

QUAIS FATORES MAIS INFLUENCIAM NO CONSUMO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS? UM ESTUDO EM UNIVERSIDADES DE UMA CIDADE DE MÉDIO PORTE

JOÃO RENATO DE SOUZA ZICA PIMENTEL

Universidade Federal Lavras
joaorenato_zica@yahoo.com.br

ANA AUGUSTA ALMEIDA DE SOUZA

Universidade Federal Lavras
anaaugusta38@gmail.com

RICARDO BRAGA VERONEZE

UFLA - Universidade Federal de Lavras
rbveroneze@gmail.com

IZABELA CRISTINA MOREIRA DA SILVA

Universidade Federal Lavras
izabelamoreira11@hotmail.com

RICARDO DE SOUZA SETTE

Universidade Federal de Lavras
ricsouza@ufla.br

Área Temática: Marketing – Comportamento do Consumidor - Estudos Descritivos Quantitativos.

QUAIS FATORES MAIS INFLUENCIAM NO CONSUMO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS? UM ESTUDO EM UNIVERSIDADES DE UMA CIDADE DE MÉDIO PORTE

Resumo: O consumo é uma das engrenagens de uma economia capitalista, por isso, há tantos incentivos para ele. Por meio dele, a indústria produz lucro e gera emprego e renda para que as famílias possam continuar ajudando a máquina a funcionar. Foi pensando na importância do consumo para a economia de uma cidade que o presente estudo decidiu investigar os consumidores universitários da cidade de Lavras. Para a coleta de dados foram utilizados questionários estruturados com 378 universitários. Percebeu-se que não há uma grande diferença de consumo entre estudantes de faculdade particular ou pública, e entre gêneros masculino e feminino.

Abstract: Consumption is one of the cogs in a capitalist economy, therefore are so many incentives for it. Through consumption, the industry produces profit and creates jobs and income so that families can continue to help the machine run. Because of the importance of consumption in a city's economy, this study decided to investigate college consumers from the city of Lavras. Structured questionnaires with 378 university students were used to collect data. It was noticed that there isn't a large difference in consumption between students from private or public college, and between males and females.

Palavras Chaves: Comportamento do Consumidor, Universitários, Renda.

Introdução

O consumo é uma das engrenagens de uma economia capitalista, por isso, há tantos incentivos para ele. Por meio dele, a indústria produz, lucra e gera emprego e renda para que as famílias possam continuar ajudando a máquina a funcionar. Para um país capitalista, constantes queda no consumo de bens e serviços pode significar preocupação. O Brasil, por exemplo, passa por tal situação e tenta modificar o cenário a fim de inibir as dramáticas consequências sociais como desemprego.

No âmbito local, muitas cidades são conhecidas por sua produção excelente em determinado setor. Os calçados de Franca, os vidros de Poços de Caldas, a cerâmica de Porto Ferreira são exemplos típicos de cidades que atraem consumidores de toda uma região. A economia dessas cidades pode não depender exclusivamente desses setores, mas contribuem para a manutenção do emprego e da renda do município.

Foi pensando na importância do consumo para a economia de uma cidade que o presente estudo decidiu investigar os consumidores universitários da cidade de Lavras. Segundo dados do IBGE (2010) a cidade de Lavras possui 92.200 habitantes e cinco instituições de ensino superior contendo, no total, cerca de dez mil alunos representando 10,84% da população.

O consumo universitário tem um impacto significativo na economia da cidade, principalmente, no setor terciário. Neste contexto, o presente estudo pretende contribuir para a literatura acadêmica sobre comportamento do consumidor, especialmente, o universitário e, também, para o maior conhecimento desse cliente, por parte de comerciantes e prestadores de serviço que dependem dele para a sustentabilidade financeira de sua empresa.

Problema de pesquisa e objetivo

O objetivo dessa pesquisa é descobrir quais são os fatores que mais influenciam na decisão de consumo dos universitários, nas áreas de saúde, transporte, educação, lazer, alimentação e moradia. Nas próximas sessões encontram-se o referencial teórico, os procedimentos metodológicos, os resultados e discussão e, por último, as considerações finais do artigo.

