI are behaving before the current economic crisis. In a country that is going through an economic crisis the most feasible approach is to reduce spending by cutting unnecessary consumption, in order to improve the financial condition of the people. In order to investigate the picoense consumer behavior at the present time, rose the following question: how the current economic crisis is affecting the community consumption level of Picos-PI? In order to analyze whether there was a change in picoense consumer behavior in view of the current economic facts. Therefore, we adopted a quantitative approach. Questionnaires were applied to a sample of 383 people randomly peaks community. It was found that the population agrees with the existence of the economic crisis and the reduced consumption of course, despite the financial planning is not yet a priority. On the other hand the expenditure on food increased, with health remained at the same level, and with regard to education spending have changed, and there was a transition, although not significant, students from private school to public. The superfluous expenses remain high, there has been the expected change for the moment, as expected would be an economy that dimension.

Key-Words: Economic Crisis. Consumption. Consumer Behavior.

1 INTRODUÇÃO

A crise econômica vem sendo divulgada diariamente pela mídia, enfocando vários problemas enfrentados, como inflação, desemprego, queda na produção e nas vendas, alto endividamento familiar pelo país que há muitos anos não eram observados com tanta ênfase. Outra crise econômica divulgada como esta foi observada no ano de 2008, quando realmente foi constatado que o país enfrentava uma crise econômica que afetava principalmente as grandes potências. O governo brasileiro iniciou uma série de medidas para evitar ao máximo o cenário de recessão, pois em outros países principalmente da Europa, como Alemanha, França, Reino Unido, Espanha e Grécia, a crise aconteceu de forma mais impactante, pois viviam com problemas de falta de investimento por parte do governo, afetando bancos, pessoas, setores como o imobiliário e a indústria. Porém o Brasil não sentiu tanto os efeitos daquela crise, como alguns países europeu devido o governo brasileiro ter adotado medidas de investimentos em diversas áreas visando ampliar o crédito e conter os gastos públicos.

O tema crise econômica vem sendo debatida por alguns autores como: Dias *et.al* (2009) e Pinheiro (2006), onde a mesma é definida como uma fase de declínio no qual o equilíbrio das pessoas está posto em questão, pois apesar de se tratar de um momento de vulnerabilidade esta nem sempre é um risco eminente ao controle financeiro dos indivíduos. Para que exista uma crise propriamente dita é necessário que o país em questão encontre-se com uma economia desacelerada, perda do dinamismo, elevação do desemprego, redução nas vendas de diversos setores e até fechamento de empresas. Tudo isso influencia no comportamento do consumidor, entendido como um processo no qual ocorre uma seleção de determinado objetivo para posterior compra e uso do produto com intuito de satisfazer desejos e necessidades inerentes a cada ser. Por isso, estudar o comportamento do consumidor torna-se importante, podendo ajudar na criação de leis e regulamentos referentes à compra e à venda de mercadorias e serviços, além de auxiliar o governo e organizações sobre o poder de compra das pessoas de maneira a atendê-los melhor, ajudando os consumidores na hora da aquisição do produto ou serviço desejado.

Tendo embasamento nos critérios citados, o presente trabalho levantou o seguinte questionamento: Os consumidores de Picos estão levando em consideração a atual crise econômica no momento do consumo? E formulou-se o objetivo geral de fazer uma análise de que forma os consumidores da cidade de Picos- PI estão se comportando diante da atual crise econômica. A pesquisa teve como objetivos específicos a averiguação se a população confirmaria que o país passa por uma crise econômica; analisar se a crise econômica é sentida pelos consumidores; se existe uma reorganização financeira de cada indivíduo da comunidade e coletar informações suficientes sobre as mudanças nos hábitos de consumo das pessoas caso tenha ocorrido. A justificativa para a execução do mesmo é auxiliar a população a qualificar seus gastos e quais as medidas adequadas em meio ao cenário de crise econômica.

No que se refere à metodologia, a pesquisa é de natureza quantitativa, utilizando questionários aplicáveis a uma amostra aleatória com a população. Quanto a aplicação dos questionamentos foi realizada análise minuciosa dos resultados para obtenção da resposta ao problema que gerou a pesquisa e as considerações finais que respondem as questões levantadas durante o estudo para comprovação científica com relação aos níveis de consumo em estudo.

2 CRISE ECONÔMICA MUNDIAL E SEUS IMPACTOS

Segundo Nohara (1997) para que se exista uma crise financeira é necessário que a quantidade de agentes pessimistas seja superior aos otimistas e consigo traga efeitos como a liquidez de diversas instituições, desvalorização de ativos financeiros, desvalorização da moeda, poder de compra reduzido, inflação desencadeada, dívidas incontornáveis, enfim um pessimismo repleto de problemas que se não sanados de forma urgente eleva o desemprego, afeta as atividades econômicas, causando recessão ao país.

Segundo Assalve (2011) a crise se desencadeou porque várias instituições observaram o crescente mercado imobiliário e começaram a comprar títulos e reemprestaram-nos com intuito de obter boa lucratividade, porém o que se observou foi que muitos tomadores não conseguiram quitar suas dívidas com as instituições gerando um ciclo negativo causando crise de liquidez. Cinco anos após vieram os reais impactos desses efeitos criados pelos consumistas que se tornaram devedores, iniciando-se a crise financeira norte americana, que desaqueceu a economia e o poder de consumo das pessoas caiu drasticamente, reduzindo assim a lucratividade das empresas e causando alto desemprego. E como os Estados Unidos é o berço da economia mundial, os efeitos da crise no país pode ser sentido por todo o mundo.

Para Fabri (2008) em 2001 após os Estados Unidos começarem com o oferecimento de crédito visando aumentar o consumo das pessoas, como medida de expansão no pós-crise instaurado pelas empresas “pontocom”, responsáveis por vendas via internet. Com esta medida os juros do Banco Central norte americano caíram rapidamente, chegando em torno de 1% no fim de 2003, culminando com a facilidade na compra de imóveis mesmo sem ter a devida comprovação de renda anteriormente sempre requerida.

Sendo assim, todo o continente europeu passa pela crise, destacando-se a Espanha, Grécia, Irlanda, Itália e Portugal, que possuem um endividamento descontrolado. Para receberem auxílio financeiro do Fundo Monetário Internacional, esses países necessitam adotar medidas de austeridade fiscal, que segundo Parrella e Moreira (2013) significa diminuir o déficit público insustentável, reduzindo despesas desnecessárias, tentando assim controlar em certo ponto a economia local. O problema é que as medidas a serem adotadas gerem efeitos negativos, como greves, descontentamento da população como um todo e instabilidade muito forte tanto econômica como também política.

Segundo Oreiro (2011) a crise gerou impactos muito negativos para o mundo capitalista. A industrialização dos países desenvolvidos como Grécia, Espanha e China caiu drasticamente, o PIB desses países e dos considerados em desenvolvimento também obtiveram quedas consideráveis, o poder de compra reduziu, o desemprego aumentou a escassez de diversos produtos eram constantemente vistos, os preços possuíam uma aceleração incontornável, enfim, o mundo passava por um momento de recessão. Para conter os efeitos da crise, alguns países se destacaram, como a China que aumentou o investimento público, principalmente em infraestrutura, para tentar manter uma elevada taxa de crescimento. A economia americana com investimentos na economia conseguiu apresentar sinais positivos ao fim de 2009, assim como também a França, Alemanha e o Reino Unido, saindo assim do contorno de recessão. Ao contrário dos demais países a Grécia e a Espanha continuaram num clima de recessão, pois as atividades econômicas foram reduzidas, aumentou o desemprego, bancos e pessoas continuaram endividados, com um crescimento econômico zero ou até mesmo negativo e desvalorização do setor imobiliário.

2.1 Reações do Brasil Diante da Crise Econômica Mundial de 2008

Segundo Bispo *et.al.* (2009) a crise econômica de 2007, no fim da era Bush nos Estados Unidos é comparada ao “crash” na bolsa norte americana, em Nova Iorque no ano de 1929 e a queda do muro de Berlim, pois se tratam de situações que influenciam no cenário econômico mundial com repercussões vastas e profundas no qual afetam diretamente a sociedade como um todo, modificando a qualidade de vida de cada indivíduo, pois a economia está se desacelerando constantemente.

Para Sicsú (2009) a crise internacional que atingiu os EUA, a partir do ano de 2007, interrompeu uma rota de crescimento tomada pela economia brasileira a partir de 2006. A crise que chega pelas restrições ao crédito externo e compromete as exportações agroindustriais afetam rapidamente a economia e o mercado de trabalho. Embora os sinais estivessem presentes em setembro de 2008, em outubro o Banco Central ainda decidia por uma política restritiva, com a manutenção de juros extremamente elevados. Ao invés da crise, enxergava tão somente uma expansão robusta da demanda interna e tendências inflacionárias. Somente quando a economia do último trimestre já havia implodido, levando centenas de milhares de postos de trabalho e derrubando a arrecadação tributária, iniciou-se uma tímida e insuficiente distensão da sua ortodoxia. Avalia que as várias medidas adotadas pelo governo para ampliar a demanda interna e o crédito foram na direção correta. Mas, no seu conjunto, foram ainda tímidas, especialmente diante das restrições determinadas pelos juros ainda altos e pela timidez na redução do superávit primário. Assim, os sinais de recuperação econômica exigiam novas medidas para assegurar a reversão do quadro no segundo semestre de 2009, fator determinante para o restabelecimento do ritmo de crescimento em 2010.

O governo brasileiro em 2008 adotou uma série de medidas que visavam ampliar a liquidez/crédito, por um lado, e conter os gastos públicos e privados, por outro. Vale destacar as seguintes medidas: aumento real superior a 6% do salário mínimo; ampliação do crédito direcionado via instituições financeiras públicas; criação de duas novas alíquotas de imposto de renda sobre a pessoa física, o que fez aumentar de forma significativa a renda disponível; inclusão de mais 1,3 milhão de famílias no programa Bolsa Família; concentração de esforços para realização dos projetos de investimento do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC); redução da meta de superávit primário anual, anteriormente estabelecida em 2,45% do Produto interno bruto (PIB), para 1,29% de 2008 para 2009; lançamento do programa habitacional de construção de 1 milhão de moradias; manutenção/ ampliação dos gastos públicos com pessoal, programas sociais e atividades finalísticas do Estado brasileiro; redução do imposto sobre operações financeiras (IOF); ações para estimular o comércio exterior, como o aumento da linha de crédito; diminuição da taxa de juros (0,71% ao fim de 2009) e redução de impostos produtos industrializados (IPI) em diversos segmentos, entre eles, o automobilístico e o de eletrodomésticos (PORTAL DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO, 2009).

Segundo Ferraz (2013) quando a crise veio realmente mostrar-se no cenário brasileiro ele apresentava condições externas estruturais mais sólidas. A fragilidade externa apresentada pela economia brasileira em ocasiões anteriores não estavam presente quando da emergência da crise. Desta vez o país contava com reservas internacionais robustas (superior a U\$200 bilhões), encontrava-se em posição credora líquida em moeda estrangeira, era alvo de um fluxo de investimento estrangeiro direto (IED) relativamente estável, estimulado pelo crescimento econômico no biênio 2007/2008 e por um saldo comercial elevado (aproximadamente U\$ 40 bilhões em 2007). Tais fatores certamente inibiram uma corrida mais aguda contra o “real” e, conseqüentemente, impediram que a crise internacional se traduzisse em uma crise de balanço de pagamento. No geral os resultados de sua pesquisa sugerem que a política econômica praticada foi, de maneira geral, bem sucedida no sentido de

proporcionar uma rápida reação do nível de atividade impedindo a queda do nível de emprego.

Uma das consequências de uma crise econômica é o agravamento para crise social, como exemplo os altos índices de desemprego, situação na qual as pessoas não tem dinheiro para atividades de consumo, devido não haver rendimento. Devido a isto as empresas não vendem e entram em dificuldades financeiras, pois a produção é quase inexistente, a economia entra em recessão, não gerando rendimentos esperados e o Estado fica sem matéria para cobrar receita e não paga seus compromissos internos e externos. Os pensionistas, os desempregados, os funcionamentos dos serviços sociais como a saúde e a escola pública ficam sem meios para funcionar, assim como o endividamento externo faz progressivamente desvalorizar a moeda ficando o estado mais pobre e insolvente. O estado vai ficando falido e inoperante, a população na faixa de pobreza vai crescendo, problemas como inflação descontrolada, desabastecimento e criminalidades vão virando uma constante no dia a dia (DUPAS, 2013).

Apesar das dificuldades observadas para controlar a crise, o país segundo a Folha de São Paulo (2015) ainda possui a sétima maior economia mundial, mesmo podendo perder este posto para a Índia, ainda sendo bastante rico em recursos naturais e fontes de matéria prima, reduziu bastante a quantidade de pessoas que se encontravam na situação de extrema pobreza que conforme Alves (2014) são aqueles indivíduos que vivem com menos de 1,25 dólares americano por dia, praticamente erradicando-a. A economia do Brasil é tão relevante, que para ter-se uma ideia apenas o estado de São Paulo, que representa 1/3 do PIB brasileiro, equivale ao PIB da Polônia. Com relação ao consumo percebe-se que com os investimentos realizados pelo governo ele não foi reduzido ao extremo e as pessoas continuaram comprando e a qualidade de vida melhorando, praticamente erradicando a extrema pobreza e o poder aquisitivo da classe C vem aumentando consideravelmente, já que as classes A e B possuem mais aptidão para reservas financeiras, para conter uma crise econômica de forma mais consistente (FOLHA DE SÃO PAULO, 2015).

Apesar de ainda ser uma potência econômica, o Brasil teve uma redução no crescimento de sua economia nos últimos anos, os economistas das instituições financeiras previram que o Brasil terminaria 2015 com uma retração de 1,2%, a pior desde 1990, e com uma inflação de 8,31%, a maior desde 2003, segundo o Banco Central. Além disso, a tendência para baixo do PIB da maior economia latino-americana que, após ter crescido 2,7% em 2013, no ano passado se desacelerou consideravelmente e só subiu 0,1%. Então, a queda no PIB é resultante da atitude do governo em controlar-se economicamente com intuito de equiparar os índices inflacionários (EXAME. ABRIL, 2015). De acordo com os dados levantados até a previsão inicial de 2015 percebe-se que o país sentira os efeitos da crise econômica, tanto nos níveis de consumo, como na qualidade de vida, diferentemente de 2008, no qual soube sobrepor-se a ela e as consequências vista mundo a fora não foi tão incidente no âmbito nacional.

3 CONSUMO

Desde os primórdios da humanidade, é observado o ato de consumo que segundo Baudrillard (2008) foi criado por necessidades humanas com intenção de satisfazer desejos, porém tem sido superado pelo supérfluo no qual a despesa precede em relação ao valor de determinado produto ou serviço. O consumo tem se tornado cada vez mais um item que vai além da real necessidade do ser humano em satisfazer seus desejos, tem se tornado como

propulsor para um aumento constante de produtos e serviços oferecidos pelo mercado pelas empresas que tem o real objetivo de maximizar seus lucros.

Sabe-se que tudo aquilo adquirido possui um determinado valor designado pela sociedade produtora e pela economia do país, o consumo é uma teoria social. Os bens geralmente adquiridos são classificados por Douglas (2006) como acessórios rituais que objetivam trazer o significado real aos acontecimentos no seu fluxo incompleto, sendo assim o consumo é um processo que gera um ritmo de diversificados significados e por serem visualmente culturais transformam a convivência em sociedade agregando valores em determinado momento e em outros gerando expectativas acima do esperado por parte da mesma. O ato de realizar uma compra ou adquirir uma prestação de serviço leva as pessoas a agirem de diferentes maneiras, podendo sacrificar determinados bens em troca dos novos produtos ofertados pelo mercado e podem ser cautelosos para não obter uma relação indesejada ao aderir a atividade de compras sem raciocínio lógico.

