

## COMO AS PESSOAS PERCEBEM A ECONOMIA BRASILEIRA E SEU IMPACTO NO COTIDIANO

Sylvianne Oleinik Bortoletto<sup>1</sup>

Leonardo Meira Deggerone<sup>2</sup>

Mayra Kalinca Rodrigues Firmino<sup>3</sup>

Adriano Toledo Pereira<sup>4</sup>

### RESUMO

Compreender os efeitos das mudanças econômicas nas famílias brasileiras é fundamental para avaliar sua percepção sobre a economia. Este projeto visa analisar o impacto dessas mudanças na dinâmica de consumo das famílias e os principais fatores econômicos que moldam suas decisões financeiras. O objetivo geral é realizar uma análise abrangente do impacto das mudanças na economia brasileira no padrão de consumo e nas decisões financeiras das famílias, bem como compreender as fontes de informação utilizadas pela população para obter conhecimento sobre assuntos econômicos. A metodologia utilizada é empírica conclusiva, combinando revisão bibliográfica e uma pesquisa *survey* para análise de dados e resultados. Os resultados revelaram que variações econômicas afetam significativamente o consumo, a poupança e a confiança nas políticas públicas. Contribuições importantes incluem *insights* sobre a dinâmica econômica das famílias e necessidade de transparência governamental. No entanto, a pesquisa enfrenta limitações, como a abrangência geográfica restrita e a instabilidade econômica ao longo do tempo. Futuros estudos podem explorar o impacto de políticas econômicas específicas nas decisões financeiras das famílias e ampliar a análise para diferentes regiões do Brasil, garantindo uma compreensão mais aprofundada do tema.

**Palavras-chave:** Economia Brasileira. Consumo das Famílias. Decisões Financeiras. Fatores Econômicos. Fontes de Informação.

<sup>1</sup> Aluna do 7º período do curso de Ciências Econômicas da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2023/2024). *E-mail:* sylvianne.bortoletto@mail.fae.edu

<sup>2</sup> Aluno do 7º período do curso de Ciências Econômicas da FAE Centro Universitário. Voluntário do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2023/2024). *E-mail:* leonardo.deggerone@mail.fae.edu

<sup>3</sup> Aluna do 5º período do curso de Ciências Econômicas da FAE Centro Universitário. Voluntário do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2023/2024). *E-mail:* mayra.firmino@mail.fae.edu

<sup>4</sup> Mestre em Administração pela Universidade Positivo. Atualmente é professor em curso de Graduação e Tecnólogos da FAE Centro Universitário. *E-mail:* adriano.pereira@fae.edu

## INTRODUÇÃO

O cenário econômico brasileiro está em constante transformação, influenciando diretamente o cotidiano das famílias em diversos aspectos. Neste contexto, o presente projeto de iniciação científica visa analisar e compreender profundamente o impacto dessas mudanças na dinâmica de consumo das famílias, bem como os principais fatores econômicos que moldam suas decisões financeiras.

Segundo Miato (2023), o consumo das famílias têm desacelerado, devido à inflação elevada ocorreu um aumento nos preços dos produtos essenciais, que somado à política monetária restritiva, diminui o poder de compra das famílias. A forma como os indivíduos percebem essas mudanças econômicas pode influenciar suas decisões de consumo, bem-estar psicológico e confiança no futuro.

Conforme o portal de notícias G1, os brasileiros, principalmente das classes D e E, têm buscado alternativas de almoços completos, substituindo por salgados e snacks, como forma de economizar (Catto, 2023). Essa mudança nos hábitos de consumo não só reflete a tentativa de ajustar o orçamento familiar frente à inflação, mas também revela uma adaptação às novas condições econômicas que impactam diretamente na saúde e no bem-estar das famílias.

De acordo com Tolentino (2023), o endividamento das famílias brasileiras é um assunto urgente a ser abordado, pois uma população endividada tende a consumir menos, impactando no crescimento econômico do país.

Em meio a esse cenário, o objetivo geral deste trabalho é realizar uma análise abrangente do impacto das mudanças na economia brasileira no padrão de consumo e nas decisões financeiras das famílias, bem como compreender as fontes de informação utilizadas pela população para obter conhecimento sobre assuntos econômicos. Como objetivos específicos este artigo pretende i) quantificar e compreender os principais fatores econômicos que influenciam diretamente o dia a dia das famílias; ii) avaliar as fontes de informação mais utilizadas pela população brasileira para adquirir conhecimento sobre questões econômicas; iii) investigar de que forma a percepção das pessoas em relação à economia pode influenciar sua confiança nas políticas públicas e; iv) analisar como o comportamento das famílias em relação ao consumo e poupança impacta a economia em geral.

A hipótese inicial é que as variações econômicas têm um impacto significativo no comportamento de consumo e nas decisões financeiras das famílias, influenciando diretamente seus hábitos de poupança, consumo e confiança nas políticas públicas. Visando ao cumprimento dos objetivos propostos e resultados esperados, optou-se

por um estudo empírico do tipo conclusivo, por meio de uma investigação de pesquisa bibliográfica e aplicação de uma *survey*. A pesquisa bibliográfica serviu de base para a compreensão do desenvolvimento da fundamentação teórico-metodológica do estudo, onde foram pesquisados os aspectos da percepção das pessoas da economia brasileira e seus impactos no cotidiano. A pesquisa *survey* (primária) coletou os fatores econômicos, fontes de informação e a percepção das pessoas sobre a economia brasileira. Os dados coletados foram analisados quantitativamente, buscando determinar o impacto que essas variáveis geram nos hábitos de consumo e comportamento das pessoas.

## 1 FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO DAS FAMÍLIAS

A Economia da Família, entende a família como unidade econômica, onde o papel da poupança familiar é essencial para garantir a segurança econômica das famílias no futuro, mas segundo a Pesquisa de Planejamento Econômico, no Brasil, ela ainda é muito baixa, visto que, é um país com inflação historicamente alta colocando em risco a estabilidade econômica do país. Outra função crucial é a de produção e consumo nas famílias, onde os pais desempenham o papel de prover o sustento para o lar, enquanto os filhos assumem principalmente o papel de consumidores. Com o cenário de envelhecimento da população, é importante que os filhos ingressem no mercado de trabalho, compensando o peso da população economicamente ativa (Dowbor, 2015).