Revisão Bibliográfica

Alguns fatores determinantes para o consumo

A comercialização de bens e serviços advém da necessidade das pessoas de consumir. Autores como Blackwell, Miniard e Engel, (pag. 242, 2009) acreditam que os seres humanos são formados por dez tipos de necessidades, sendo elas: necessidades fisiológicas; necessidades de segurança e de saúde; necessidade de amor e de companhia; necessidade de recursos financeiros e de tranquilidade; necessidade de prazer; necessidade de imagem social; necessidade de possuir; necessidade de doar; necessidade de informação; e necessidade de variedades. A tabela abaixo elucida cada um desses constructos.

Tabela 1: **Tipos de Necessidades.**

Tipos de Necessidade	Significados
Fisiológicas	Ligadas à sobrevivência como comer e beber.

Segurança e Saúde	A segurança refere-se a preocupação em diminuir os riscos de acidentes e assaltos, por exemplo. A saúde está direcionada na necessidade de manter ou melhorar a saúde mental e física.
Amor e Companhia	Necessidade ligada a socialização, por isso a existência de serviços de encontros, como clubes e bares.
Recursos financeiros e Tranquilidade	Necessidade de dinheiro para satisfazer outras necessidades no presente e no futuro.
Prazer	Ligada a necessidade de diversão, por isso há a indústria do entretenimento com cinema, teatro, livros, boates e eventos.
Imagem social	Comunicar suas imagens sociais por meio de certos produtos.
Possuir	Necessidade de ter objetos.
Doar	Necessidade de presentear.
Informação	Necessidade de estar informado por meio de livros, internet, jornais, entre outros.
Variedades	Diferentes versões de um produto.

Fonte: elaborada pelos autores, baseada nos conceitos de Blackwell, Miniard e Engel (pag. 242-255, 2009).

Para satisfazer tais necessidades, o consumidor realiza suas compras baseando-se em prioridades consideradas variáveis, pois, ele pode optar por produtos ou serviços de acordo com a marca, o preço, a tradição ou a qualidade (RIBEIRO, GONÇALVES, & FERRARI, 2009).

A alimentação, talvez seja a necessidade mais urgente faz com que os consumidores precisem escolher o que comer ou onde comer. Neste aspecto, deve-se considerar a tendência feminina pela manutenção de uma dieta alimentar mais equilibrada, através do consumo de alimentos de menor valor calórico e maior valor nutricional, pelo menos durante a semana. Já os homens tendem a ignorar aspectos nutricionais, buscando, apenas, o prazer dos alimentos (BORGER e FILHO, 2004; JOMORI, PROENÇA e CALVO, 2008). Por outro lado, deve-se ressaltar que esta tendência não se impõe como regra, conforme verificado por Monteiro, Andrade, Zanirati e Silva (2009), que encontraram desequilíbrio na dieta alimentar de estudantes do sexo feminino, além dos estudos de Colares, Franca e Gonzalez (2009) e Ramalho, Dalamaria e Souza (2012), que não encontraram diferenças na alimentação de homens e mulheres.

Talvez, conforme evidenciado por Alves e Boog (2007), o tempo seja um fator interveniente sobre este fato. Isto porque os universitários necessitam de tempo para vivenciar a própria universidade, fazendo com que a alimentação seja, muitas vezes, negligenciada em detrimento de outras atividades.

Para os estudantes, “aproveitar” a vida universitária significa ter bom desempenho acadêmico, uma boa rede de relacionamentos, participar da vida cultural que a universidade potencialmente propicia, ou ainda, viver intensamente todas essas novidades juntas (ALVES, & BOOG, 2007, p. 6)

Corroborando, Borges e Filho (2004) constataram em seu estudo a insatisfação dos jovens universitários com a qualidade de sua alimentação após entrarem para a universidade. Segundo os autores, apesar de conscientes sobre a importância de uma alimentação saudável, o tempo inviabiliza o alcance desse objetivo por parte desses jovens.

Ainda considerando o fator tempo, este muitas vezes incentiva o hábito de comer fora de casa. Este tipo de refeição tem se tornado um corriqueiro nas regiões brasileiras, em

especial na região sudeste. Faz-se importante destacar que os homens constituem o público principal deste tipo de serviço (BEZERRA e SICHIERI, 2010). Para os universitários, a alimentação fora do lar está associada, principalmente, ao almoço, refeição feita por muitos no restaurante universitário (ALVES & BOOG, 2007).