O grande precursor do aumento do consumo excessivo foi o marketing, que segundo Silva (1976) deseja obtenção de novos clientes e fidelização dos existentes, realizando estudos para aumentar a lucratividade das empresas. O marketing para Barbosa e Rabaça (2001) é dividido em seis áreas fundamentais que é a pesquisa de mercado, cuja intenção é obter informações relevantes sobre o mercado que a empresa está inserida e suas tendências; o planejamento do produto objetiva atender as necessidades do consumidor; a determinação dos preços é responsável de alocar valor ao produto de acordo com os concorrentes; a promoção de vendas possui função de estimular a demanda; a propaganda objetiva dar reconhecimento dos produtos para os consumidores e por fim a distribuição leva o produto para cada consumidor.

Das seis áreas citadas pelo autor pode-se destacar a propaganda que no seu sentido político da questão divulga opiniões, doutrinas, afirmações que foram baseadas em fatos que podem influenciar o público quanto ao seu comportamento. E no sentido comercial, anúncios são divulgados influenciando o público a consumir. Portanto a divulgação de mensagens cujo objetivo seja penetrar na mente do ser humano, o influenciando a adquirir determinado bem mesmo que seja inviável no determinado momento, através de sua vasta coleção de ideias (SILVA, 1976). Portanto, todo produto consumido pelas pessoas tem todo um processo até o mesmo chegar a ser fabricado e distribuído no mercado a qual está inserido com intuito de satisfazer os desejos, obter mais vendas e com isso o retorno do investimento inicial e fidelizar os clientes com relação a marca depois que ele aprova e satisfaz sua necessidade.

3.1 Comportamento do consumidor

O consumidor ao adquirir algo que satisfaça sua necessidade ou desejo, como um bem ou um serviço, realiza o ato da compra. Segundo Giglio (2005) ao realizar o desejo o consumidor passa por etapas, como o julgamento que é a influencia que o mesmo sofre com relação as expectativas em relação ao produto, a fase da compra é a negociação envolvendo as partes interessadas moldando os interesses. A etapa do uso mostra se os resultados obtidos são os esperados inicialmente e o pós-compra qualifica a compra com relação a satisfação do desejo do consumidor.

As necessidades humanas segundo seus critérios são classificadas conforme sua natureza, seus custos e sobre seu modo de satisfação. De acordo com a natureza são subdividas em três segmentos que são as necessidades primárias (que são indispensáveis para sobrevivência humana), as secundárias (aquelas não são essenciais, mas mesmo assim são necessárias as pessoas) e as terciárias (que são considerados supérfluos, pois são dispensáveis para a sobrevivência). Com relação ao modo de satisfação se dividem nas necessidades individuais (cujo cunho é da satisfação pessoal) e necessidades coletivas (que fazem parte da

sociedade como um todo). E de acordo com os custos se dividem em necessidades econômicas (são aquelas que necessitam da presença monetária para ser realizada) e as não econômicas (que não dependem de presença monetária para sua realização). As necessidades constantemente são renovadas e diversificadas sendo consideradas ilimitadas e apresentam a característica de multiplicidade, pois as pessoas desejam mais coisas que estão além do que é indispensável (CAMARGO E MANSANO, 2015).

Giglio (2005) afirma aqueles que compram sem necessidade, sem a necessária aplicabilidade da compra, são chamadas pessoas consumistas. Elas geralmente são descontroladas, influenciáveis pelo marketing e pela mídia, compulsivas comprando tudo que desejam de qualquer maneira sem se preocuparem com as consequências que aquela compra poderá acarretar futuramente no planejamento financeiro.

Alguns fatores determinam o comportamento das pessoas no ato da compra, como os fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Para Kotler e Keller (2006) o principal determinante para comportamentos e desejos é a cultura adquirida ao longo da vida, tendo em vista que cada um de nós com o passar dos anos vai adquirindo valores e crenças observados no dia a dia, tendo como influencia a própria família, amigos e a sociedade ao qual se está inserido. No fator social, grupos de afinidade são observados, como os grupos primários como os familiares, amigos, vizinhos e o grupo secundário a qual pertence grupos religiosos, que influenciam o consumidor no ato de realizar a compra, devido os laços de confiança que são conquistados ao longo do tempo.

Kotler e Keller (2006) destacam também os fatores pessoais, enfocando que a compra geralmente é influenciada pela idade, pelo estado civil, por momento econômico, pelo estilo de vida e pela personalidade que é única de cada ser. E também fatores psicológicos que é o estilo de vida de cada pessoa com interação com o ambiente em que vive. Muitas vezes compra-se determinado produto sem entender o motivo da escolha por determinada marca, modelo, cor preço, mas simplesmente com intuito de elevar a autoestima.

Para Martins (2012) o ato de consumir descontroladamente, é tratado com uma patologia social de nosso tempo, pois o individuo da nossa sociedade sente um desejo irresistível de comprar tudo descrito como novidade no mercado, não levando em consideração os preços ou até mesmo a utilidade pessoal que aquele produto venha a ter para si próprio. Os motivos principais para tal condição geralmente é o status social no qual a aparência em se ter algo torna a pessoa superior ou igual ao outro, sendo classificadas pelas roupas que vestem, pelo transporte que anda, pelo aparelho telefônico que tem e não pelas qualidades características de cada qual.

Com base nesse conceito nota-se que as pessoas estão cada vez mais ficando endividadas, possuem dificuldades em manter relacionamentos afetivos e amigáveis, sofre por não ser superior ao outro e muitos entram no crime por não querer ficar inferior, sendo assim o lado obscuro do consumo compulsivo, que é dividido em duas vertentes, o vicioso, que é uma dependência física ou psicológica de produtos que trazem alívio para problemas à respeito da necessidade e o compulsivo em si, que são compras repetidas para amenizar a ansiedade, tédio ou depressão (MARTINS, 2012).

Um psicólogo pode ajudar este tipo de consumidor, tentando compreender seus pensamentos e suas atitudes, auxiliando assim para um controle na mente para redução dos gastos supérfluos. Outro profissional que se faz necessário é um organizador financeiro que mostra as melhores dicas de como comprar de forma consciente e valorizando o dinheiro de cada consumidor. O consumo excessivo deve ser controlado para não gerar os efeitos negativos já citados e também para conscientizar as pessoas diante da crise econômica mundial que enfrentamos a alguns anos, que vem desestabilizando o poder de compra das pessoas que se controlam financeiramente, evitando assim gastos supérfluos e desnecessários perante esse cenário (MARTINS, 2012).

3.2 Expectativas de consumo diante da crise econômica divulgada pela mídia

Diante do panorama divulgado pela mídia de crise econômica no país, observou-se que a expectativa para as vendas de produtos tecnológicos e vestuário tenderiam de acordo com as expectativas projetadas obter uma queda no ano de 2015, isso aconteceria devido a uma redução da renda disponível e queda da confiança do consumidor diante do cenário apresentado, desestimulando o consumo desses itens. Na categoria de produtos tecnológicos que anteriormente possuía um dos maiores potenciais de crescimento, aparece atualmente com o cenário de piores perspectivas, tendo em vista que em 2011 teve o crescimento absurdo de 111% e em 2015 teve expectativa de uma desaceleração para 22%, uma queda abrupta de vendas no setor. No setor de vestuário observa-se mais um declínio no consumo, sendo observado que houve uma projeção de uma média anual de 7% do consumo das pessoas e este índice caiu para apenas 5%, desde 2011. No ramo de lazer e entretenimentos antes obtivera um aumento de 41%, atualmente nota-se um cenário de queda para 16% até 2020. (PESQUISA GLOBAL DE MERCADO E INSIGHTS DE MERCADO, 2015).

No setor automobilístico, segundo Assumpção Júnior (2015) presidente da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) foi entendido que houve uma redução de 19% nas vendas de veículos novos, devido à concessionárias estarem sem vendas suficientes, pátios das montadoras lotados, causando férias coletivas e demissões em massa, já registrado mais de doze mil trabalhadores demitidos. Segundo ele a causa da queda no setor é definida pela economia parada e pelo aumento da gasolina que teve um aumento na maioria dos Estados da federação em torno de até 11,7%, causando desconforto por parte do consumidor na hora de adquirir um veículo automotor.

Segundo Santos (2015) outro setor que vem sofrendo esfriamento no mercado é o de imóveis, haverá um aumento na taxa de juros na compra de imóveis causando diminuição do poder de compra, gerando um impacto negativo para o mercado nesse setor. Com a queda das vendas a produção de imóveis será reduzida porque a demanda é inferior a projeção por novos imóveis, refletindo em um desaquecimento por novos contratos. Dessa forma observa-se ainda que o consumo no Brasil possa passar por uma desaceleração neste e nos próximos anos, observando que a média projetada de consumo era um aumento de 11% ao ano e hoje o cenário observado continua sendo o de crescimento, porém com índice reduzido para 7% ao ano, mas com intuito pragmático de recuperação nos próximos anos.

Conforme Kawauti (2015) o motivo do consumo estar se reduzindo é o fato do brasileiro estar cada vez mais desorganizado financeiramente, pois segundo seus estudos 37% não se consideram organizados financeiramente, 69% não sabem controlar suas receitas e despesas, mostrando assim um cenário de descontrole no momento da realização do consumo, muitas vezes tornando-o desnecessário, criando assim uma redução no mesmo prejudicando as vendas e a circulação de dinheiro e causando inadimplência e uma menor linha de crédito pela falta de credibilidade na hora de realizar compras ou solicitar uma prestação de serviço.

Por outro lado o setor de bebidas projetou um crescimento, com base no ano de 2014 que registrou alta de 1,46% para refrigerantes e 4,9% para cervejas. A expectativa de aumento se deu devido a entrada do setor de refrigerantes no Simples Nacional e a mudança no sistema de valores, fazendo com que ocorra um desenvolvimento no setor e projeção de vendas superiores à 2014 (ASSOCIAÇÃO DOS FABRICANTES DE REFRIGERANTES DO BRASIL-AFEBRAS, 2015). Outros setores que mesmo diante do cenário de crise econômica tenderiam a se destacar positivamente segundo Oliveira (2015) é o de alimentação, de cosméticos, drogarias, negócios ligados à vida saudável e sex shops. No setor de alimentício nota-se que ele é o último a entrar numa crise e o primeiro a sair da mesma, sendo que é um setor que atende as necessidades básicas da população (alimento, moradia), e mesmo com o PIB (produto interno bruto) em decadência tende a prosperar pelo crescimento da população,

e dados mostram que o aumento que era previsto para o ano de 2015 é de 2%. O setor de cosméticos durante 2014 gerou movimento financeiro de mais de R\$ 100 bilhões, equiparando-se a quase 2% do PIB, além disso, o baixo investimento inicial tem sido um forte atrativo. As drogarias mesmo em tempos de crise não sofrem tanto, pois a população não poderá abdicar de uma medicação adequada para melhoria de sua saúde, e também oferecem no geral produtos que diariamente são adquiridos, como itens para higiene pessoal e beleza.

As pessoas mesmo diante da crise econômica se preocupam com uma boa qualidade de vida, por isso os negócios ligados à vida saudável, como as academias, escolinhas de natação, dança, artes marciais e as lojas de suplementos continuam prosperando e ganhando cada vez mais adeptos que buscam melhorias nos hábitos saudáveis. Os sex shops também não sofrem de forma tão abrupta, pois as pessoas (solteiras ou casadas) procuram métodos de viverem bons momentos e aliviar o stress diário, e de acordo com a Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (2015) a procura no ano tem crescido entre 15% a 25%, seguindo numa ótima crescente mesmo diante do cenário de crise econômica no país.

Diante do cenário divulgado é entendido que o país vive uma crise descontrolada e que os efeitos trazidos por ela são catastróficos em diversos setores da economia, porém nota-se que outros mercados podem sofrer um aumento nas vendas, como o de bebidas, divergindo com uma expectativa de crise no qual a economia se desestabiliza totalmente e o poder aquisitivo dos consumidores torna-se reduzido, mas com a necessidade de realizar desejos e necessidade muitas vezes as pessoas tornam-se endividadas enfraquecendo mais ainda a economia já desestabilizada.

3.3 Resultados econômicos de 2015

Após as expectativas para o ano de 2015, ao fim do mesmo é observado que os números apresentados com relação a inflação são surpreendentes, no qual fechou o referido ano com taxa de 10,67%, sendo a maior desde 2002. Com relação a alimentação da população observa-se um aumento significativo de 4% no valor repassado ao consumidor (de 8,03% em janeiro passou para 12,03% em dezembro) relatando assim que os alimentos estão com preços se elevando constantemente. Outro custo que aumentou para a nação corresponde com a habitação das pessoas (de 8,8% em janeiro para 18,31% ao fim do ano). A conta com as empresas fornecedoras de energia elétrica e os combustíveis são fatores que também acompanharam a inflação, sendo que em média conta de luz ficou 51% maior em relação a 2014 e a gasolina subiu 20,1% em média nacionalmente, além até da expectativa inicial que era um aumento de 11,7%. E com relação as despesas pessoais é observado que medianamente obtiveram um aumento em 9,5%, a educação e saúde com 9,25% e 9,23% respectivamente. As menores taxas de aumento observadas foram vistas em comunicação (2,11%), vestuário (5,36%) e (5,36%) nos artigos residenciais (IBGE, 2015).

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2015) o número de famílias endividadas no país atingiu 61,1% devido a redução do emprego, baixa na renda real de cada participante do ambiente familiar e os aumentos excessivos nas taxas de juros desestabilizaram o planejamento financeiro inicial de todos. É observado que segundo Pesquisa do Mercado e Insights de Mercado-Mintel (2016) a quantidade de pessoas comprando alimentos e bebidas reduziram bastante, já que 52% afirmam estar minimizando esta prática e que aproximadamente 29% das pessoas de uma pesquisa relacionada a gastos com refeição fora de casa e lazer, apontaram que estão saindo menos para entretenimento fora de casa, como cinema e shows.

Com relação a tecnologia a indústria de eletroeletrônicos em seu faturamento anual apresentará uma queda de 4% nas vendas e uma grande perda de postos de trabalho com cerca

de 37 mil demissões em todo país. Os investimentos na área irão regredir e na informática a redução no faturamento será de 13% em comparação ao ano de 2014 (ROCKMANN, 2016).

Bazani (2015) afirma que as viagens através de aviões ou ônibus caíram durante o ano, no qual 51,8% demonstraram interesse em viajar de avião, uma queda em relação aos 58,3% anterior. Com relação as transposições pela via terrestre, o ônibus também mostrou declínio de interesse por parte dos usuários no qual houve uma queda de 5,16% de passageiros, um total de 23 milhões de usuários.

De outro lado da crise econômica está o setor entretenimento, em especial o de eventos pagos que tem crescido substancialmente nos últimos anos, tendo movimentado R\$ 59 bilhões no ano de 2014, frente aos R\$ 4 bilhões em 2002, além disso, uma boa notícia é que o setor deve continuar em crescimento, embora o Brasil permaneça enfrentando os problemas econômicos (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS, 2015).