O consumo é um importante componente da economia, pois é responsável por gerar renda e emprego. Quando as pessoas consomem, elas estão gerando demanda por bens e serviços, o que estimula a produção e o emprego. Além disso, o consumo é um importante indicador do bem-estar da população. Pela perspectiva econômica, o consumo é a utilização de bens e serviços por indivíduos, famílias, empresas ou governos, não sendo considerado um entrave, mas sim um fator que impulsiona o crescimento econômico (Stecca; Guimarães; Nunes, 2010). Ele pode ser classificado como consumo final, que são aqueles que não irão revender os bens ou serviços adquiridos, ou o consumo intermediário que é aquele que é realizado pelas empresas, que adquirem bens e serviços para serem utilizados na produção de outros bens ou serviços (Mankiw, 2016).

O consumo pode ser classificado como, consumo de bens duráveis que duram por um período de tempo relativamente longo, como carros. Consumo de bens semiduráveis que duram por um período de tempo intermediário, como calçados. Consumo de bens não duráveis que são aqueles bens que duram por um período de tempo relativamente curto, como alimentos (Blanchard, 2016).

O consumo pode ser influenciado por diversos fatores, como a renda, os preços, os gostos e preferências dos consumidores, e as políticas públicas. A renda é o principal fator que influencia o consumo, visto que quando as pessoas têm mais renda, elas podem consumir mais bens e serviços, por outro lado, quando os preços sobem, as pessoas tendem a consumir menos bens e serviços. Além disso, as políticas públicas também podem influenciar o consumo, quando são utilizadas políticas como subsídios e programas sociais, esses geram o aumento do consumo (Parkin, 2015).

A bolsa de valores é uma instituição onde as pessoas compram e vendem partes de empresas, conhecidas como ações, com a esperança de que o valor dessas partes aumente e elas possam ganhar dinheiro com isso, tornando-se investidores. Sendo assim, ela tem um impacto direto no desenvolvimento econômico. Os recursos captados por meio da bolsa permitem que as empresas expandam suas atividades, gerando empregos e incentivando a atividade econômica e o consumo. Além disso, a bolsa de valores pode ajudar a atrair investimentos estrangeiros, o que também contribui para o crescimento econômico. A bolsa de valores impacta diretamente no dia a dia das pessoas, um exemplo é que, mudanças na produção de bens e serviços, por parte das empresas, se reflete nos preços dos produtos, logo no orçamento das famílias. Também existe o impacto indireto, em uma economia que vai bem, a bolsa de valores tende a ir bem, o que pode gerar emprego e renda (Labfin.Provar, 2021).

## 1.1 CONCEITOS MACROECONÔMICOS

A macroeconomia é um ramo da economia que estuda a economia como um todo, ou seja, a economia de um país ou de uma região. Ela se concentra em variáveis agregadas, como o PIB, que é a soma de todos os bens e serviços produzidos em um país durante um período de tempo, geralmente durante um ano, ele é um indicador importante da saúde da economia, pois mede o nível de atividade econômica. A inflação é o aumento generalizado dos preços dos bens e serviços, podendo ser causada por fatores, como aumento da demanda, aumento dos custos de produção ou políticas econômicas expansionistas. A taxa de juros, que pode ser entendida como o preço do dinheiro, afetando o custo de empréstimos e investimentos. Por fim, o desemprego é a porcentagem da população economicamente ativa que está desempregada (Capital Now, 2020).

Na prática, o PIB pode afetar o crescimento econômico, o que pode gerar, em caso negativo, o desemprego, este que afeta a demanda por bens e serviços, afetando o desempenho das empresas. Uma alta inflação, torna os investimentos menos atraentes, para isso o Banco Central, pode optar por aumentar a taxa de juros.

A inflação é um fenômeno econômico caracterizado pela elevação generalizada dos valores de produtos e serviços. Seus efeitos negativos no consumo das famílias são notáveis, pois reduzem o poder de compra, como no Brasil, onde a recente inflação de 13,9% em 2022 impactou significativamente o consumo. Estudos do World Bank Group (2017) indicam que um aumento de 1% na inflação diminui em 0,2% o consumo dos domicílios pobres, intensificando a desigualdade de renda. Além disso, a alta inflação pode gerar preocupações sobre o futuro, levando a perda de confiança na economia e reduzindo o consumo. A taxa de câmbio, relacionada à inflação, pode influenciar o poder de compra das famílias de acordo com as condições comerciais de um país, podendo resultar em uma redução desse poder (Cresol, 2023).

A confiança do consumidor é uma medida da disposição das pessoas em gastar dinheiro, que é influenciada pela situação econômica, as perspectivas futuras e as expectativas dos consumidores (Reis, 2019). Uma alta confiança do consumidor indica que as pessoas da região estão otimistas em relação à economia e dispostas a gastar mais dinheiro, e vice-versa. Para isso existe o índice de confiança do consumidor, que considera a percepção da economia, finanças pessoais e expectativas futuras, no Brasil é calculado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (IBRE/FGV). Este é um importante indicador, utilizado para prever o comportamento do consumidor e os crescimentos futuros. Vale ressaltar que a confiança pode ser influenciada também por fatores como nível de desemprego, taxa de juros, taxa de câmbio e preço das commodities.

## 1.2 COMPORTAMENTO DE CONSUMO DURANTE CRISES ECONÔMICAS

Nos tempos de crise econômica, os trabalhadores se encontram em situações de grande incerteza, onde buscam estratégias para o enfrentamento das adversidades, conhecida como *coping*. Essas crises ocorrem por diversos fatores, como a concorrência internacional, o subconsumo de massa e a geopolítica. Um exemplo disso, foi a crise financeira de 2008, que iniciou-se nos Estados Unidos devido à crise no mercado imobiliário, que resultou em uma recessão no Brasil em 2012, agravada pelo cenário político, como escândalos de corrupção e o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff (Araújo *et al.*, 2020). Como forma para enfrentar a crise, o governo brasileiro implementou medidas como a flexibilização da legislação trabalhista e controle de gastos fiscais, no entanto, elas acabaram contribuindo para a precarização do trabalho. Uma resposta comum dos trabalhadores tem sido o empreendedorismo, que é motivado pela necessidade de sobrevivência em um mercado de trabalho instável.

