

E-COMMERCE: Comportamento do Consumidor no Período de COVID-19

Mariana Méca Ferreira da Silva¹

Gabriel Santiago do Nascimento²

Lauro Leoncio Wagner Peixoto³

Resumo

Esse trabalho teve como objetivo analisar os dados das compras *online* de cento e três consumidores no período de pandemia da COVID-19. A pesquisa, na forma bibliográfica, utilizou um questionário para a coleta de dados via internet. Entende-se que o isolamento social e *lockdown* impostos às empresas pelo governo durante a COVID-19 intensificou o mercado de comércio *online* e assim apresenta-se como relevante verificar os seus efeitos no cenário comercial atual. Foi possível concluir que durante a COVID-19 houve crescimento das vendas no comércio online, embora persistam problemas relacionados a entrega dos produtos aos consumidores, e por isso pode-se dizer que há oportunidades de melhoria no ciclo de vendas *online*.

Palavras-chave: Compras virtuais. COVID-19. E-commerce.

¹ Graduanda em Administração 2021.2 (UGB - FERP).

² Graduando em Administração 2021.2 (UGB – FERP).

³ Docente do UGB/FERP e Mestre em Administração (UNESA).