Assim como a alimentação, a prática de atividades físicas também é um aspecto diretamente relacionado à saúde, já que diminui o sedentarismo e os riscos de doenças ligadas à inatividade física. No meio universitário, este tipo de atividade mostrou-se reduzido, conforme demonstrado por Soar, Silva e Lira (2012), o que também pode ser relacionado, ainda que de forma parcial e relativa, ao quesito tempo.

De acordo com Cassiolato e Lastre (2003), com relação à proximidade entre locais, é evidenciado como uma vantagem, ou seja, um determinado estabelecimento que fica próximo de centros urbanos apresenta maior vantagem mercadológica e competitiva que um estabelecimento do mesmo ramo que se encontra em um local residencial. Acredita-se que um maior fluxo de pessoal próximo a um determinado local é vantajoso para o mesmo. A importância da proximidade geográfica, identidade histórica, institucional, social e cultural são fontes de diversidade e vantagens competitivas para as empresas.

O que comprova que o comportamento do consumidor muitas vezes é influenciado pela proximidade, como, por exemplo, quando o consumidor reside perto de supermercados, farmácias, restaurantes e outros, muitas vezes sua preferência de consumir os produtos pode ser direcionada pela proximidade e consequente facilidade de acesso, do que pela preferência (CASSIOLATO & LASTRE, 2003).

Para Silva, Cerchiaro e Mascetti (2004), o quesito preço para os universitários é um fator de grande importância na hora de escolher seus produtos. Devido ao fato de os estudantes receberem dos pais ou responsáveis uma quantia já estabelecida por mês, o preço dos produtos pode influenciar em seu planejamento de gastos mensal. Ainda segundo os autores, consumidores que privilegiam o preço em detrimento de outros aspectos, normalmente são bastante racionais em suas escolhas de consumo. Sendo assim, essas pessoas se preocupam sobre o quanto podem comprar e, também, pagar pelas mercadorias desejadas.

Ao considerar que os universitários estão inseridos no contexto sócio cultural e econômico, é válido lembrar que a finalidade da educação superior não é simples nem unidimensional. Ao contrário disso, o estudante deve possuir uma formação profissional mais abrangente do que aquela instituída pelo currículo. (PEREZ *et al*, 2007). A partir dessa visão, os universitários buscam formação complementar a partir dos cursos extracurriculares a fim de algo a mais em seu currículo e se diferenciarem na hora que forem concorrer no mercado de trabalho.

Ainda em relação aos cuidados com a saúde, nota-se atualmente um aumento na contratação dos serviços privados, sendo as mulheres, de pele branca e com alta escolaridade as principais consumidoras deste tipo de serviço. Em contrapartida, no serviço público os homens representam a mesma porcentagem que as mulheres no Sistema Único de Saúde (RIBEIRO, BARATA, ALMEIDA e SILVA, 2006). Mais uma vez, têm-se indícios da menor preocupação do público masculino com a saúde, conforme relatado por Alves, Silva, Ernesto, Lima e Souza (2011), segundo os quais os homens pouco procuram os serviços de saúde e não os consideram importante, mesmo quando já possuem sintomas de alguma enfermidade.

A moradia também é uma necessidade dos jovens universitários que deixam a residência de suas famílias. A esse respeito, Negreiros e Vieira (2011) descobriram que em relação ao aluguel com a moradia os fatores mais relevantes no momento da escolha do imóvel são a segurança e localização destes.

Em relação ao aspecto transporte, segundo estudo feito por Negreiros e Vieira (2011), a maioria dos jovens universitários se locomove dentro da cidade de ônibus. Já no estudo feito por Doriguel e Sleiman (2010), o carro foi o transporte mais utilizado por esse público,

ficando o transporte coletivo como o segundo mais usado. Deve-se ressaltar que essas diferenças podem ser atribuídas as discrepâncias regionais, sociais e até mesmo da própria instituição em que o estudo foi realizado. Mais uma vez, é preciso considerar a influência do fator tempo sobre as escolhas desses indivíduos, conforme apresentado por Silva (2005). Os resultados revelaram que, segundo os jovens universitários, se o serviço de transporte público fosse mais acessível e frequente (com mais pontos e linhas distribuídos pela cidade e com menores intervalos de passagem), a opção pelo ônibus como meio de transporte seria mais frequente.