Outro exemplo é a crise da Covid-19, que causou um impacto significativo no mercado de trabalho, resultando em um aumento do desemprego, com cerca de 1,2 milhão de postos de trabalho perdidos somente no setor de trabalho doméstico, além de setores mais vulneráveis como turismo e comércio. Também ocorreu o aumento do trabalho informal, com a busca de rendas alternativas e trabalhos precários. Portanto, se mostrou necessário a implementação de políticas que protejam e apoiem os trabalhadores, principalmente em momentos de crise (Melo; Morandi; Moraes, 2022).

As causas do desemprego podem ser analisadas de diferentes perspectivas. Na visão neoclássica, o desemprego surge de entraves no mercado de trabalho, como salários elevados, falta de flexibilidade e interferências sindicais. Já na visão keynesiana, é destacada a demanda insuficiente como causa, onde apenas investimentos podem impulsionar o emprego. Para os liberais o desemprego tem como causas a baixa qualificação e rigidez da legislação, enquanto, para os intervencionistas destacam a falta de investimentos em setores que absorvam uma quantidade maior de mão de obra (Mariano, 2006).

Em resposta aos problemas de consumo insustentáveis e desperdícios, a economia compartilhada vem ganhando espaço, especialmente entre os jovens, como uma maneira de utilizar recursos de forma mais eficiente. Nela os indivíduos têm como característica, a capacidade ociosa, crença no bem comum e confiança em desconhecidos. Exemplos de empresas desse mercado são *Airbnb* e *Uber*, nelas a principal característica é o compartilhamento da posse, diferente da posse privada do modelo de consumo tradicional (Piran, 2018).

Durante crises econômicas, o comportamento de consumo é influenciado por fatores internos, externos e por fatores psicológicos e pessoais, como percepção e crenças. Diante disso, são adotados comportamentos conservadores, onde ocorre o aumento da poupança e a diminuição de gastos, com a busca por produtos mais acessíveis. As empresas, por consequência, reduzem seus custos e investimentos, repercutindo de forma negativa na economia, impactando na renda e no consumo.

Segundo, estudo realizado por Vieira, Mesquita e Costa (2019), foram analisados como esses fatores afetam o comportamento de compra durante crises. Como resultado, a motivação, crença, percepção e atitudes tinham grande influência no comportamento de compra, e que esses apresentam variações dependendo da classe econômica em que se encontram. Além disso, a pesquisa revela que mesmo em crise as pessoas continuam comprando para satisfazer as necessidades básicas, e que estão cientes do aumento de preços e desemprego, através de notícias e conversas.

A economia afeta a sociedade como um todo, para isso é essencial que a população tenha acesso a fontes confiáveis de informações para entenderem e se atualizarem sobre as questões econômicas do Brasil. Segundo o IBGE (2020), as principais fontes utilizadas pela população brasileira para obter informações sobre economia são a televisão (67,5%), *internet* (57,2%), rádio (38,7%), jornais e revistas (28,4%) e redes sociais (26,3%). Entretanto, a confiabilidade dessas fontes pode variar, sendo necessário a avaliação da qualidade das informações transmitidas. Geralmente fontes tradicionais de mídia, assim como pesquisas acadêmicas e dados ofertados por instituições governamentais, passam por um rigoroso processo editorial, garantindo assim a confiabilidade das informações. Exemplos dessas fontes incluem o Banco Central do Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Ministério da Economia, além de jornais e revistas especializados em economia e sites de instituições financeiras. No entanto, é fundamental lembrar que nenhuma fonte de informação é perfeita. Portanto, é essencial exercer cautela ao avaliar informações econômicas e buscar diversas fontes para obter uma compreensão mais abrangente e precisa do assunto.

## 2 METODOLOGIA

Visando ao cumprimento dos objetivos propostos e resultados esperados, optou-se por um estudo empírico do tipo conclusivo, permeado de uma investigação de pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo primária e secundária, além da análise de dados e resultados, de uma *survey*.

A pesquisa bibliográfica serviu de base para a compreensão do desenvolvimento da fundamentação teórico metodológica do estudo. Segundo Gil (2002, p. 44) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Nela serão pesquisados os aspectos da percepção das pessoas da economia brasileira e seus impactos no cotidiano.

A pesquisa *survey* (primária) coletou os fatores econômicos, fontes de informação e a percepção das pessoas sobre a economia brasileira, durante os meses de abril e maio de 2024. A amostra obtida de 298 respostas foram obtidas através de uma amostragem não probabilística por conveniência. Os dados coletados foram analisados quantitativamente, buscando determinar o impacto que essas variáveis geram nos hábitos de consumo e comportamento das pessoas.

### 3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Durante um período de três meses a pesquisa foi divulgada, resultando na coleta de 298 respostas. De acordo com os objetivos iniciais do artigo foram definidos alguns pontos principais para análise, os quais serão apresentados nos tópicos a seguir.

#### 3.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

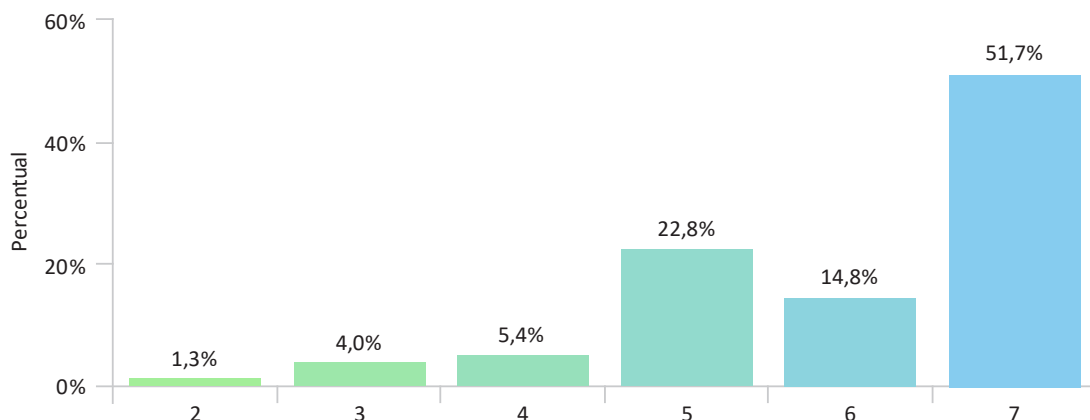
Esta subseção tem como objetivo entender o perfil dos participantes da pesquisa, permitindo uma compreensão das características principais dos respondentes. Diante da amostra obtida, 51% dos respondentes são do sexo masculino e 49% do sexo feminino, com idade média de 33,8 anos. A maior parte possui uma renda familiar entre R\$2.800,01 até R\$7.000,00 atingindo cerca de 33,6%, além disso, 55% dos respondentes possuem uma renda acima de R\$7.000,00 o que indica uma amostra de pessoas de alta renda. Em relação à escolaridade, 48,3% possuem o ensino superior incompleto, que pode indicar a possibilidade de serem estudantes universitários, já o segundo maior grupo sendo especialização/mestrado/doutorado com 26,2%. Do estado civil, 50,3% são solteiros e 36,9% casados ou vivem em união estável. E por fim, da religião, 56,3% são católicos, 14,1% são evangélicos e 29,5% de outras religiões.