4 METODOLOGIA

Este estudo teve como objetivo analisar de que forma os consumidores picosense estão se comportando diante da atual crise econômica, visando alcançar uma comprovação científica diante da situação de obter uma resposta clara para a questão abordada sobre como os consumidores em Picos estão levando em consideração a atual crise econômica no momento do consumo. Para o alcance do objetivo, no primeiro momento do estudo, foi realizada uma pesquisa exploratória, que segundo Gil (2010) tem a intenção de levantar informações sobre determinado referencial, enxugando um limite para o campo de trabalho, assim familiarizando o pesquisador com o problema possibilitando que o mesmo construa hipóteses para solução de determinada questão. A abordagem determinada para a pesquisa foi à quantitativa que de acordo com Fonseca (2002) os resultados obtidos podem ser quantificados e devido à amostra ser grande, é necessário através de um cálculo matemático obter um número considerável de pessoas para a participação no estudo.

Como instrumento de coleta de dados foi elaborado e utilizado um questionário estruturado, a partir das necessidades econômicas primárias, secundárias e terciárias que de acordo com Camargo e Mansano (2015) são subdivididas em três segmentos que são as necessidades primárias, aquelas indispensáveis para sobrevivência humana, às necessidades secundárias aquelas que não são essenciais, mas mesmo assim são necessárias as pessoas e as necessidades terciárias que são considerados supérfluos, pois são dispensáveis para a sobrevivência humana. Para a coleta dos dados foi realizado o cálculo da amostra da cidade de Picos-PI, cujo universo é de 73.414 habitantes segundo dados do IBGE (2010). A amostra ficou de 383 respondentes e o critério utilizado para aplicação do questionário foi aleatório simples, que de acordo com Lakatos e Marconi (2010) trata-se de uma amostra de mesmo tamanho no qual todos os membros da população definida possuem as mesmas características no momento de serem pesquisados, sem distinção entre eles.

A análise dos resultados foi feita a partir da técnica de estatística descritiva, utilizando-se da média e do desvio padrão. Portanto, foi necessário para o cálculo de ambos, o uso do software SPSS versão 2016. A pesquisa foi realizada no período de dezembro de 2015 a janeiro de 2016, identificando de que forma os consumidores estão se organizando financeiramente, o nível de consumo atual e de que forma estão sentindo a crise econômica. Existindo, portanto a preocupação com a quantificação dos resultados, buscando uma exatidão, evitando assim possíveis distorções na etapa de análise de dados, sempre com uma margem de erro tolerável significativo (5%).

5. ANÁLISE DE RESULTADOS

A apresentação dos resultados foi obtida através da aplicação de questionários estruturados aplicados a 383 pessoas da população de Picos-PI com intuito de saber como se encontra a relação de consumo durante o período de crise econômica que estamos enfrentando. A primeira parte do questionário continha questões sócio demográficas a fim caracterizar o perfil dos entrevistados.

5.1.1 Sexo e estado civil dos respondentes

Após análise sucinta dos questionários constatou-se que o sexo dos pesquisados existe uma predominância masculina com 55,7% das respostas 44,3% eram do sexo feminino. O estado civil também foi um item que compôs esta análise. De acordo com a pesquisa observa-se que 44,9% dos respondentes são casados e 55,7% são solteiros.

5.1.2 Faixa Etária

A faixa etária dos pesquisados da amostra pesquisada, enquadra-se na sua maioria entre 18 e 30 anos, representando 61,3% das respostas, em seguida está a faixa entre 30 e 50 anos, com 31,7%. Logo após está as respostas de pessoas acima de 50 anos, representado por 5,1% da amostra. Menores de 18 anos representam apenas 1,7% das respostas.

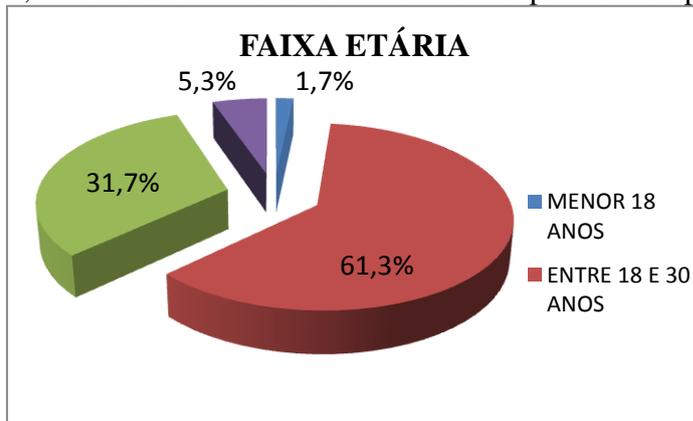


Gráfico 1: Faixa Etária das pessoas entrevistadas
Fonte: Dados da pesquisa (2015/2016)

5.1.3 Renda

De acordo com a renda mensal dos pesquisados observou-se que a grande maioria recebe em média de um a três salários mínimos, representando 55,9% do total. As pessoas que ganham em torno de três a cinco salários mínimos mensais correspondem a 21,6% dos pesquisados, enquanto que 15,6% recebem entre cinco e sete salários mensais. E uma pequena porção de 3%, respondeu receber acima de sete salários por mês.

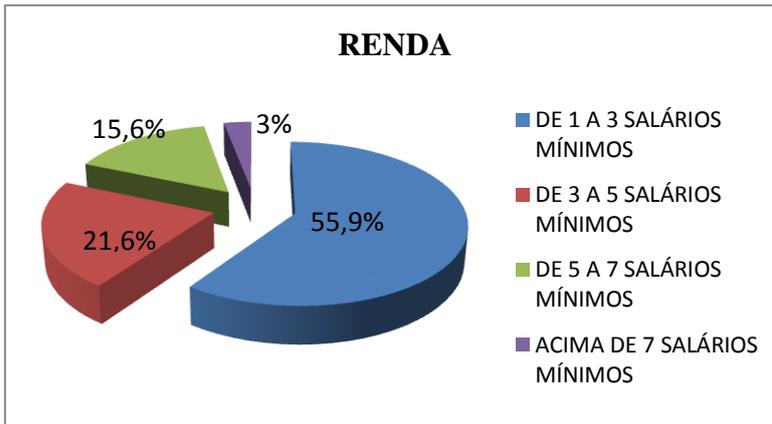


Gráfico 2: Renda das pessoas entrevistadas
Fonte: Dados pesquisa (2015/2016)

5.1.4 Nível de emprego

Com relação ao nível de emprego na cidade observou-se que existe uma proporção considerável de pessoas desempregadas, que representa 24,3% dos respondentes e 75,7% possuem uma relação empregatícia, como demonstra o gráfico 3 a seguir.

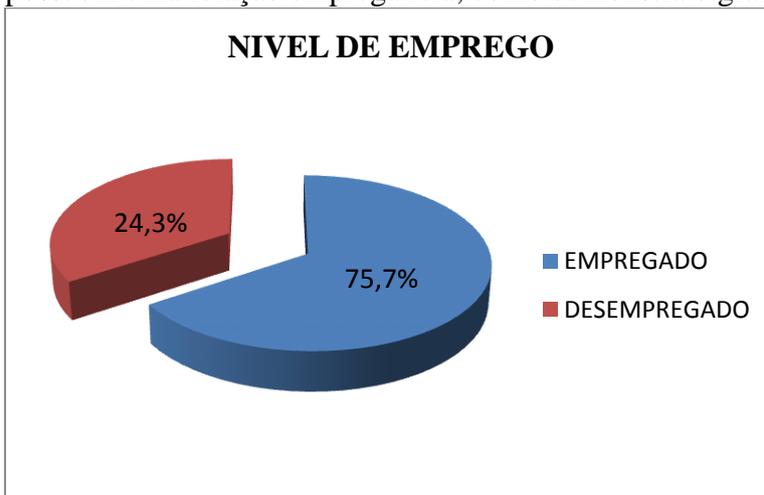


Gráfico 3: Nível de emprego das pessoas entrevistadas
Fonte: Dados primários (2015/2016)

5.1.5 Área profissional atuante

Das pessoas com vínculo empregatício identificou-se que 41% das pessoas atuam na área comercial e 25% são pessoas que trabalham autonomamente. Os servidores públicos correspondem a 19% dos pesquisados e o mesmo percentual corresponde aos profissionais da saúde. Os servidores públicos e privados correspondem a 11% e 7% respectivamente, como pode ser observado no gráfico 4.

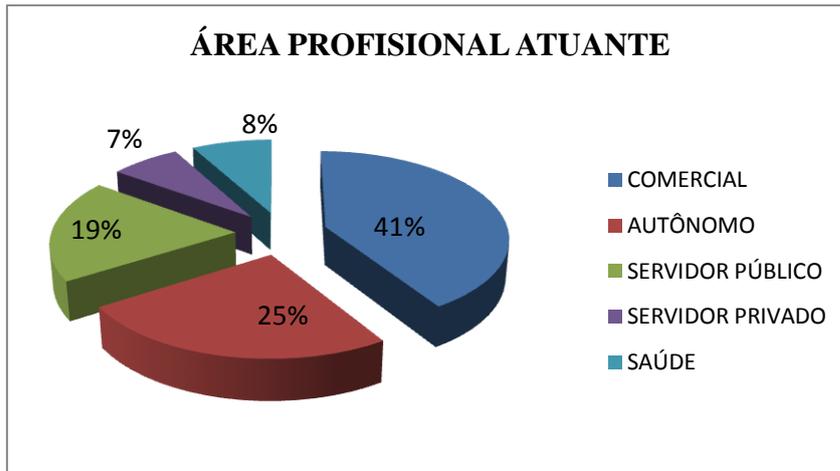


Gráfico 4: Área profissional atuante das pessoas entrevistadas
 Fonte: Dados da pesquisa (2015/2016).

5.2 Análise geral das dimensões

O questionário de aplicação utilizado neste trabalho trata-se de um questionário baseado na escala de Likert que segundo Chisnall (1973) é uma escala confiável, é mais simples de construir e compreender tanto para quem o elabora como para quem responde, lhe dando mais autonomia sem a limitação do concordar e discordar com 5 opções de respostas que permite aos entrevistados da cidade picoense dar para cada questão, uma resposta em grau variado. A Escala de Avaliação utilizada é especificada da seguinte forma: (1) Discordo Totalmente; (2) Discordo Parcialmente; (3) Não Concorda e Não Discorda; (4) Concordo Parcialmente e (5) Concordo Totalmente.

Para análise descritiva dos dados foram criados alguns parâmetros: as médias até 03 foram consideradas baixas, o que significa que o item foi mal avaliado pelo respondente, não havendo a consciência necessária que o cenário atual requer; as médias de 03 até 04 foram consideradas intermediárias, significando que as pessoas estão alheias ao momento de crise econômica; acima de 04 foram consideradas altas, o que significa que o item foi bem avaliado, havendo uma consciência das pessoas na atual conjuntura de seriedade. Algumas questões das dimensões são afirmações reversas (negação), neste caso a análise é oposta dos demais itens, as médias que oscilam entre 01 e 02, equivalem à faixa entre 04 e 05, então nestes termos, quanto menor a média maior a consciência requerida pelos respondentes.

Com relação ao desvio padrão: valores de zero até 0,8 implicam em desvio baixo, ou seja, as respostas entre os respondentes foram convergentes; valores a partir de 0,8 à 1,2 o desvio foi considerado intermediário; e os valores acima de 1,2, tem-se desvio elevado significando que as respostas entre os respondentes foram divergentes.

Abaixo estão dispostas as tabelas das dimensões com seus resultados.

Quadro 1.0 Dimensão de contextualização da crise econômica

AFIRMAÇÕES	Média	Desvio Padrão
1. Considera que o país vive uma crise econômica.	4,25	1,18
2. Encontra-se endividado no momento.	2,92	1,51
3. Continua com mesmo consumo independente da crise econômica.	2,50	1,34
4. Você tem realizado um novo planejamento para seus gastos.	3,50	1,21
5. Você está passando por um período de economizar e consumir somente o necessário.	3,63	1,38

Fonte: Dados da pesquisa (2015/2016)

Nessa dimensão são observados dados em relação a contextualização da crise econômica e conforme a pesquisa os respondentes estão conscientes da existência da mesma, no qual 80,6% concordam que o país passa por esse cenário. O nível de endividamento da amostra pesquisada considerando a média é moderado (47%), sendo curioso, porque o número de famílias endividadas no país atingiu 61,1% devido a redução do emprego, baixa na renda real de cada participante do ambiente familiar e os aumentos excessivos nas taxas de juros desestabilizaram o planejamento financeiro inicial de todos. Quanto ao consumo percebe-se que tem diminuído o que denota um comportamento natural em relação ao contexto atual, pois em relação a dezembro de 2014 o consumo familiar obteve uma queda de 36% decorrente do emprego e renda atual e o momento inapropriado para compra de bens duráveis (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO-CNC, 2015).

O planejamento financeiro pessoal segundo Cerbasi (2004) é a determinação dos objetivos no curto, médio e longo prazo pelo próprio individuo buscando uma importância a mais do que a simples poupança sem finalidade específica. A organização da vida financeira deve ser realizada para evitar gastos desnecessários e incoerentes e com isso equilibrando a mesma sempre mantendo uma reserva para emergências. A amostra pesquisada, em sua maioria, denota que não está praticando um planejamento financeiro de forma moderada existindo assim certa consciência da necessidade do mesmo. Os respondentes tem demonstrado uma inclinação para o consumo necessário, o que é propício ao momento atual.

Segundo Dias *et.al* (2009) a crise econômica é definida como uma fase de declínio no qual o equilíbrio das pessoas está posto em questão, pois apesar de se tratar de um momento de vulnerabilidade esta nem sempre é um risco eminente ao controle financeiro dos indivíduos. Para que exista uma crise propriamente dita é necessário que o país em questão se encontre com uma economia desacelerada, perda do dinamismo, elevação do desemprego, redução nas vendas de diversos setores e até fechamento de empresas. Apesar de ser um momento que o controle financeiro deve ser aplicado a cada pessoa 19% dos respondentes não estão fazendo um novo planejamento financeiro e o número de endividados é baixo em relação a média nacional (61,1%), onde mais de um terço dos pesquisados (37,9%) discordam possuir dívidas.

Para Nohara (1997) a crise econômica é uma etapa de mudanças na vida das pessoas, com perdas e rápidas substituições no seu cotidiano. O comportamento frente a momentos

como este é fundamental para evitar um risco iminente, pois a população se encontra vulnerável financeiramente, mas planejando de forma correta os componentes da crise econômica qualquer risco será evitado. O país em crise é afetado por fatores que alteram a vida humana, como o endividamento por conta da não abdicção de algumas atividades, por exemplo, o lazer e do consumismo desordenado. Pela amostra a economia está adequada ao momento, porém a não realização adequada de um planejamento financeiro eficaz trará riscos as pessoas, como o endividamento e a redução na qualidade de vida.

Quadro 2.0 Indicadores das necessidades econômicas primárias

AFIMAÇÕES	Média	Desvio Padrão
1. Com relação a 2014, seus gastos com alimentação aumentaram.	4,38	0,96
2. Com relação a 2014, você reduziu quantidades de alimentos para diminuição dos gastos.	3,43	1,39
3. Faz alguma substituição de alimentos por mais baratos. Ex. frango e ovo em lugar de carne.	3,05	1,50
4. Seus gastos com moradia estão além de seu salário.	2,93	1,31
5. Em relação a 2014 seus gastos com saúde (médicos, exames, planos de saúde, medicamentos) têm reduzido.	2,52	1,28
6. Utiliza mais a rede pública de saúde.	3,18	1,41

Fonte: Dados da Pesquisa 2015/2016.