A escolha dos jovens universitários para o lazer abarca bares, festas, shows e casas noturnas. Deve-se considerar que a diversidade sociocultural e os diferentes estilos de vida existentes entre os jovens universitários aumentam as opções de lazer (BARRAL, 2006). Conforme apresentado por Silva e Versiani (2011) os espaços públicos são as opções de lazer menos prestigiadas por esses jovens, devido à infraestrutura precária, mesmo em bairros de classe média alta, além da violência que costuma aumentar com a ocupação desses espaços. Nota-se, assim, tal fato segrega também em âmbito espacial, indivíduos pertencentes a diferentes estratos sociais.

Em relação ao aspecto educação, é importante destacar o papel dos livros na vida dos jovens universitários. A esse respeito, Machado (1996) afirma que a falta de modelos populares dos livros dificulta o acesso da população aos livros. Por isso, a preocupação gráfica (estilo de papel e cores) das editoras deveria ser substituída pela preocupação com a popularização dos livros, através da fabricação de modelos mais simplificados graficamente.

Além disso, conforme acrescenta Techne (2007), a grande quantidade de livros utilizados pelos professores em cada matéria também se apresenta como um obstáculo aos estudantes. Conforme observa o autor, é comum a utilização por parte dos professores de diversos capítulos de diferentes obras para compor a literatura das matérias. Dessa forma, o estudante necessitaria comprar todas as obras para seu estudo. Esta prática acaba por difundir nas universidades o hábito da disponibilização de cópias de partes de livros para os alunos, prática não criminosa de acordo com a legislação brasileira.

Os diferentes estudos apresentados abrangem algumas dimensões da vida universitária que influenciam no comportamento de consumo destes jovens. É importante ressaltar que a presença de diversas perspectivas, como as apresentadas pelos diversos estudos supramencionados, possibilita a não homogeneização das informações, o que enriquece o conhecimento sobre o comportamento de consumo deste público.

Metodologia

Nessa sessão encontra-se descrito todas as ferramentas que viabilizaram a realização deste trabalho. Quanto ao tipo e modelo foi realizada uma pesquisa descritiva quantitativa. Malhotra (2006) afirma que a pesquisa descritiva tem como principal objetivo a descrição de algo, normalmente características do objeto de estudo ou relacionamentos entre os fenômenos.

Para a coleta de dados foram utilizados questionários estruturados. O questionário utilizado foi elaborado com base em quatro necessidades dos consumidores descritas por Blackwell, Miniard e Engel (2009): fisiológicas; segurança e saúde; prazer; e informação. Através desses conceitos foram contruídas seis áreas importantes para a pesquisa: lazer, moradia, alimentação, saúde, transporte e educação resultando em trinta e seis questões, além de questões de qualificação da amostra. As divisões abarcaram questões ordinais com faixas pré-estabelecidas em relação à frequência de compra e gasto médio mensal. Além disso, escalas do tipo Likert de seis pontos foram utilizadas tendo em seus extremos, duas expressões de significados opostos (pouco importante – muito importante) visando verificar a importância dos atributos levantados para cada divisão.

Foi utilizada uma amostra representativa de 378 estudantes pertencentes a população de Lavras, cidade pertencente à mesorregião do Campo das Vertentes, no estado de Minas Gerais. A cidade, além de possuir um elevado índice de qualidade de vida, é reconhecida nacional e internacionalmente por seus centros de excelência universitária, abrigando uma das melhores universidades do país (INEP, 2013).

Os questionários foram aplicados entre os meses de julho de 2012 e dezembro de 2012. Salienta-se que o número de questionários aplicados em cada instituição foi proporcional ao número de alunos que cada uma apresentava, sendo que 71% dos mesmos foram aplicados na Universidade Pública (UP), 11% na Faculdade Particular 1 (FP1), outros 11% na Faculdade Particular 2 (FP2), 4% na Faculdade Particular 3 (FP3) e 3% na Faculdade Particular 4 (FP4). Para o tratamento de dados foram aplicados métodos de estatística descritiva, realizados no software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versão 17.0. Os resultados obtidos encontram-se descritos na sessão seguinte.