#### 3.2 PRINCIPAIS FATORES ECONÔMICOS QUE INFLUENCIAM DIRETAMENTE AS FAMÍLIAS

Para entender melhor os principais fatores econômicos que influenciam o dia a dia das famílias, é necessário identificar e analisar os elementos mais determinantes. Esses fatores podem incluir variáveis como a preocupação com a situação econômica brasileira e o grau de percepção sobre os índices e variáveis econômicas.



## GRÁFICO 1 — Preocupação com a economia brasileira



FONTE: Os autores (2024)

Pode-se observar que quase 90% dos respondentes tem preocupação considerável com a economia brasileira, considerando 1 como pouca preocupação e 7 muita preocupação, sendo que 51,7% participam deste último grupo.

A preocupação com a economia brasileira mostra relações significativas ao cruzar as variáveis como sexo, idade e renda. Observa-se que os homens tendem a ter uma preocupação maior em comparação com as mulheres, embora ambos demonstrem preocupação com a economia.

No que diz respeito à idade, a preocupação se mostra pouco relevante, sendo uniforme entre as diferentes faixas etárias. Da mesma forma, ao considerar diferentes faixas de renda, não apresentam uma variação significativa. Isso demonstra que independente do nível de renda, todos têm preocupação com a economia.

TABELA 1 — Nível de preocupação dos indicadores econômicos

	MÉDIA
Desemprego	4,2
Selic	4,2
PIB	4,1
Situação de outros países	3,7
CDI	3,7
Bolsa de Valores	3,6
Balança Comercial	3,6
Inflação	3,6
Cotação do Dólar	3,0
<b>TOTAL</b>	<b>3,7</b>

FONTE: Os autores (2024)

Em relação ao nível de preocupação das pessoas com os indicadores econômicos, percebe-se que Desemprego, Selic e PIB são os indicadores com maior nível de preocupação, que são aqueles que estão mais presentes na economia doméstica. Já a Balança Comercial, Inflação e Cotação do Dólar mostraram ter um menor grau de preocupação para a amostra.

Ao analisar, a Inflação, PIB, Selic, CDI, Balança Comercial e Bolsa de Valores esses indicadores são mais sentidos pelos homens do que pelas mulheres. O Desemprego é um indicador de grande preocupação para ambos, já a cotação do Dólar, apresentou pouca preocupação para ambos os sexos.

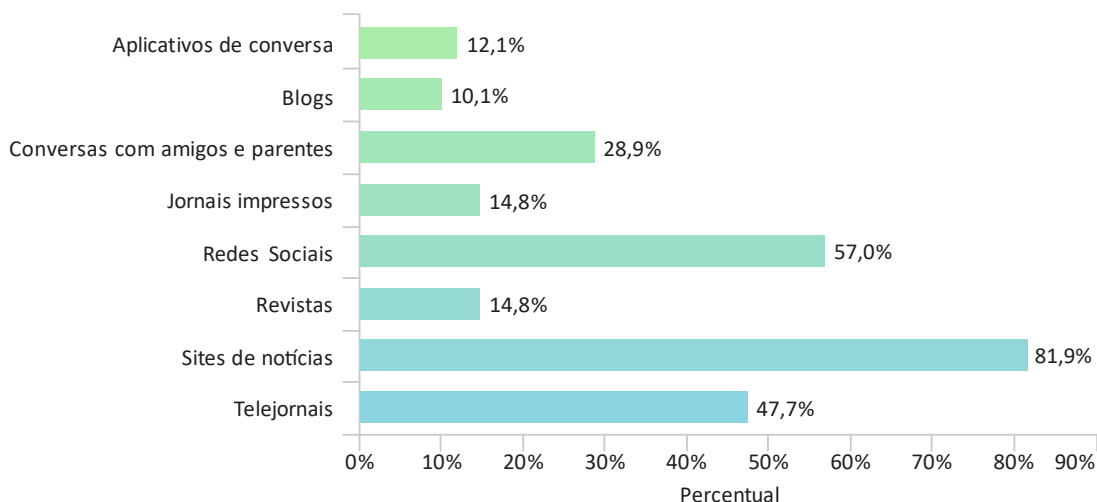
Aprofundando a análise para faixas etárias, temos que os jovens com menos de 20 anos apresentam preocupação relativamente baixa com a cotação do dólar, como indicado por uma média muito baixa para esse indicador. Outra relação significativa é do CDI e o PIB, onde adultos de 20 a 39 anos tem uma preocupação acima da média, já os adultos acima de 40 possuem uma preocupação abaixo da média. Uma explicação possível para isso seria que a faixa etária dos 20 aos 39 representa 47% dos investidores da bolsa e os adultos acima de 40 já possuem uma estabilidade financeira.

A relação entre a renda e as variáveis Selic, CDI e Inflação se mostram significativas, sendo que, em relação à Selic e CDI, a alta renda tem uma preocupação acima da média, enquanto a baixa renda apresenta uma preocupação abaixo da média, além disso a preocupação da baixa renda com a inflação se mostra menor que a média.

### 3.3 FONTES DE INFORMAÇÃO UTILIZADAS PARA COMPREENSÃO DA ECONOMIA BRASILEIRA

É importante avaliar as principais fontes de informação mais utilizadas pela população brasileira para adquirir conhecimentos sobre questões econômicas. Isso envolve entender onde as pessoas buscam informações, verificar a credibilidade das fontes compartilhadas e avaliar a confiabilidade dos grupos de notícias presentes em redes sociais.