Na dimensão com relação as necessidades essenciais primárias os gastos com alimentação vem aumentando gradativamente, tendo em vista que nos supermercados ao fim de 2014 a inflação era de 7,59% e ao final de 2015 atingiu 11,33% conforme a Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas-FIPE (2015). Apesar dos dados mencionados, a pesquisa identificou que acima de 50% dos respondentes afirmam que os gastos com alimentação aumentaram, mostrando assim consciência nas compras de alimento. Observa-se também que de forma moderada os pesquisados tem reduzido a quantidade de alimentos (35,5%). Quanto a substituição de produtos mais caros por algum de preço mais razoável (substitutos), o número de pesquisados que a realizam é menos da metade (39,8%).

Fazendo uma relação entre os gastos de moradia e o salário das pessoas, observa-se em sua maioria concordam que os gastos com moradia estão além do que ganham. Outras despesas que vem aumentando no custo de vida da sociedade estão relacionadas com a saúde (médicos, exames, planos de saúde e medicamentos), pois não tem havido uma redução relevante para diminuir a despesa familiar. No entanto, percebe-se que diante das respostas obtidas vem aumentando a utilização da rede pública de saúde.

Portanto foi observado na pesquisa que os gastos com essa dimensão se mantem parecidos com o momento anterior a crise. Com tal situação é explicado por Camargo e Mansano (2015) quando afirmam que as necessidades econômicas primárias são aquelas que possuem maior importância para sobrevivência humana (alimentação, moradia e saúde), pois é diretamente ligada a qualidade de vida de cada individuo e as mesmas apesar do momento econômico difícil continuam sendo conscientes nas vidas das pessoas.

Quadro 3.0 Indicadores das necessidades econômicas secundárias

AFIRMAÇÕES	Média	Desvio Padrão
1. Seus gastos com a empresa fornecedora de água aumentaram.	3,86	1,17
2. Diante do aumento com os gastos com eletricidade você tem feito algum tipo de economia. Ex: não utilizar central de ar, reduzir a utilização de aparelhos eletrônicos, etc.	3,50	1,43
3. Tendo em vista o período de calor excessivo, seu consumo de energia elétrica aumentou, mesmo com a crise.	4,71	1,29
4. Utiliza meios ilícitos para não comprometer o consumo e despesa com energia elétrica.	2,47	1,47
5. Com o aumento do valor do combustível, você tem repensado a utilização de veículos automotores no seu cotidiano.	2,96	1,42
6. Não se importa com o aumento dos combustíveis.	2,13	1,29
7. Em relação a 2014 suas atividades de lazer foram reduzidas.	3,03	1,52
8. Em relação a 2014 suas atividades de lazer mantiveram o mesmo nível.	2,32	1,27
9. Tem abdicado de seu lazer em troca de economia.	3,39	1,42
10. Seus gastos com educação tem sido iguais em relação a 2014.	2,46	1,28
11. Com relação à educação, você ou alguém da família teve que fazer alguma mudança por conta da atual situação financeira do país, tipo deixou de estudar, ou teve que mudar da educação privada para a pública.	3,05	1,38
12. Continua fazendo atividades físicas pagas (academias, escolinhas de natação, etc).	2,83	1,34
13. Faz somente de atividades físicas gratuitas. Ex: caminhada.	2,96	1,49

Fonte: Dados da Pesquisa 2015/2016.

Segundo Camargo e Mansano (2015), necessidades secundárias são aquelas que não ameaçam de imediato a vida das pessoas, relacionam-se com a qualidade de vida, são necessárias, porém não são indispensáveis para sobrevivência. Tendo como exemplo, transporte, cultura, ouvir um CD, ir ao cinema, neste setor secundário alguns pontos foram analisado através da pesquisa, o primeiro deles foi o aumento dos gastos junto à empresa fornecedora de água, onde mais que a metade dos respondentes concordou totalmente que seus gastos aumentaram.

Pode-se constatar através da pesquisa que apesar da crise, as pessoas em nossa região ainda estão alheias aos aumentos sucessivos na eletricidade, devido continuar utilizando os aparelhos eletrônicos, citando como exemplo o uso de ar condicionado, apesar de que segundo o IBGE (2016) as contas de energia elétrica dos brasileiros aumentaram bastante nos últimos meses, em média 51% maior em relação a 2014.

De acordo com Lima (2011) fraudes na medição de consumo de energia elétrica “irregularidade”, é um dos maiores desafios para a empresa de distribuidora de energia do

Brasil, porém a pesquisa mostrou o contrário, pois os respondentes possuem a consciência de não utilizarem esses meios, observando que mais da metade dos pesquisados discordam totalmente dessa prática ilícita.

Dados do IBGE (2016) apontaram aumento em média do preço dos combustíveis nacionalmente em 20,1 %, quanto a isso, foi observado que a população de Picos está consciente com relação a este aumento, preocupando-se na hora de abastecer, tendo em vista que em sua maioria dos respondentes não julgavam importante o aumento da gasolina por parte do governo, porém, quanto a ideia de repensar na utilização de veículos automotores, estes não deram muita importância, pois continuam utilizando com mesma frequência. Segundo dados da Pesquisa Global de Mercado e Insights de Mercado-Mintel (2016), aproximadamente 29% das pessoas de uma pesquisa relacionada a gastos com refeição fora de casa e lazer, apontaram que estão saindo menos para entretenimento fora de casa, como cinema e shows.

Com relação as atividades de lazer em Picos, foi observado que as pessoas estão alheias ao momento de crise, pois mantiveram seu lazer um terço dos entrevistados em relação a 2014. Enquanto que é observado que quase a metade tem abdicado seu lazer em troca de economia. Em relação aos gastos com educação da população é analisado que embora tenham ocorrido mudanças em 2015 em comparação ao ano anterior, houve uma transição pequena dos estudantes da escola privada para a pública. É observado também que nas atividades físicas pagas, foi constatado que existe uma grande divergência quanto a realização da mesma, tendo em vista que quase o mesmo número de pesquisados afirmam não pagar para fazer nenhuma atividade física e também não as vem praticando de forma gratuita.

Quadro 4.0 Indicadores das necessidades econômicas terciárias

AFIRMAÇÕES	Média	Desvio Padrão
1. Deixou de frequentar festas e eventos pagos em decorrência da crise.	2,72	1,48
2. Deixou de frequentar bares e/ou restaurantes em decorrência da crise.	2,65	1,47
3. Em relação a 2014 as quantidades de viagens programadas reduziram.	3,07	1,36
4. Em relação a 2014 tem realizado menos trocas ou aquisições de aparelhos tecnológicos. Ex: celulares, tablets, computadores.	3,30	1,33
5. Em relação a 2014 seu consumo de bebidas alcóolicas e/ou cigarros tem reduzido.	2,66	1,43

Fonte: Dados da pesquisa (2015/2016).

Nessa dimensão serão analisadas as necessidades terciárias que segundo Camargo e Mansano (2015), são aquelas consideradas de luxo, como roupa de alta costura, perfumes caros, automóveis de gama alta, bens alimentares de grande requinte, aquilo que é supérfluo, sua satisfação pode ser considerada dispensável. Neste setor secundário outros pontos também foram analisados, como festas e eventos. Conforme a pesquisa é observada que quase a metade dos respondentes (49,1%) discordou que mudaram seus hábitos de frequentar festas e eventos pagos e também é visto que mais da metade não abdicaram de frequentar bares e/ou restaurantes e de acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos-ABEOC

(2015) uma pesquisa mostrou que eventos pagos têm crescido substancialmente nos últimos anos, tendo movimentado R\$ 59 bilhões no ano de 2014, frente aos R\$ 4 bilhões em 2002, além disso, uma boa notícia é que o setor deve continuar em crescimento, embora o Brasil permaneça enfrentando os problemas econômicos.

Conforme Bazani (2015), uma pesquisa revela que os índices de viagens de ônibus e aviões caíram nos últimos meses, em relação a esse ponto, as pessoas na cidade de Picos estão indiferentes à diminuição de suas viagens, já que houve uma discordância por mais de um terço dos respondentes que não reduziram a quantidade de viagens programadas. Outro ponto analisado foi com relação a troca ou aquisição de aparelhos tecnológicos pelos respondentes e segundo a Pesquisa Global de Mercado e Insights de Mercado(2015), as perspectivas apontavam antes da crise para um dos setores com maior potencial de crescimento, porém cresceu apenas 22% em 2015, muito pouco quando o previsto em 2011 que era de 111%, uma queda gigante, que também foi acompanhado pelos respondentes que na estão a sua maioria imparciais com relação aquisição de aparelhos tecnológicos novos. Também analisado que quase a metade discorda que houve redução no consumo de bebidas alcoólicas e\ou cigarros e de acordo com Empreendedor.com (2015) o setor registrou alta de 4,9% para cerveja no ano de 2015, fato que foi visto na pesquisa.

Em suma as pessoas com relação aos gastos supérfluos o nível de consciência encontra-se ainda a desejar, tendo em vista que no cenário atual o ideal é reduzi-los e economizar o suficiente para não passar por apertos financeiros e acumular dívidas. Ao contrário do desejável as pessoas da comunidade de Picos não estão deixando de frequentar festas, bares e restaurantes e a redução na quantidade de viagens programadas não foi reduzida e quanto a aquisição de tecnologias existe a imparcialidade das pessoas.

5.3 Análise das dimensões versus perfil sócio demográfico

Analisando os resultados das quatro dimensões avaliadas, achou-se válido correlaciona-los com os resultados do perfil sócio demográfico.

5.3.1 Dimensão contextualização da crise x o sexo e estado civil

A quantidade de homens (55,7%) é superior ao número de mulheres (44,3%) respondentes à pesquisa. Do total de homens quase a metade (40,1%) são casados e com relação a concordância de que o país vive uma crise econômica 38,9% destes respondentes analisam que a crise é existente. Os homens solteiros da pesquisa correspondem a 33% do total, sendo que a grande maioria possui endividamento. As mulheres casadas na pesquisa correspondem a 20,46% do total, sendo que um terço delas não vem realizando um novo planejamento financeiro.

5.3.2 Dimensão das necessidades primárias x sexo e estado civil

Com relação aos gastos com alimentação foi analisado que um quarto dos homens casados tem percebido que estes vêm aumentando e os homens solteiros em sua minoria confirmam que seus salários estão abaixo dos custos de moradia. Na saúde é visto que menos de um terço das mulheres casadas não reduziram seus gastos.

5.3.3 Dimensão das necessidades secundárias x sexo e estado civil

Em fazer uma economia na redução de energia elétrica um terço das mulheres casadas não a vem fazendo e continuam utilizando os aparelhos eletrônicos como de frequência sem

as mudanças necessárias nesse período. Menos de um terço das casadas estão repensando sobre a utilização de seus veículos automotores condizendo com o período atual. Em relação a pratica de atividades físicas pagas menos de um quinto das mulheres (casadas e solteiras) continuam as praticando. Quanto a abdicação do lazer em troca de economia um quinto dos homens casados concorda que estão praticando essa mudança de hábito.

5.3.4 Dimensão das necessidades terciárias x sexo e estado civil

Nessa dimensão foram observados os gastos supérfluos e foi observado que do público solteiro (homens e mulheres) quase na sua totalidade não estão deixando de frequentar festas e eventos pagos. Um terço dos homens solteiros discorda que não reduziram seu consumo de bebidas e/ou cigarros em decorrência da crise econômica.

5.3.5 Dimensões x salário

As pessoas que ganham de um até três salários mínimos estão mais contidas nos gastos e se organizando financeiramente melhor, observado em mais de um terço do total pesquisado e menos da metade vem realizando menos aquisições ou trocas de aparelhos tecnológicos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conformidade com os objetivos definidos, a crise econômica atual é vista como superior em relação a ultima percebida no Brasil em 2008. Em resposta ao problema de pesquisa, o trabalho em campo possibilitou a verificação da forma que os consumidores de Picos-PI estão se comportando diante do cenário vivido atualmente.

Observando os resultados foi possível perceber que as pessoas concordam que o país passa por uma crise econômica e estão sentindo os efeitos no consumo. A reorganização financeira encontra-se ainda inadequada, precisando de uma maior consciência por parte das pessoas que não vem mudando seus hábitos, mesmo diante do cenário atual. Ainda foi observado que os gastos com alimentação aumentaram, a moradia manteve um mesmo nível, a saúde tem aumentado seus valores, apesar das pessoas estarem procurando mais a rede pública.

Com a realização da pesquisa houve a evidência que aos aumentos das contas das fornecedoras de energia elétrica tem crescido, porém, as pessoas continuam utilizando os aparelhos eletrônicos da mesma forma, mesmo sem a utilização de meios ilícitos para evitar o comprometimento no alto consumo, como também dos combustíveis que não se abalaram tão quanto deveriam com os aumentos sucessivos, pois continuam utilizando seus veículos automotores com a mesma frequência. O lazer, na maioria dos respondentes o mantem, não fazendo a economia que seria desejada para esse período de crise. Mais da metade dos respondentes não deixou de frequentar bares e/ou restaurantes, tal qual quase a metade dos pesquisados não mudaram seu hábito de participar de festas e eventos pagos, observando neste caso que os gastos supérfluos não foram reduzidos como deveriam ser.

A pesquisa contribuiu de forma positiva para medir os níveis de consumo da sociedade diante do cenário econômico observado. Contribuiu para o desenvolvimento de novas pesquisas para o tema, tendo em vista que neste trabalho foi pesquisado o nível de consumo das pessoas, poderia contribuir para uma pesquisa com o comércio e qual seu planejamento para os próximos anos. E através da combinação entre teoria e prática motiva para uma possível publicação do artigo.

Durante o processo de pesquisa também foram observadas limitações quanto à disponibilidade da população amostral para responder o questionário referente ao estudo, ocorreram problemas de saúde, pouco tempo realmente disponível pelos pesquisadores devido ao trabalho e estudos, uma greve na instituição de ensino e a complexidade na montagem do referencial teórico.

Pelos aspectos analisados, verifica-se que o resultado não é o desejável para um país que está em crise econômica, tendo em vista que alguns hábitos da população não foram modificados e que os gastos supérfluos muito aquém do esperado e um novo planejamento financeiro deveria ser realizado, pois está abaixo do ideal, apesar da maioria concordar que as condições de gastos desnecessários são inerentes ao cenário econômico atual.

REFERÊNCIAS

ALVES, J.E.D. A redução da extrema pobreza global segundo o Banco Mundial, artigo de José Eustáquio Diniz Alves," in *Portal EcoDebate*, 09/01/2015,<<http://www.ecodebate.com.br/2015/01/09/a-reducao-da-extrema-pobreza-global-segundo-o-banco-mundial-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves>>. Acesso em: 23 junho 2015

ASSALVE, D. **Entenda a Crise Econômica Mundial**. Economia IG São Paulo, 2011. Disponível em: <http://economia.ig.com.br/criseeconomica/entenda-a-crise-economica-mundial/n1597248705930.html>>Acesso em 13/06/2015

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DO MERCADO ERÓTICO E SENSUAL. Crise econômica impulsiona mercado erótico. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/crise-economica-impulsiona-mercado-erotico-acredita-setor/101432>>Acesso em: 29 novembro 2015

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS: Como Crescer no Mercado de Eventos em Época de Crise. Disponível em:<http://www.abeoc.org.br/2015/04/como-crescer-no-mercado-de-eventos-em-epoca-de-crise/>>Acesso em: 16 fev.2016

ASSOCIAÇÃO DOS FABRICANTES DE REFRIGERANTE DO BRASIL-AFEBRAS. Setor de bebidas projeta crescimento para 2015. Disponível em:<<http://empreendedor.com.br/noticia/setor-de-bebidas-projeta-crescimento-para-2015/>> Acesso em 24 junho 2015

ASSUMPTÃO JR, A. Queda nas vendas de veículos fecha 250 concessionárias no Brasil. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/05/queda-nas-vendas-de-veiculos-fecha-250-concessionarias-no-brasil.html> >Acesso em: 23 junho 2015

BARBOSA, G.G.; RABAÇA, C.A. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Edições 70. 2008. 2.ed.