Análise dos Resultados

Neste tópico são apresentados os resultados da presente pesquisa iniciando pelo tratamento dos dados e caracterização geral da amostra. Logo após, há a identificação das características e análise dos clusters encontrados. Por fim, são demonstradas as variáveis que mais discriminam os clusters, as funções da matriz estrutural e o perfil dos clusters.

Caracterização da Amostra

Após a análise e tratamento inicial dos dados dos questionários aplicados, desconsideraram-se questionários que continham dados ausentes chegou-se no número de trezentos e setenta e três respondentes válidos para análise.

Em relação ao curso realizado pelos estudantes, os que mais foram representativos na amostra foram: Administração, Agronomia, Engenharia de Alimentos, Zootecnia, Administração Pública e Sistemas de Informação. Os demais cursos citados, porém com menor representatividade foram: Engenharia Agrícola, Direito, Engenharia Florestal, Engenharia Controle e Automação, Ciências Biológicas, Educação Física, Medicina Veterinária, Matemática, Ciências Contábeis, Nutrição, Química, Ciência da Computação, Gestão Comercial, Engenharia Civil, Engenharia de Produção, Engenharia Ambiental, Filosofia, Psicologia, Farmácia, Física, Fisioterapia, Pedagogia, Enfermagem, Letras e Odontologia, sendo que 44% dos respondentes foram do sexo masculino e 56% do sexo feminino. Na tabela abaixo é apresentada a relação entre os cursos e sua representatividade na amostra:

Tabela 2: Representatividade dos cursos na amostra.

Cursos	Porcentagem de representação
Administração	20,1%
Agronomia	7,8%
Engenharia de Alimentos	7,8%
Zootecnia	6,4%

Administração Pública	5,6%
Sistemas de Informação	5,6%
Demais cursos citados	Menos de 5%

Fonte: dados da pesquisa, 2013.

Com relação ao tipo de residência verificou-se que 31,6% dos estudantes moram em casa própria ou com a família, 60,1% moram em residência alugada e 4,3% dos estudantes vivem em pensão ou alojamento universitário. Quando perguntados com quantas pessoas dividiam a moradia, foram encontrados os seguintes resultados:

Tabela 3: **Número de moradores nas residências.**

Número de moradores	Porcentagem
Sozinho	4,5%
Até 3 pessoas	49,4%
De 4 a 6 pessoas	30,1%
Com mais de 7 pessoas	15,5%

Fonte: dados da pesquisa.

Uma característica relevante destes dados é a retratação da realidade das repúblicas de estudantes. Percebe-se com tais dados que uma grande parcela dos estudantes universitários não é natural da cidade em que se encontra a universidade, o que os obriga a procurar um local para morar dentro da cidade. Constata-se também que nesta parcela de alunos, a maioria (45,6%) prefere morar com quatro ou mais pessoas, o que nos leva a inferir que tal comportamento é consequência do fator preço, o qual obteve uma das maiores médias (4,9534) no constructo moradia, uma vez que o preço pago por residir em algum local é inversamente proporcional ao número de moradores.

Análise de Frequência

O principal meio de locomoção dos estudantes dentro da cidade é o ônibus circular (29,4%), seguido pelo carro próprio (28,1%) e pela carona (23,4%). Demais meios de locomoção como andar a pé e uso de motocicletas tiveram 10,2% e 7,2% da menção dos entrevistados, respectivamente. A preferência dos estudantes pelo transporte público e carro próprio comprova as maiores médias obtidas nos fatores preço (4,9429) e transporte em menor tempo (4,9586) dentro do constructo transporte, uma vez que estes são os meios mais rápidos e mais baratos de se locomover na cidade, demonstrando a influência dessas características na escolha do transporte. Esse resultado vai de encontro com Negreiros e Vieira (2011) e contrapõe o que disseram Doriguel e Sleiman (2010), pois em seu estudo a maior parte dos estudantes usavam carro para ir e voltar da faculdade, ficando o transporte coletivo como o segundo mais usado.

Quanto ao lazer as atividades preferidas foram festas universitárias (62%), seguida por bares e boates (18,8%) e, por último, cinemas e eventos culturais (15,1%), corroborando os estudos de Barral (2006). Tal comportamento pode ser atribuído à abundância de festas

universitárias na cidade, como também à baixa oferta de eventos culturais, como cinema, teatro, feiras culturais, entre outros.