## GRÁFICO 2 — Fontes de Informação



FONTE: Os autores (2024)

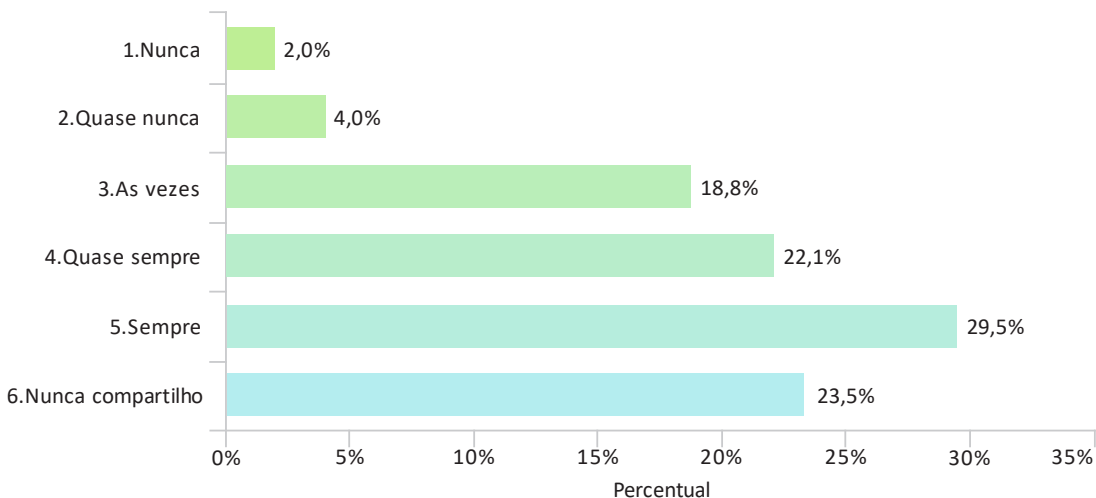
Como resultado da nossa pesquisa, a maior fonte de informação com 81,9%, foram os sites de notícias, além de redes sociais e telejornais que são as outras duas maiores fontes, respectivamente.

Ao comparar os sexos masculino e feminino em relação às fontes de informação, percebeu-se que os homens se informam de maneira mais relevante por meio de aplicativos de conversa e conversas com amigos e parentes, ou seja, em comparação com as mulheres que buscam informação em telejornais e sites de notícias, os homens se informam por meios menos críveis.

Analisando por faixa etária, os jovens menores de 20 anos buscam informações através de blogs e redes sociais, enquanto utilizam menos jornais impressos em comparação com outras faixas etárias. Para o grupo de 20 a 39 anos, os sites de notícias são a fonte mais relevante, sendo que jornais impressos, revistas e telejornais são menos utilizados. Por fim, para adultos com 40 anos ou mais, as fontes mais utilizadas incluem jornais impressos, revistas e telejornais, sendo que sites de notícias e redes sociais são menos frequentemente utilizados comparativamente.

Aprofundando a análise em relação às faixas de renda, a alta renda apresenta menor uso de blogs e maior uso de jornais impressos, enquanto a baixa renda segue o exato oposto, onde busca mais por blogs e menos por jornais impressos.

GRÁFICO 3 — Verificação de Fontes de Informação



FONTE: Os autores (2024)

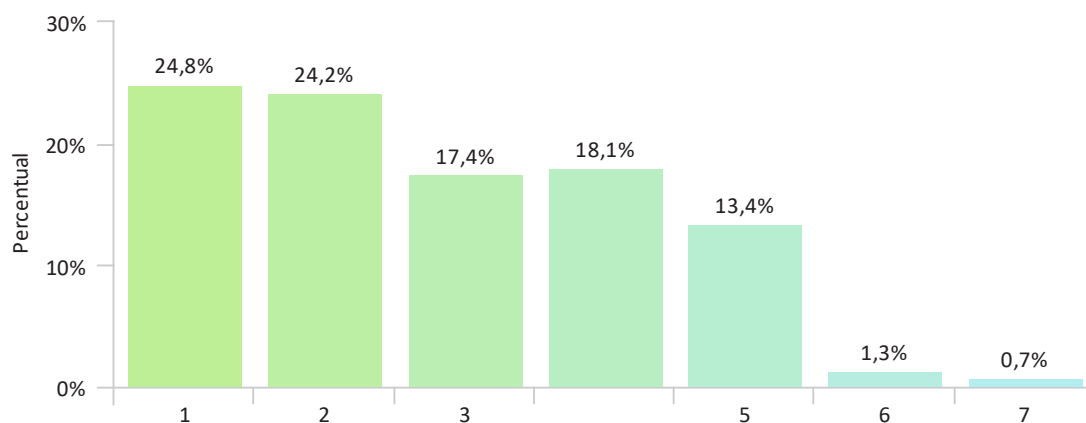
Em relação à verificação das fontes de informação, observa-se que 29,5% dos participantes têm o hábito de verificar a fonte das notícias antes de compartilhá-las. Por outro lado, 23,5% optam por não compartilhar nenhum tipo de notícia. Além disso, 22,1% dos respondentes afirmam que quase sempre verificam as fontes antes de compartilhar uma notícia, enquanto 18,8% realizam essa verificação apenas às vezes antes de compartilhar.

Ao cruzar as variáveis sexo e verificação das fontes, percebeu-se que nenhuma mulher deixa de verificar as fontes das notícias antes de compartilhá-las, enquanto 3,9% dos homens nunca realizam essa verificação. Dos dados mais relevantes, as mulheres tendem a verificar sempre as fontes de maneira mais consistente em comparação aos homens, que empatam em quase sempre e sempre verificam as fontes.

Entre as faixas etárias, observa-se que os jovens menores de 20 anos nunca deixam de verificar as fontes de informação, além de ser o grupo que menos compartilha as notícias. Dos adultos entre 20 e 39 anos, são o único grupo que possuem pessoas que nunca verificam com 3,8% e dos adultos com 40 ou mais, se destacam por ser o grupo com maior percentual de quem sempre verifica as fontes, com 42%, além de serem os que mais compartilham as informações.

A relação com a renda se mostrou significativa, destacando que, comparativamente, a categoria de alta renda possui um maior número de pessoas que quase nunca verificam as fontes de notícias antes de compartilhar do que a baixa renda, em contrapartida as pessoas de alta renda também apresentam um percentual maior que as pessoas de baixa renda em relação a quase sempre verificar as fontes. Por fim, as pessoas de baixa renda demonstram um compromisso maior em sempre verificar as fontes do que aquelas de alta renda.