BAZANI,Adamo: Mais Brasileiros estão Trocando o Avião pelo Ônibus. Disponível em: <https://blogpontodeonibus.wordpress.com/2015/10/19/mais-brasileiros-estao-trocando-o-aviao-pelo-onibus-diz-ministerio-do-turismo/>>Acesso em 17 fev.2016

BISPO, C.R.; MUSSE, J.S.; VAZ, F.T.; MARTINS, F.J. (Orgs). Crise Financeira Mundial: impactos sociais e no mercado de trabalho: ANFIP, 200p. , 2009

CERBASI, Gustavo. Casais inteligentes enriquecem juntos. Finanças para casais. 20º ed. Editora Gente, 2004.

CHISNALL, Peter. *Marketing Research: Analysis and Measurement*. McGraw-Hill: 1973. Disponível em:< http://www.fecap.br/adm_online/art22/tania.htm> Acesso em 10/02/2016.

___ Consumo e modos de vida: Organizado por Hertz Wendel de Camargo; Sonia Regina Vargas Mansano – Londrina:Syntagma Editores, 2015 – Segunda Edição. 178 p.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO-CNC: Endividamento volta a subir e chega a mais de 60% das famílias. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2015-12/endividamento-volta-subir-e-chega-mais-de-60-das-familias-diz-cnc>> Acessado em 17 fev. 2016

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO-CNC: Intenção de consumo das famílias fica estável em dezembro após dez quedas. Disponível em: <http://economia.ig.com.br/2015-12-15/intencao-de-consumo-das-familias-fica-estavel-em-dezembro-apos-dez-quedas.html>>Acesso em:18 fev 2016

DIAS,C.R.;ROLIM,G.F.;SILVA,K.H.F.;LIMA,L.P.;SILVA,L.C.A.;SILVA,M.M.;FERREIR A,M.S.;MESQUITA,N.;SILVA,R.S.;SOUZA,S.O. **ACrise Económica-Finaceira e a Responsabilidade Social**. Trabalho de revisão bibliográfica da disciplina Responsabilidade Social e Meio Ambiente, do curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humana/Administração. Faculdade JK/ILAPE. Brasília, 2010. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/a-crise-economica-finaceira-e-a-responsabilidade-social/55231/>>Acesso em 24 junho 2015

DOUGLAS, M. **O Mundo dos Bens**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

DUPAS, Gilberto. **Estratégias das transnacionais**: oportunidades e riscos. São Paulo, IEA-USP, *Coleção Documentos* n. 44, abr. 2013.

EXAME. ABRIL. PIB Terá Retração de 1,2% em 2015, Preveem Economistas. Disponível em:< <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/pib-tera-retracao-de-1-2-em-2015-preveem-economistas>>Acesso em 24 junho 2015

FABRI, M. **Driblando a crise**. Móbile Fornecedores. Ano XX, ed. 2009. Pag. 30 - 35. Dezembro, 2008.

FERRAZ, F.C. Crise Financeira Global: Impactos na Economia Brasileira, Política, Econômica e Resultados, 2013. 104 f. Dissertação (Mestrado em Economia). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

FIPE- Fundação Instituto de Pesquisas Economicas. Disponível em:<http://www.investimentosenoticias.com.br/noticias/negocios/inflacao-nos-supermercados-foi-de-11-33-em-2015>>Acesso em 11/02/2016

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRAGA, E. Brasil deve perder para a Índia o 7º lugar entre as maiores economias. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/01/1569589-brasil-deve-perder-para-a-india-o-7-lugar-entre-as-maiores-economias.shtml>> Acesso em: 23 junho 2015

GIGLIO, E.M. **O Comportamento do Consumidor**. 3º ed. São Paulo. Editora Thomson, 2005.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Antônio Carlos Gil. –5. Ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em: 16 jun. 2015

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/01/inflacao-oficial-fica-em-1067-em-2015.html>> Acesso em: 16 fev. 2016

KAWAUTI, M. Devedores descontrolados: pesquisa mostra falta de organização financeira do brasileiro. Disponível em:<<http://www.arenadopavini.com.br/artigos/gestao-de-patrimonio/devedores-descontrolados-pesquisa-mostra-falta-de-organizacao-financeira-brasileiro>> Acesso em 23 junho 2015

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. [S.l.]: Atlas, 2010.

MARTINS, G. T. **O Consumo Compulsivo**. Início: 2012. Dissertação (Mestrado profissional em Teologia), Faculdades Santa Cruz, Curitiba.2012

LIMA, G.P.L.; Suspensão do Fornecimento de Energia Elétrica no Caso de Fraude – Legitimidade: aspectos jurídicos e decisões judiciais). Disponível em: http://www1.lsr.com.br/cms/opencms/sialealves/pt/artigos/pdfs/SUSPENSAO_DO_FORNECIMENTO_DE_ENERGIA.pdf> Acesso em:17 fev. 2016

MORAIS, L. (2010). **Financiando o Desenvolvimento: Fontes para um Novo Projeto Nacional?**, in: Desenvolvimento: Ideias para um Projeto Nacional. São Paulo: Anita Garibaldi e Fundação Maurício Grabois.

NOHARA, J. **Crise Financeira: Antigas e Novas Abordagens**. Revista de Economia Política, vol. 17, n. 1. Jan. a mar. 1997.

OLIVEIRA, L. Tipos de negócios que dão certo em tempos de crise econômica. Disponível em:<<http://capitalsocial.cnt.br/negocios-que-dao-certo-idade-2015/>> Acesso em 29 novembro 2015

OREIRO, J.L., professor do Departamento de Economia da Universidade de Brasília, diretor da Associação Keynesiana Brasileira e co-editor do livro "The financial crisis: origins and implications", Palgrave Macmillan, 2011, em artigo publicado no jornal Valor, 13-09-2011.

PARRELLA, B. ;MOREIRA, S. **Europa em Crise**: Global Voices Group 2013. Pág.43

PESQUISA GLOBAL DE MERCADO E INSIGHTS DE MERCADO (MINTEL). Caem expectativas para vendas de tecnologia, lazer e vestuário, mostra estudo. Disponível em:< <http://www.dci.com.br/economia/caem-expectativas-para-vendas-de-tecnologia,-lazer-e-vestuario,-mostra-estudo-id472528.html>>Acesso em 23 junho 2015

PESQUISA GLOBAL DE MERCADO E INSIGHTS DE MERCADO-MINTEL: 1 em casa 3 brasileiros reduziu gasto com alimentação fora de casa e lazer. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/02/1-em-cada-3-brasileiros-reduziu-gasto-com-refeicao-fora-de-casa-e-lazer.html>> Acesso em 15 fev. 2016

PINHEIRO, R.M., et. al. **Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro. Ed.: FGV, 2006, p.21. Brasília

PORTAL TCU (Tribunal de Contas da União). Ações do governo para reduzir os efeitos da crise. Disponível em: <http://portal3.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/contas/contas_governo/contas_09/Textos/Ficha%201%20-%20Análise%20da%20Crise.pdf>Acesso em: 23 junho de 2015

ROCKMANN,R.; Ritmo de Vendas de Celulares Despensa no Brasil. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/especiais/infraestrutura/ritmo-de-vendas-de-celulares-despenca-no-Brasil>>Acesso em: 15 fev.2016

SANTOS, A. Dieese Alerta para Esfriamento do Mercado Imobiliário com Aumento de Juros da Caixa. Disponível em:< <http://www.redebrasilatual.com.br/economia/2015/01/dieese-alerta-para-esfriamento-do-mercado-imobiliario-com-aumento-de-juros-da-caixa-2264.html>>Acesso em 23 junho 2015

SANTOS, E.N. dos. Aumento do Preço dos Combustíveis Impulsiona Inflação em Outubro. Disponível em:< <http://www.ebc.com.br/noticias/economia/2015/11/aumento-do-preco-dos-combustiveis-impulsiona-inflacao-em-outubro>>Acesso em 11/02/2016

SICSÚ, J. **A Economia Brasileira Durante a Crise**: indicadores de performance e perspectiva. In: BISPO, C.R.; MUSSE, J.S.; VAZ, F.T.; MARTINS, F.J. (Orgs). Crise Financeira Mundial: impactos sociais e no mercado de trabalho: ANFIP, 200p. , 2009

SILVA, Z. C.. **Dicionário de Marketing e Propaganda**. Rio de Janeiro: Pallas, 1976.

ANEXOS



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043

Caro (a) senhor (a), estamos realizando uma pesquisa destinada a atividade de caráter obrigatório da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II do curso de Bacharelado em Administração desta Instituição, que tem por objetivo descobrir como a crise econômica está afetando os níveis de consumo da comunidade de Picos-Pi. Gostaríamos de sua contribuição para responder esse questionário. O mesmo terá fins científicos, garantindo assim o completo sigilo de suas informações. Desde já, agradecemos a sua participação.

1-Sexo:

Masculino Feminino

2- Estado Civil:

Solteiro(a) Casado(a)

3-Idade:

menor de 18 anos entre 30 a 50 anos

entre 18 a 30 anos acima de 50 anos

4-Renda mensal (salário mínimo):

1 a 3 salários mínimos (R\$ 788,00 a R\$ 2364,00)

3 a 5 salários mínimos (R\$ 2364,00 a R\$ 3940,00)

5 a 7 salários mínimos (R\$ 3940,00 a R\$ 5516,00)

acima de 7 salários mínimos (acima de R\$ 5516,00)

5- Encontra-se empregado no momento?

Sim Não

6-Se a resposta anterior foi sim, encontra-se empregado em qual área?

Comercial Autônomo Docência

Servidor público Saúde Servidor privado

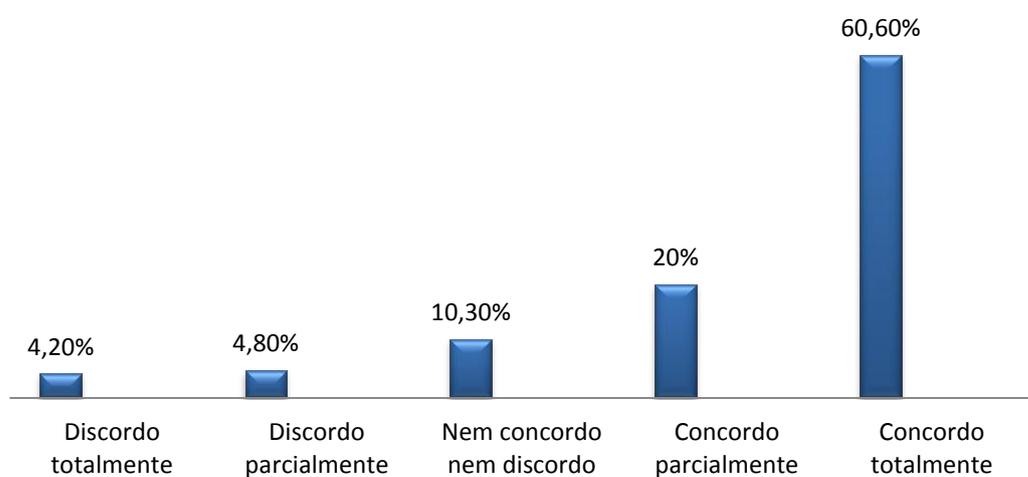
Outro Qual: _____

QUESTÕES Dimensão de gastos triviais para a sobrevivência humana.	Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Nem concordo, nem discordo.	Concordo Parcialmente	Concordo totalmente
7. Considera que o país vive uma crise econômica.					
8. Encontra-se endividado no momento.					
9. Com relação a 2014, seus gastos com alimentação aumentaram.					
10. Com relação a 2014, você reduziu quantidades de alimentos para diminuição dos gastos.					
11. Faz alguma substituição de alimentos por mais baratos. Ex. frango e ovo em lugar de carne.					
12. Continua com mesmo consumo independente da crise econômica.					
13. Seus gastos com a empresa fornecedora de água aumentaram.					
14. Diante do aumento com os gastos com eletricidade você tem feito algum tipo de economia. Ex: não utilizar central de ar, reduzir a utilização de aparelhos eletrônicos, etc.					
15. Tendo em vista o período de calor excessivo, seu consumo de energia elétrica aumentou, mesmo com a crise.					
16. Utiliza meios ilícitos para não comprometer o consumo e despesa com energia elétrica.					
17. Com o aumento do valor do combustível, você tem repensado a utilização de veículos automotores no seu dia a dia. Ex: carro, moto, etc.					
18. Não se importa com o aumento dos combustíveis.					
19. Seus gastos com moradia condizem com seu salário.					
20. Você tem realizado um novo planejamento para seus gastos.					
21. Você está passando por um período de economizar e consumir somente o necessário.					