Com relação à educação, 31,6% dos entrevistados não compram livros, o que pode ser atribuído ao alto custo dos mesmos, se comparado às opções de cópias e *downloads* na internet. Um baixo índice, porém, para se afirmar que o preço alto não permite que os universitários comprem livros didáticos como exposto por Machado (1996). No entanto, a compra de livros não impede os gastos com cópias visto que o estudo aponta um gasto médio mensal de vinte reais por 71% dos estudantes. Esse fato pode ser explicado pela utilização de diversos capítulos de livros variados por parte dos professores, concordando com a visão de Machado (1996) sobre a utilização de cópias.

Outro fato que pode desestimular a compra de livros é a existência de uma única livraria dentro da universidade, o que limita as opções de compra dos estudantes, fazendo com que os mesmos tenham que se deslocar até outras livrarias, que ficam distantes da universidade. Tal fato é corroborado pela alta média obtida pelo fator “proximidade” (5,2615) no constructo Educação (relacionada aos fatores de influência na compra de livros), evidenciando que os estudantes são desestimulados a comprar livros caso a livraria se encontre em um local distante. Dos que compram livros, 50,6% utilizam a livraria e 42,7% a internet. Apenas 5,1% dos entrevistados utilizam o sebo. No entanto, a compra de livros não impede os gastos com cópias visto que o estudo aponta um gasto médio mensal de vinte reais por 71% dos estudantes. Esse fato pode ser explicado pela utilização de diversos capítulos de livros variados por parte dos professores, concordando com a visão de Machado (1996) sobre a utilização de cópias.

Ainda em relação à educação a contratação de cursos extracurriculares é feita por 32,2% dos entrevistados sendo que 85,3% destes cursam línguas estrangeiras, indo de encontro com a visão de Peres *et all* (2007). A atual necessidade e importância de tais conhecimentos, requisitos básicos do mercado de trabalho, direciona a escolha dos estudantes nos cursos extracurriculares.

Com serviços relacionados à saúde constatou-se que 53,1% dos entrevistados possuem plano de saúde particular e 31% dos entrevistados utilizam medicamentos de forma contínua. A prática de atividade física paga esteve presente na resposta em apenas 41% dos entrevistados, corroborando com a visão de Soar, Silva e Lira (2012) de que a maioria dos universitários não praticam atividades físicas.

Com relação ao aspecto alimentação, descobriu-se que a maioria dos jovens faz suas compras semanalmente em supermercados (63,4%) enquanto 22% compram mensalmente e 13,7% afirmam comprar diariamente neste mesmo canal de comercialização. O fator proximidade foi o que demonstrou maior influência no momento de decidir o local de compras, com média de 4,6864. Tal característica pode ser uma evidência da fidelização desse consumidor ao supermercado mais próximo de sua residência como aponta o estudo de Marandola e Lemanski (2006), uma vez que os estudantes preferem realizar compras com maior periodicidade. Outro estudo que confirma a importância da proximidade é o de Cassiolato e Lastre (2003) no qual é reafirmado, que muito consumidores escolhem os supermercados mais próximos para realizar compras devido à facilidade de acesso.

A tabela 4 apresenta a frequência com que os estudantes se alimentam dentro e fora de casa e os lugares que estes escolhem para fazer suas refeições durante a semana e nos finais de semana. A alimentação durante a semana no jantar é realizado 77,7% das vezes em casa e no almoço 50,1% das vezes. Os serviços *fastfoods* (16,1%) são utilizados para refeições em casa. Para almoçar 26% dos estudantes utilizam o restaurante universitário. Já nos finais de semana o almoço é realizado na maioria das vezes em casa (66,2%), assim também como o jantar (52,3%), que, pode ser realizado por meio dos serviços de entrega (25,5%). Percebe-se, desta forma, a preferência dos estudantes pela alimentação dentro de casa durante a semana e

finais de semana em desacordo com Bezerra e Sichieri (2010). Porém, os resultados da pesquisa confirmam Alves e Boog (2007), pois dentre os universitários que se alimentam fora de casa, 26% deles preferem o restaurante universitário para almoçar.

Tabela 4: Frequência dos estudantes em relação ao local de refeições.