GRÁFICO 4 — Confiabilidade de grupos de notícias em redes sociais



FONTE: Os autores (2024)

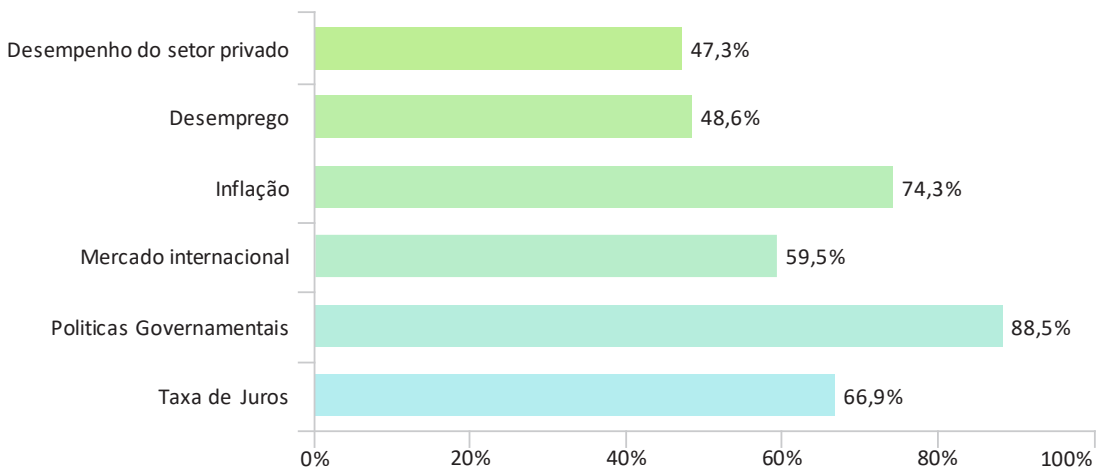
Buscou-se também, entender o grau de confiabilidade que os respondentes têm com os grupos de notícia em redes sociais, considerando 1 como nada confiável e 7 muito confiável. Como resultado, quase 70% da amostra demonstraram ter muito pouca confiança, sendo que em geral aproximadamente 15% apresentaram um grau de confiança positivo.

Seguindo com a pesquisa, a confiabilidade com sexo e renda não se mostraram significativas. Por outro lado, o cruzamento com a idade mostrou uma relação significativa com a confiabilidade desses grupos em redes sociais, sendo que os jovens menores de 20 anos se mostraram mais céticos do que os mais velhos.

### 3.4 A INFLUÊNCIA DA PERCEÇÃO DA ECONOMIA NA CONFIANÇA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS

É necessário investigar como a percepção das pessoas em relação à economia pode influenciar sua confiança nas políticas públicas. Isso implica entender quais são os principais fatores que influenciam a economia nacional e se a percepção da população pode afetar a confiança nas políticas públicas.

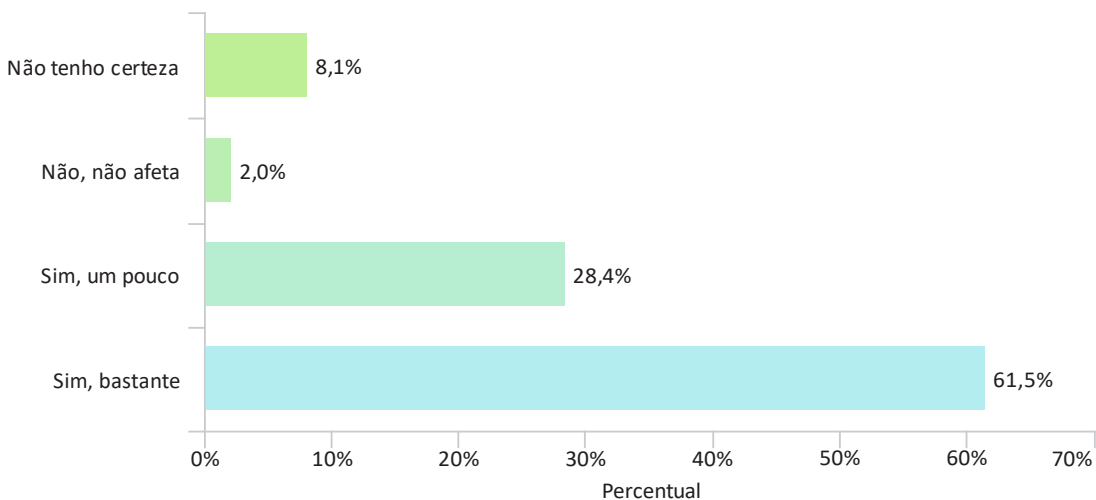
## GRÁFICO 5 — Influência na economia



FONTE: Os autores (2024)

Segundo a amostra, as variáveis que mais influenciam na economia são as políticas governamentais, inflação e taxa de juros, com respectivos percentuais, 88,5%, 74,3% e 66,9%.

## GRÁFICO 6 — Percepção da economia refletindo na confiança das políticas públicas



FONTE: Os autores (2024)

Explorando as políticas públicas ou governamentais, procurou-se entender o entendimento dos participantes de como a percepção destes, reflete na sua confiança nas políticas públicas. Cerca de 61,5% acredita que sim, sua percepção afeta bastante e 28,4% que afeta pouco.

### 3.5 COMO O CONSUMO E POUPANÇA DAS FAMÍLIAS IMPACTA NA ECONOMIA EM GERAL

Para analisar como o comportamento das famílias em relação ao consumo e poupança impacta a economia em geral, é necessário compreender as mudanças nos hábitos de consumo, levando em consideração a situação econômica brasileira. Isso inclui investigar qual a prioridade dos gastos das famílias e se suas decisões de compra são influenciadas pela inflação.

TABELA 2 — Reação do consumo das famílias em tempos de crise econômica

	MÉDIA
Deixar de Comprar	3,6
Mais Promoções	3,5
Novas Marcas	3,3
Substituição	3,2
Diminuição da Frequência	3,1
Mudança do local	3,1
Substituição das Formas	2,7
Programa de Fidelidade	2,7
Horta	1,8
<b>TOTAL</b>	<b>3,0</b>

FONTE: Os autores (2024)

Em meio a uma crise econômica, as famílias buscam adaptar seu consumo. Diante da pesquisa realizada, os hábitos mais adotados foram deixar de comprar certos produtos, buscar mais promoções, encontrar novas marcas e substituição das marcas. Já substituição de pagamentos, programas de fidelidade e criação de horta, estão menos presentes nos hábitos de consumo dos respondentes.