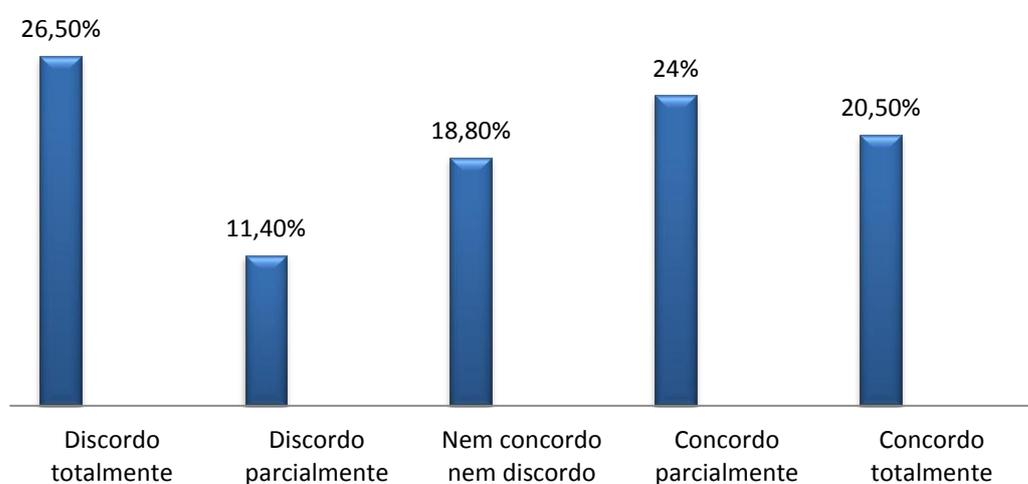
<p>QUESTÕES</p> <p>Dimensão de gastos não triviais para a sobrevivência humana.</p>	Discordo	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
22. Em relação a 2014 suas atividades de lazer foram reduzidas.					
23. Em relação a 2014 suas atividades de lazer mantiveram o mesmo nível.					
24. Tem abdicado de seu lazer em troca de economia.					
25. Deixou de frequentar festas e eventos pagos em decorrência da crise.					
26. Deixou de frequentar bares e/ou restaurantes em decorrência da crise.					
27. Em relação a 2014 as quantidades de viagens programadas reduziram.					
28. Em relação a 2014 tem realizado menos trocas de aparelhos tecnológicos. Ex: celulares, tablets, computadores, etc.					
29. Em relação a 2014 seus gastos com saúde (médicos, exames, planos de saúde, medicamentos) têm reduzido.					
30. Utiliza mais a rede pública de saúde.					
31. Seus gastos com a educação tem sido iguais em relação a 2014.					
32. Com relação à educação, você ou alguém da família teve que fazer alguma mudança por conta da atual situação financeira do país, tipo deixou de estudar, ou teve que mudar da educação privada para o pública?					
33. Em relação a 2014 seu consumo com bebidas alcoólicas e/ou cigarros tem reduzido.					
34. Continua participando de atividades físicas pagas (academias, escolinhas de natação, etc).					
35. Participa somente de atividades físicas gratuitas. Ex: caminhada					