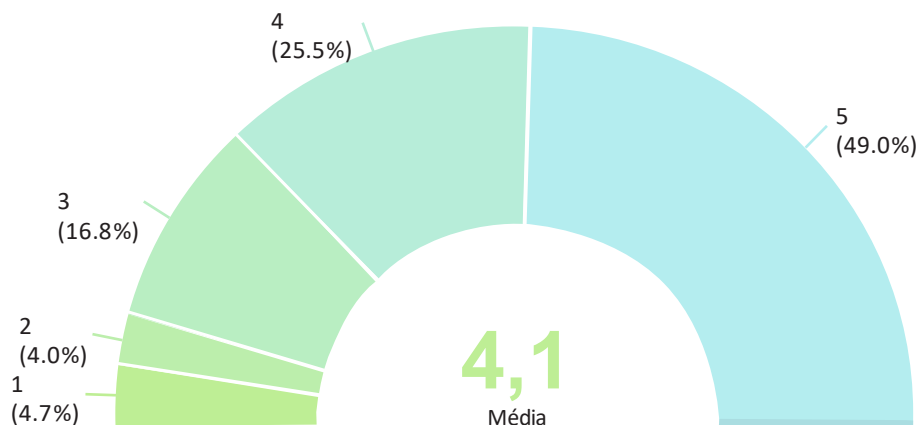
TABELA 3 — Prioridade dos gastos

	MÉDIA
Alimentação	4,2
Saude	2,9
Transporte	2,7
Moradia	2,6
Educação	2,6
<b>TOTAL</b>	<b>3,0</b>

FONTE: Os autores (2024)

Em relação a prioridade dos gastos da amostra, pode-se perceber que alimentação se destaca como a maior média de 4,2, sendo que as demais não apresentaram uma prioridade tão significativa quanto à alimentação, mas destaca-se educação sendo a menos prioritária dentro da categoria de despesas do orçamento familiar.

GRÁFICO 7 — Influência da inflação nas decisões de compra



FONTE: Os autores (2024)

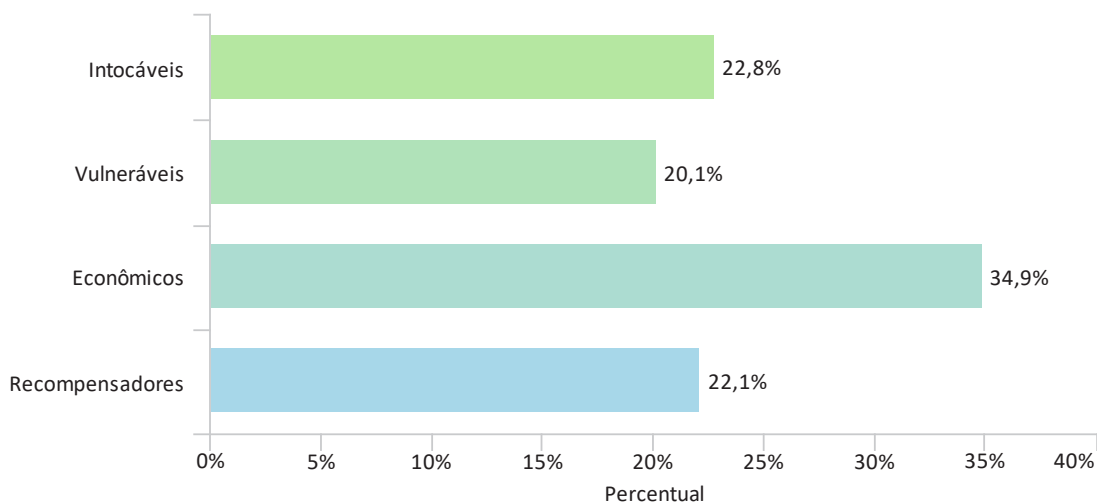
Pode-se observar que as decisões de compra para bens duráveis sofrem grande influência da taxa de inflação, por meio da escala likert, que considerou 1 como não afeta e 5 afeta muito. Segundo a amostra, 49% dos participantes consideram a inflação um obstáculo para adquirir novos bens. E cerca de 8,7% consideram que a inflação não é um grande impeditivo, considerando a soma percentual das respostas da escala 1 e 2. Ao cruzar as variáveis de compra com as variáveis de perfil, nenhuma se mostrou significativa.

### 3.5.1 Consumo dos Diferentes Grupos

Para uma análise com maior enfoque nos hábitos de consumo separou-se as variáveis em quatro classes com comportamentos de consumo específicos a cada agrupamento, utilizando os dados da amostra presente na Tabela 2. O primeiro grupo são os Intocáveis, que são pouco afetados pela situação econômica e não tendem a alterar seus hábitos de consumo, os Vulneráveis são aqueles que mais fazem substituições de itens e possuem maior insegurança com as oscilações econômicas. O grupo dos Econômicos, buscam novas marcas, fazem substituições e são adeptos as promoções e o grupo Recompensadores buscam promoções, programas de fidelidades e preferem buscar descontos ao invés de substituir ou trocar produtos.



## GRÁFICO 8 — Hábitos de consumo por grupos



FONTE: Os autores (2024)

Ao agruparmos nossa amostra pelas suas preferências e hábitos, chegou-se a 4 grupos, sendo o maior os Econômicos com 34,9% de participação, os Intocáveis com 22,8%, seguido dos Vulneráveis com 20,1% e finalizando com os Recompensadores com 22,1%.

Analisando os diferentes grupos com as variáveis de perfil, sexo não se mostrou significativo. A interação com a idade e renda se mostrou pouco significativa, sendo que na renda os Recompensadores são em sua maioria de alta renda e na idade, os Econômicos são em maioria jovens menores de 20 anos até 39 anos e os Recompensadores são formados na maioria por jovens menores de 20 anos e adultos com 40 anos ou mais.

TABELA 4 — Preocupação com a economia brasileira segundo o agrupamento

	MÉDIA
Intocáveis	4,9
Vulneráveis	5,4
Econômicos	4,8
Recompensadores	5,1
<b>TOTAL</b>	<b>5,0</b>

FONTE: Os autores (2024)

Por fim, buscou-se entender a diferença da preocupação com a economia brasileira, dos diferentes grupos e como resultado os Vulneráveis apresentaram uma média de preocupação maior que os demais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise exploratória de dados realizada pode-se inferir algumas conclusões que respondem aos objetivos e a hipótese da pesquisa. Os principais fatores econômicos que influenciam diretamente o dia a dia das famílias foram identificados como sendo a situação econômica brasileira, especialmente preocupações com o desemprego, taxa Selic e PIB. Esses fatores apresentaram um impacto significativo no comportamento de consumo e nas decisões financeiras das famílias, validando a hipótese inicial de que variações econômicas influenciam diretamente os hábitos de poupança, consumo e que a percepção das famílias reflete na confiança das políticas públicas.

Quanto às fontes de informação, a maioria da população brasileira utiliza sites de notícias, redes sociais e telejornais para adquirir conhecimento sobre questões econômicas. No entanto, há uma disparidade na confiabilidade das fontes e na verificação dessas informações, com uma parte significativa dos respondentes não verificando as fontes antes de compartilhar notícias.

Referente à percepção das pessoas em relação à economia, a mesma mostrou-se ser um fator influente na confiança nas políticas públicas. A maioria dos participantes acredita que sua percepção da economia afeta sua confiança nas políticas públicas, destacando a importância de uma comunicação clara e transparente por parte do governo e da mídia.

O comportamento das famílias em relação ao consumo e poupança tem um impacto direto na economia em geral. Em tempos de crise econômica, as famílias tendem a adotar hábitos como deixar de comprar certos produtos, buscar promoções e substituir marcas ou produtos. A prioridade dos gastos é majoritariamente voltada para a alimentação, indicando a importância de políticas públicas focadas em garantir a segurança alimentar.

Portanto, a hipótese inicial de que as variações econômicas têm um impacto significativo no comportamento de consumo e nas decisões financeiras das famílias, influenciando diretamente seus hábitos de poupança, consumo e confiança nas políticas públicas, foi validada. No entanto vale ressaltar que os resultados obtidos são baseados em uma amostra específica e não podem ser generalizados para a população brasileira, deve-se considerar também o momento atual da economia brasileira que acaba influenciando nos resultados. Por isso sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas com o objetivo de aprofundar o tema, como por exemplo, investigar as diferentes estratégias de adaptação do consumo das famílias em diferentes faixas de renda e regiões do país ou avaliar o papel das mídias sociais na disseminação de informações sobre economia e na formação da opinião pública, para que seja possível promover soluções eficazes e promoção do bem-estar das famílias.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, M. R. M. et al. Percepção e enfrentamento da crise econômica por trabalhadores. **Revista Subjetividades**, Fortaleza, v. 20, n. 1, jan./abr. 2020. <https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v20i1.e8520>
- BLANCHARD, O. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.
- CATTO, A. Crise e inflação fazem brasileiros consumirem menos refeições completas e mais salgados, diz pesquisa. **G1**, 09 mar. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/03/09/crise-e-inflacao-fazem-brasileiros-consumirem-menos-refeicoes-completas-e-mais-salgados-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 12 set. 2023.
- COMO A COTAÇÃO do dólar impacta a economia e o nosso dia a dia. **Cresol**, 01 dez. 2022. Disponível em: <https://blog.cresol.com.br/como-a-cotacao-do-dolar-impacta-a-economia-e-o-nosso-dia-a-dia/>. Acesso em: 10 nov. 2023.
- DOWBOR, L. A economia da família. **Psicologia USP**, v. 26, p. 15-26, 2015.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA — IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: Pnad Contínua — síntese de indicadores. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>. Acesso em: 24 mar. 2024.
- MANKIW, N. G. **Macroeconomia**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- MARIANO, J. As causas e mudanças na percepção do desemprego. **Cadernos da Escola de Negócios**, v. 1, n. 4, 2006.
- MELO, H. P.; MORANDI, L.; MORAES, L. **Os cuidados no Brasil**: mercado de trabalho e percepções. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert, 2022.
- MERCADO Financeiro: como as negociações da Bolsa impactam nosso dia a dia. LABFIN.PROVAR, 25 out. 2021. Disponível em: <https://labfinprovarfia.com.br/blog/mercado-financeiro-como-as-negociacoes-da-bolsa-impactam-nosso-dia-a-dia/>. Acesso em: 15 nov. 2023.
- MIATO, B. Por que as famílias estão gastando menos e como isso impacta no PIB do Brasil; entenda. **G1**, 06 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/06/02/por-que-as-familias-estao-gastando-menos-e-como-isso-impacta-no-pib-do-brasil-entenda.ghtml>. Acesso em: 12 set. 2023.
- O SIGNIFICADO da macroeconomia e sua relação com os investimentos. **Capital Now**, 11 fev. 2020. Disponível em: <https://capitalresearch.com.br/blog/macroeconomia/>. Acesso em: 08 nov. 2023.
- PARKIN, M. **Economia básica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.
- PIRAN, F. A. S. et al. A economia compartilhada e a percepção de seus efeitos por parte dos estudantes de uma instituição de ensino superior. **Consumer Behavior Review**, v. 2, p. 69-80, 2018.
- REIS, T. Confiança do consumidor: saiba como interpretar esse indicador econômico. **Suno Artigos**, São Paulo, 24 jan. 2019. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/confianca-do-consumidor/>. Acesso em: 12 out. 2023.

STECCA, K.; GUIMARÃES, M.; NUNES, R. O impacto do consumo na economia e na vida social. **Jornal UFG**, Goiás, n. 37, p. 3-16, jun. 2010.

TOLENTINO, M. Alto endividamento das famílias é desafio urgente para a economia brasileira. **Instituto Propague**, 08 fev. 2023. Disponível em: <https://institutopropague.org/credito-e-banking/alto-endividamento-das-familias-e-desafio-urgente-para-a-economia-brasileira/>. Acesso em: 12 set. 2023.

VIEIRA, A. B. C. V.; MESQUITA, J. M. C.; COSTA, W. J. V. Efeitos da crise econômica sobre o comportamento do consumidor. **Revista Reuna**, v. 24, n. 3, p. 41-63, 2019.

WORLD BANK GROUP. Brazil: Country partnership framework for the period FY18-FY23. **World Bank Group**, 2017. Disponível em: <https://documents.worldbank.org/pt/publication/documents-reports/documentdetail/148141498229092629/brazil-country-partnership-framework-for-the-period-fy18-fy23>. Acesso em: 06 set. 2024.