**GRÁFICOS DAS RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS EM
PORCENTAGEM**

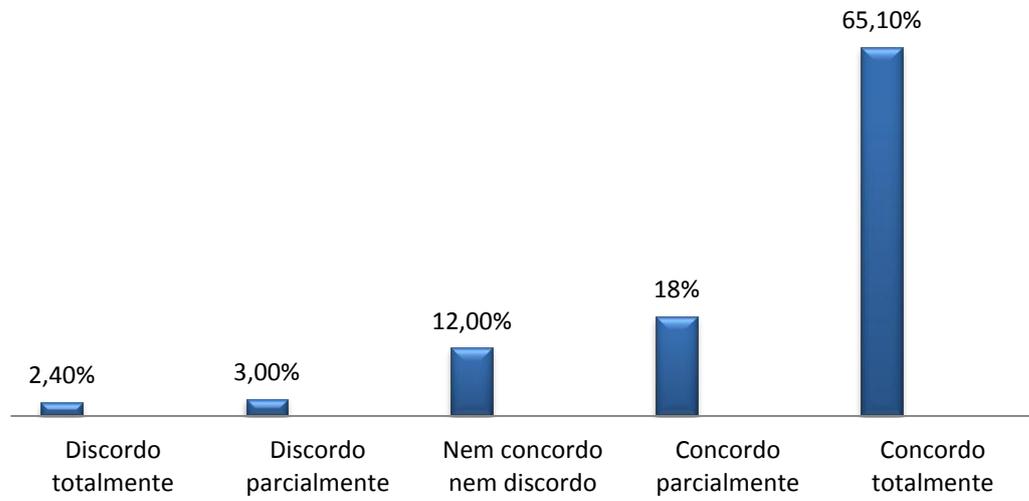
Questão 7



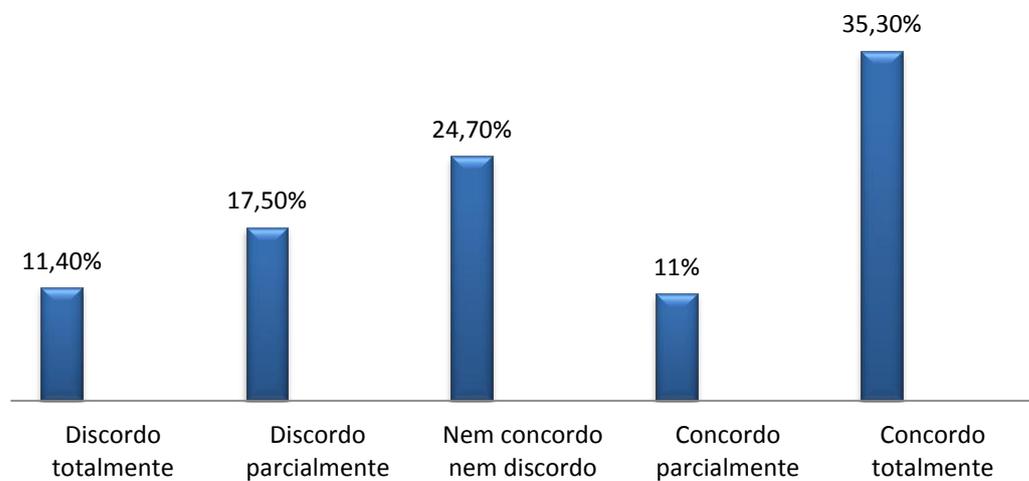
Questão 8



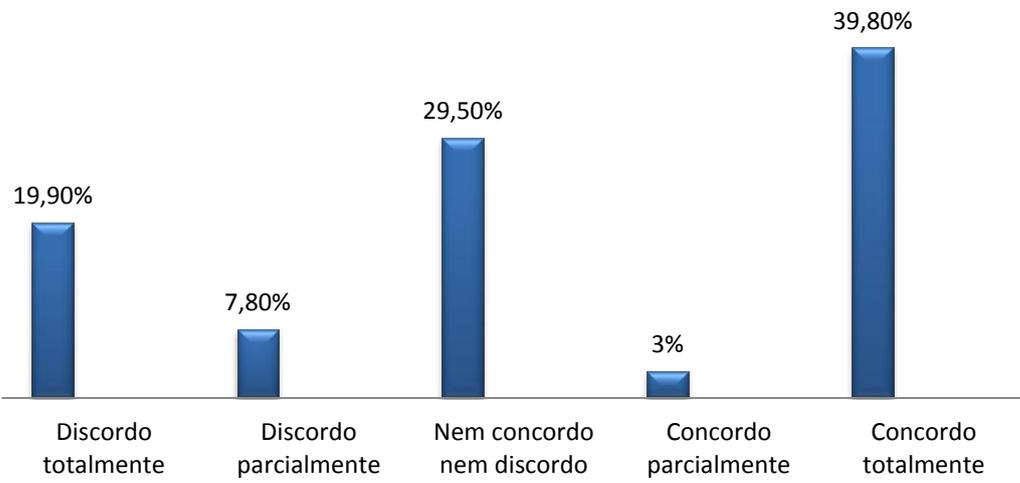
Questão 9



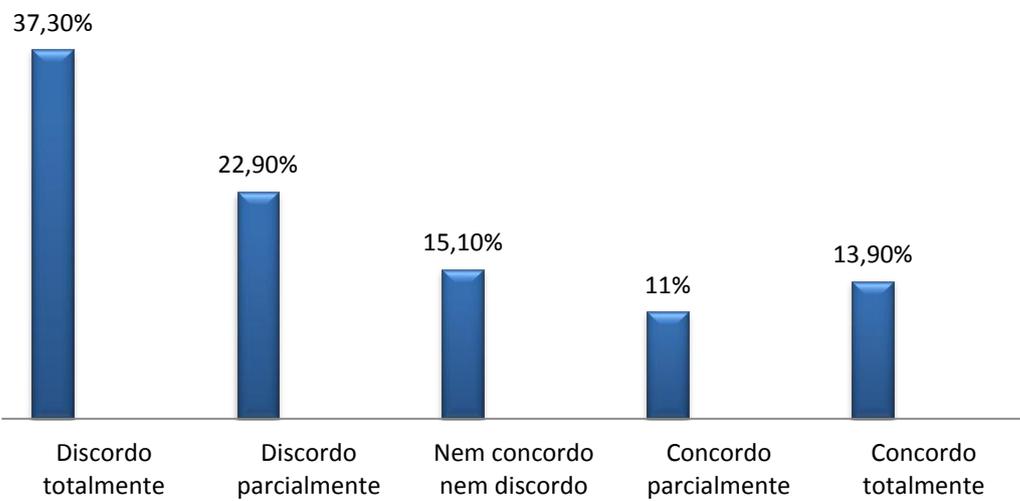
Questão 10



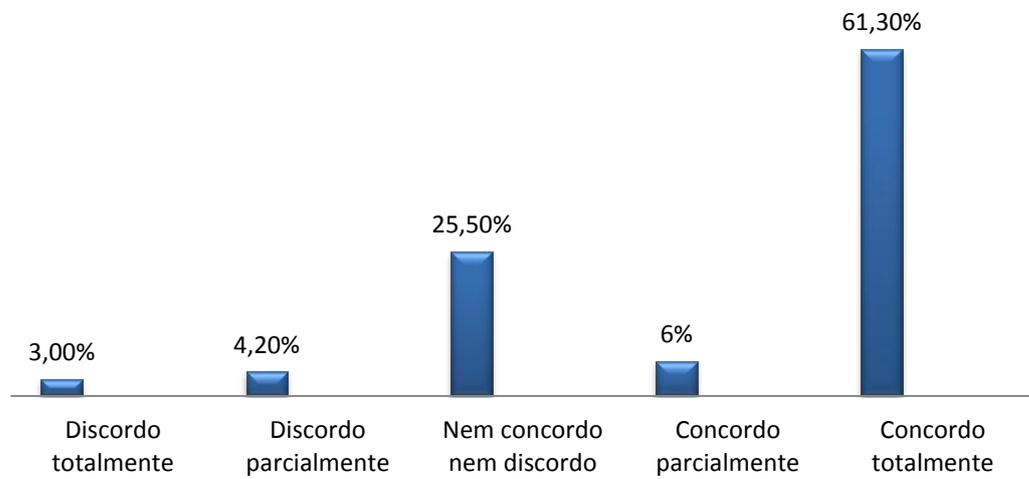
Questão 11



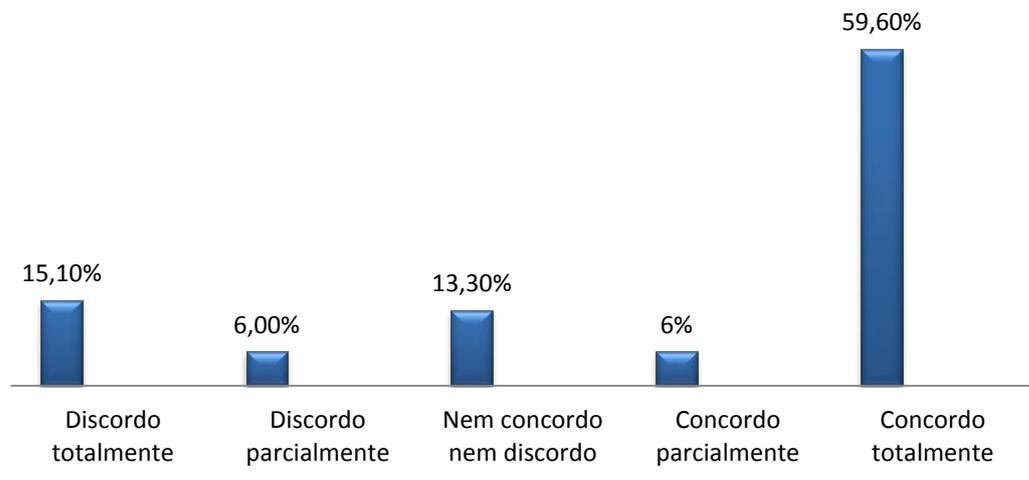
Questão 12



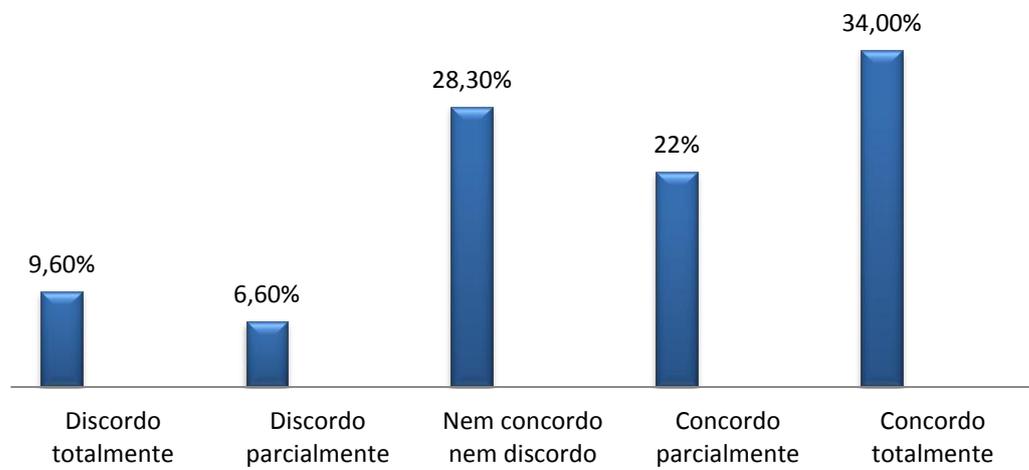
Questão 13



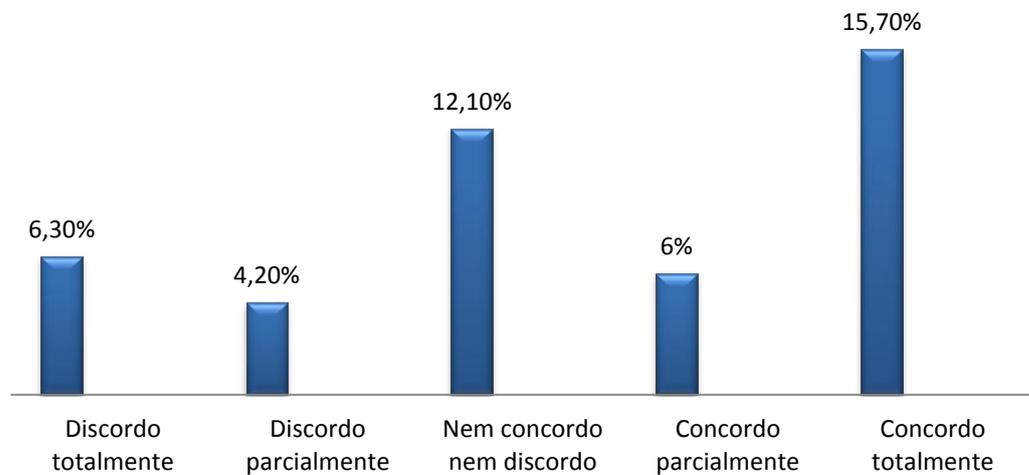
Questão 14



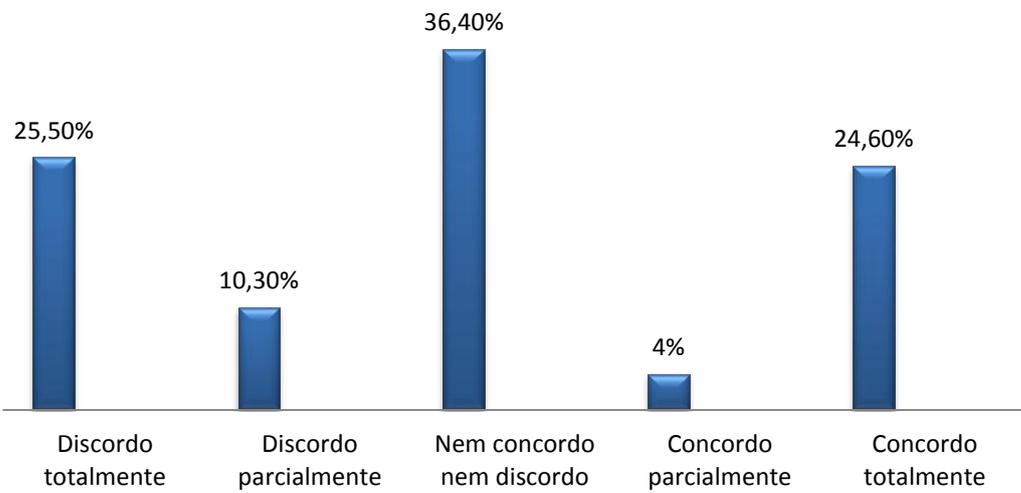
Questão 15



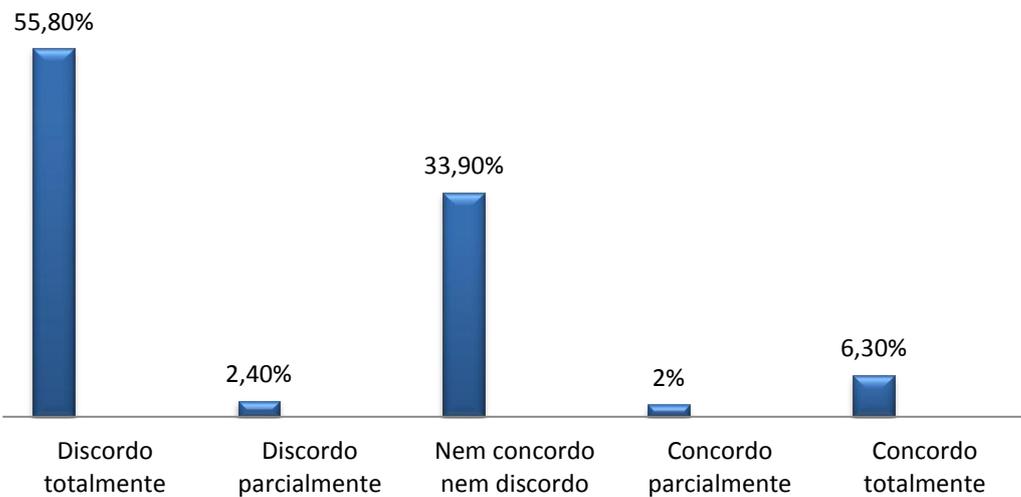
Questão 16



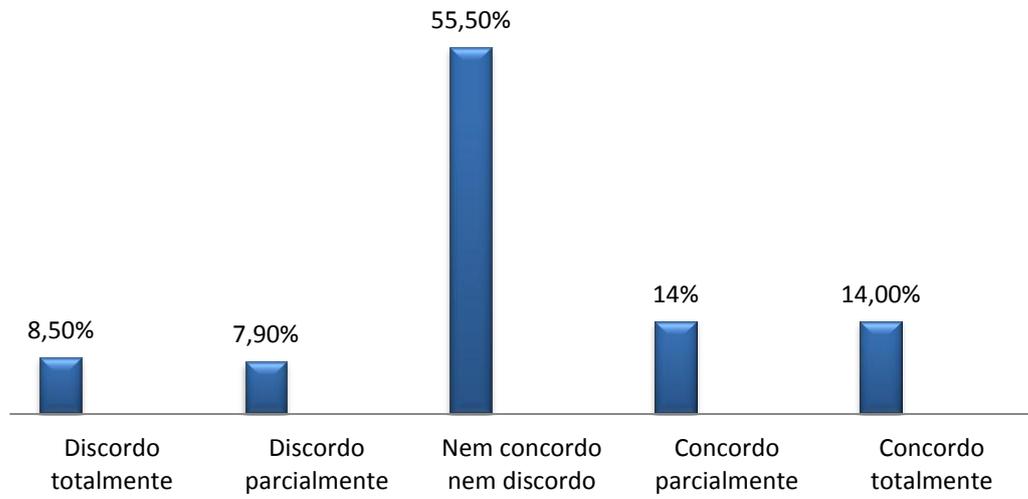
Questão 17



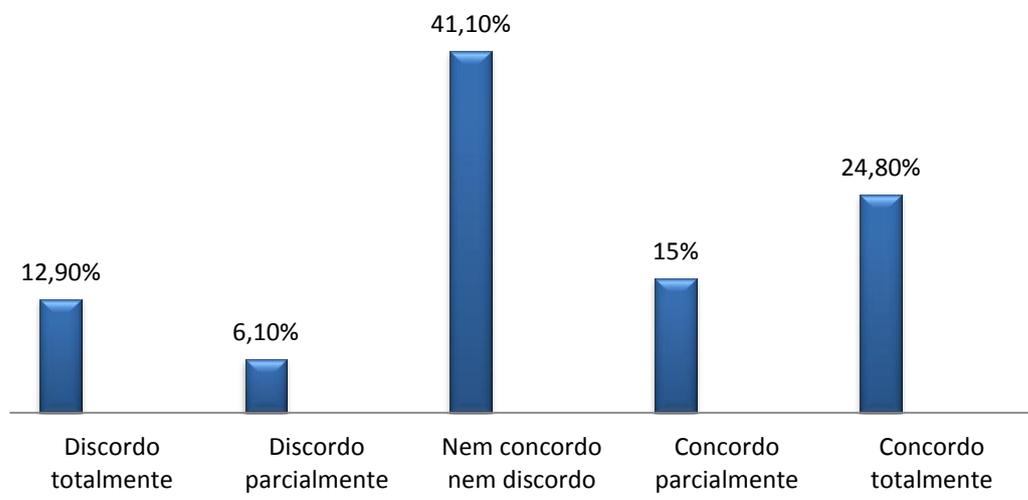
Questão 18



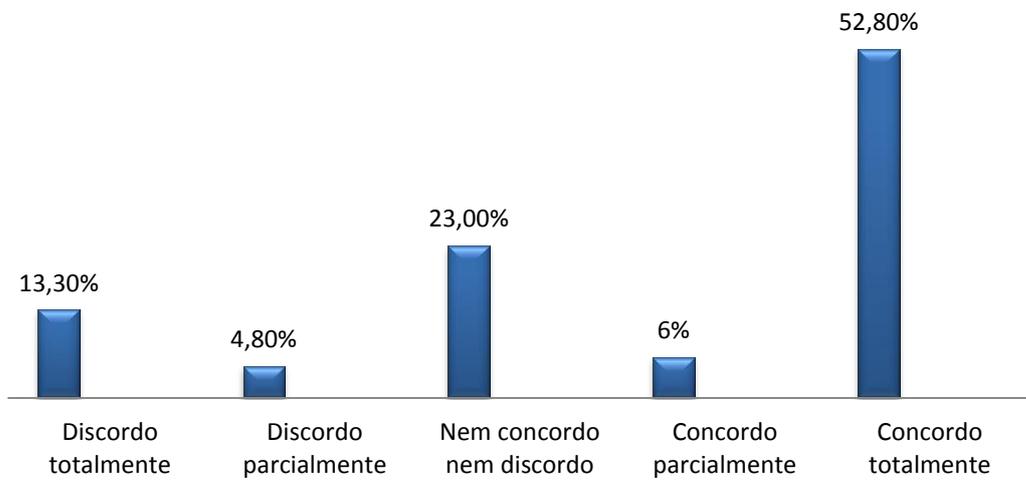
Questão 19



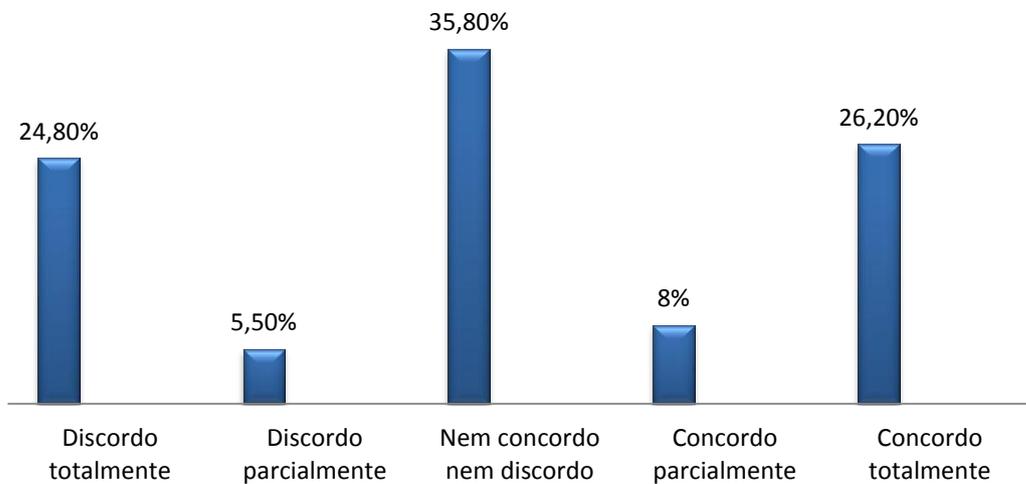
Questão 20



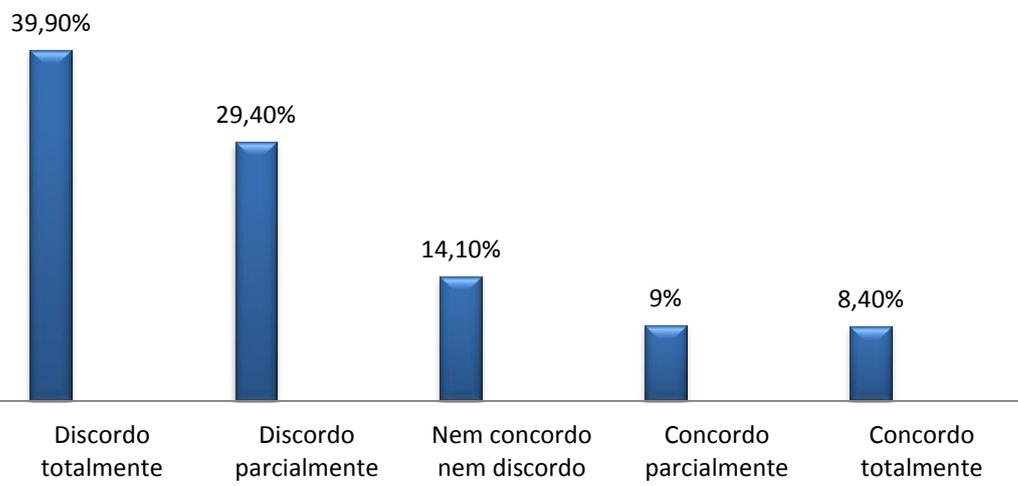
Questão 21



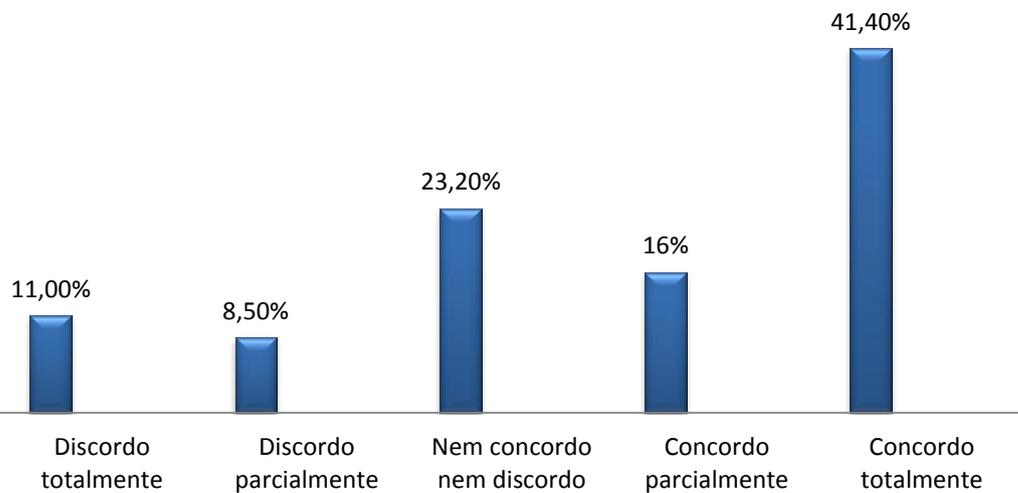
Questão 22



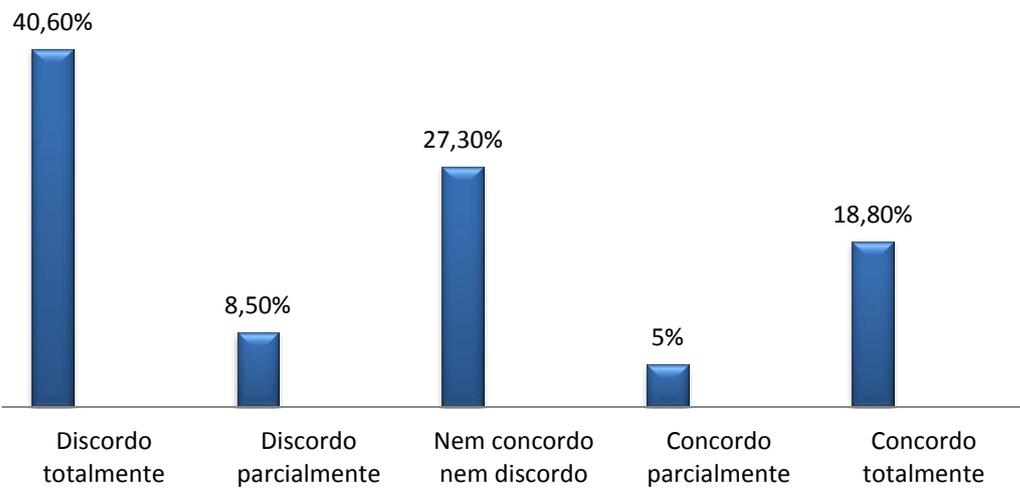
Questão 23



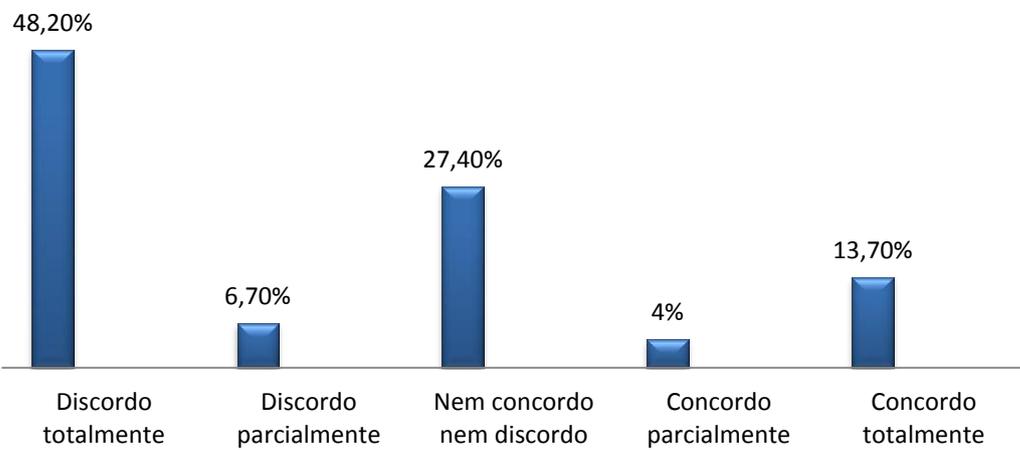
Questão 24

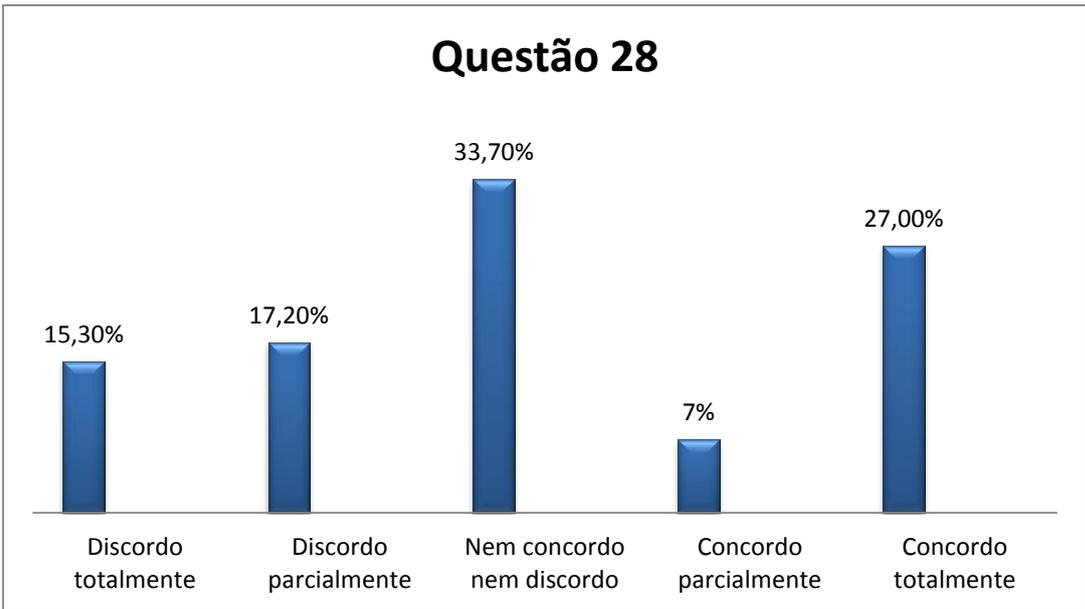
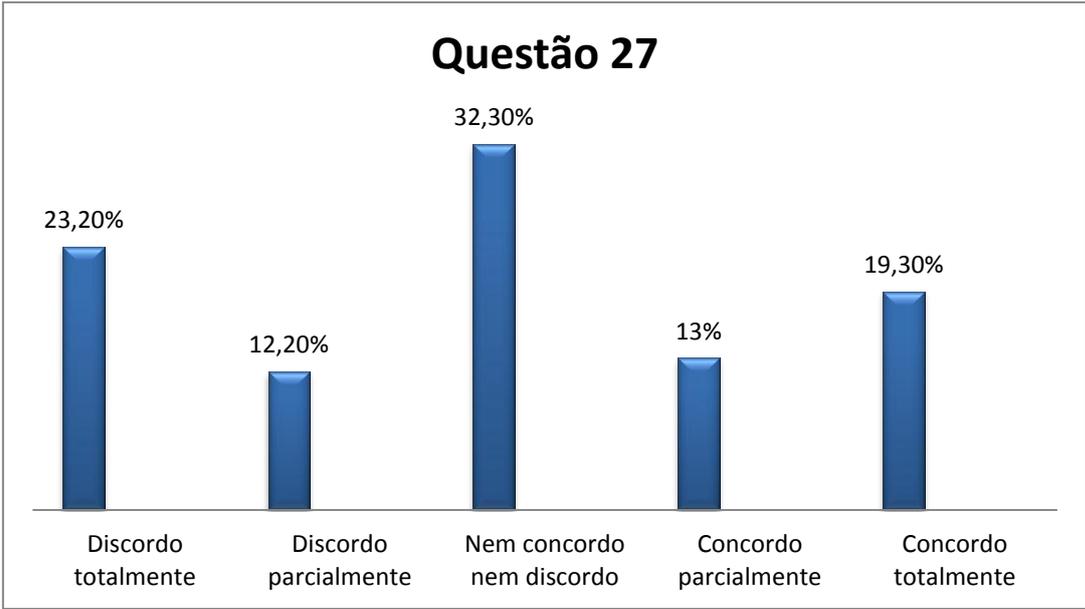


Questão 25

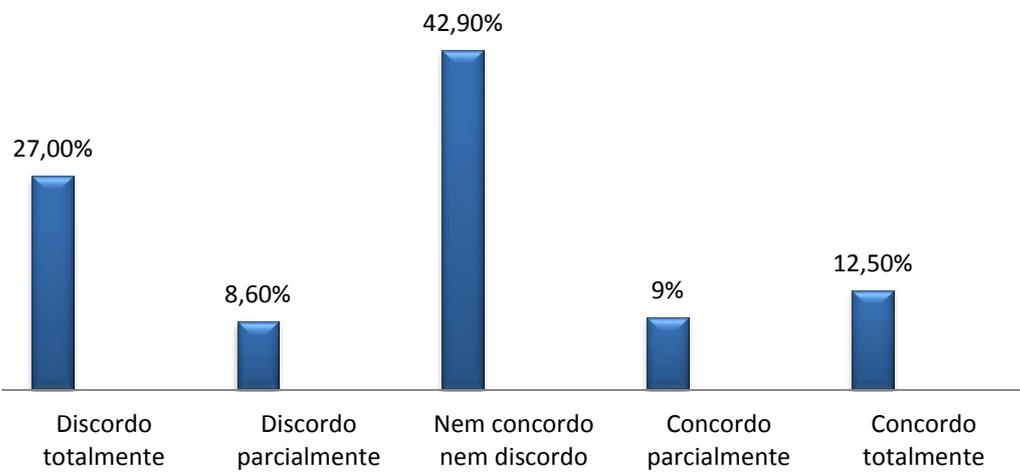


Questão 26

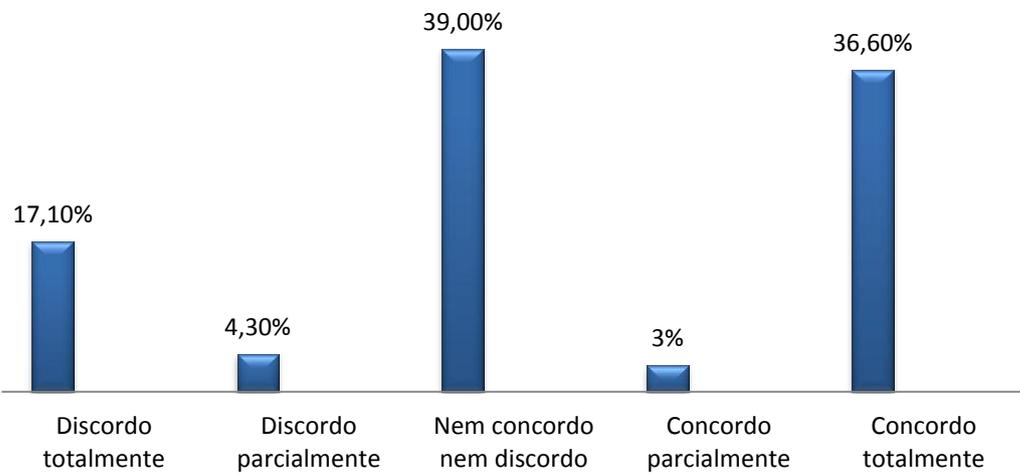




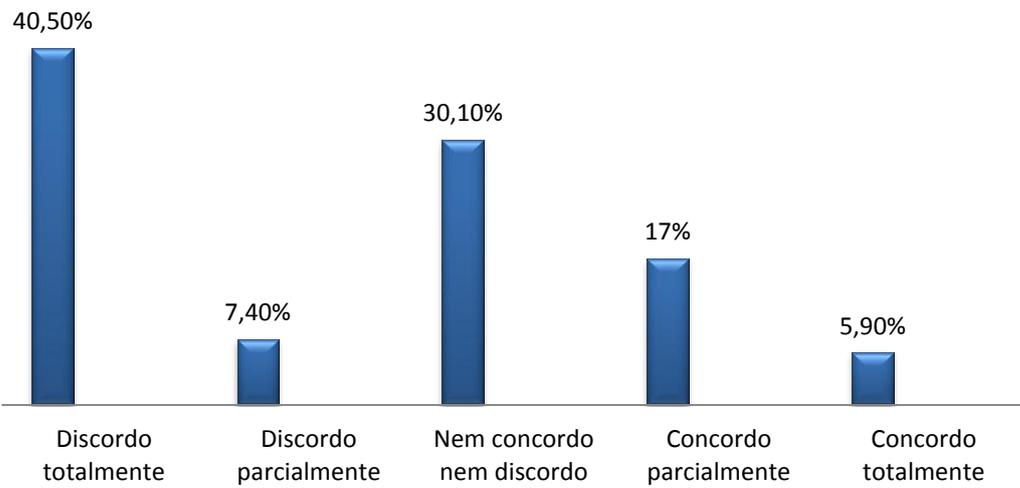
Questão 29



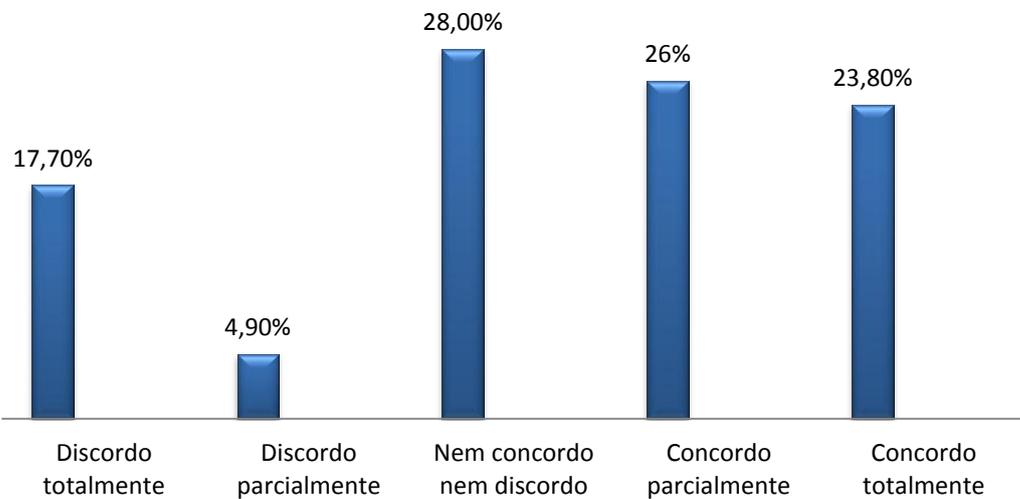
Questão 30



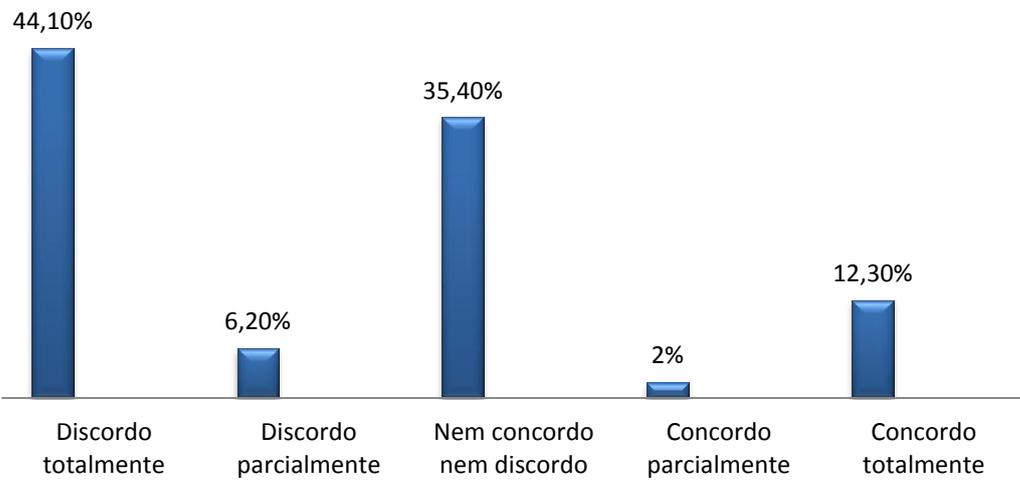
Questão 31



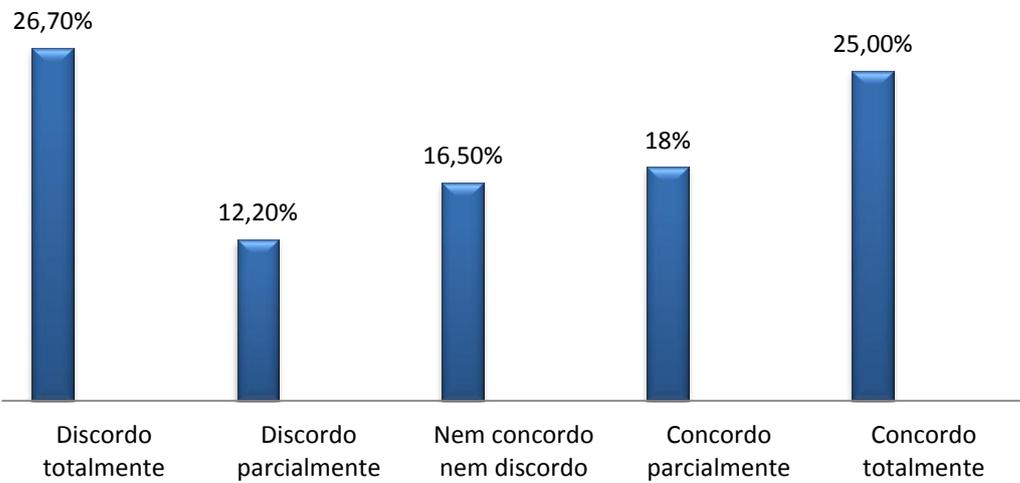
Questão 32



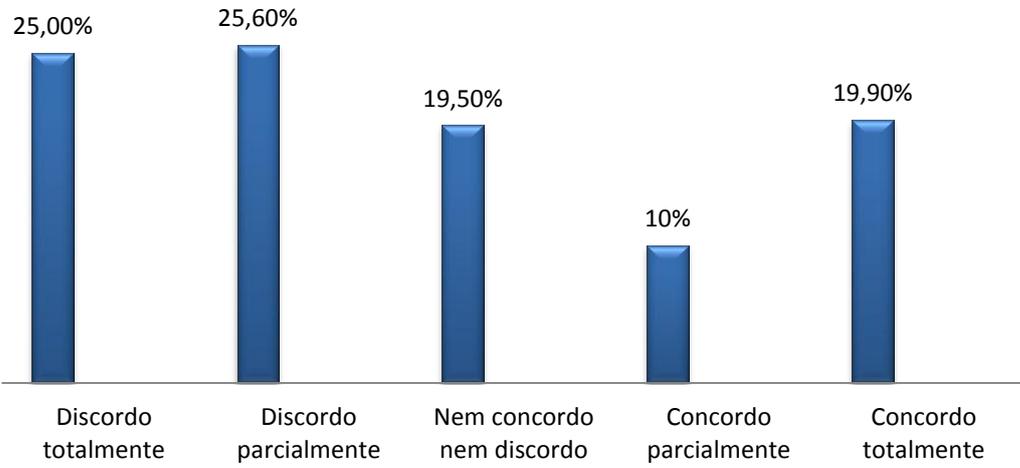
Questão 33



Questão 34



Questão 35





TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
() Dissertação
() Monografia
(X) Artigo

Eu, CARLOS HENRIQUE DE OLIVEIRA ARÊA LEÃO E FRANCISCO MAURÍCIO DE CAVALHO SILVA,

autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação

CONSUMO VERSUS CRISE ECONÔMICA: UM ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE PÍLOS-PI

de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 14 de MARÇO de 2016.

Carlos Henrique de Oliveira Arêa Leão
Assinatura

Francisco Maurício de Cavalho Silva
Assinatura