Locais de Refeição	Durante a Semana		Finais de Semana	
	Almoço	Jantar	Almoço	Jantar
Casa	50,1%	77,7%	66,2%	52,3%
RU	26%		3,2%	
RU e Casa	7,8%		1,9%	
Restaurante	6,7%	1,3%	15,3%	3,2%
Restaurante e RU	2,7%	0,3%	0,8%	
Casa e Cantina	2,1%	1,1%	1,3%	1,1%
Restaurante e Casa	2,1%	0,3%	11%	3,8%
Cantina/lanchonete	1,1%		0,3%	
RU e Cantina	0,8%			
Restaurante e Cantina	0,5%	0,3		0,3%
Casa e Delivery		9,4%		12,3%
Delivery de fastfood		6,7%		25,5%
Cantina		2,4%		

Fonte: dados da pesquisa.

Após a caracterização dos hábitos alimentares dos estudantes, apresenta-se na tabela 5 o gasto médio dos estudantes com cópias, produtos farmacêuticos, compras no supermercado, atividade física, transporte na cidade, transporte para a cidade natal, lazer, remédios de uso contínuo, cursos extracurriculares, livros comprados e moradia.

A frequência é expressa em percentuais por faixas preestabelecidas, podendo-se perceber que a maioria dos estudantes gasta até R\$20,00 com cópias por mês e com produtos farmacêuticos. O gasto médio, em cada ida ao supermercado, é de R\$20,00 a R\$50,00, assim como o gasto mensal com o transporte dentro da cidade. Os gastos com transporte para a cidade natal variam entre R\$20,00 e R\$100,00. Os gastos com atividade física paga, o lazer, os remédios de uso contínuo e livros comprados variaram entre R\$ 50,00 e R\$ 100,00 mensais. Cursos extracurriculares custam na maioria entre R\$100,00 e R\$200,00 por mês e a moradia fica acima de R\$200,00 mensais.

Tabela 5: Gasto médio dos estudantes com cópias, produtos farmacêuticos, supermercado, atividade física, transportes em geral, lazer, remédios, cursos extracurriculares, livros e moradia.

Gasto médio	Até 20,00	R\$20,00 a 50,00	R\$50,00 a 100,00	R\$100,00 a 200,00	R\$200,00 a 400,00	R\$400,00 a 600,00	Acima R\$600,00
Cópias	71%	22%	6%				
Farmácia (exceto remédios)	55%	32%	11%	1%			
Ida ao Supermercado		65%	21%	13%			
Atividade		34%	51%	7%	4%		

Física							
Transporte		57%	20%	14%	6%		
Transporte para cidade natal		36%	35%	21%	8%		
Lazer			45%	31%	24%		
Remédios de uso contínuo			77%	20%	3%	1%	
Curso extracurricular			31%	55%	10%	2%	
Livros comprados/Ano			59%	31%	8%	2%	
Moradia				17%	41%	25%	16%

Fonte: dados da pesquisa.

Análise Multivariada

Após a realização da análise de frequência, foi feita a formação de clusters de 2, 3 e 4 grupos. Por meio da análise de coeficiente de aglomeração (MALHOTRA, 2006), a opção de 2 clusters se mostrou mais apropriada. O método utilizado foi de Ward e o intervalo de medida foi o Quadrado da Distância Euclidiana.

As variáveis apresentadas na Tabela 6, média e desvio padrão de cada cluster, ajudam a explicar a inclusão dos entrevistados nos seus respectivos clusters. Foram apresentadas:

Tabela 6: Média e desvio padrão de cada cluster.

Variáveis	Cluster 1		Cluster 2		Total	
	Média	DP	Média	DP	Média	DP
Segurança de Moradia	4,27	1,51	5,57	,70	4,81	1,40
Médico ser vinculado ao plano	3,73	2,12	5,50	,91	4,46	1,93
Promoções de Supermercado	4,20	1,57	5,25	1,00	4,63	1,46
Entrega dos Supermercados	2,22	1,63	3,48	1,84	2,74	1,83
Proximidade dos Supermercados	4,29	1,73	5,25	1,01	4,69	1,55
Tradição do Médico	4,05	1,62	5,05	1,24	4,46	1,55
Proximidade do Médico	3,01	1,61	4,08	3,44	3,45	2,58
Atendimento do Serviço de Cópias	3,89	1,58	5,09	1,07	4,39	1,51
Flexibilidade de Pagto da Alimentação	3,66	1,69	4,81	1,26	4,13	1,63
Proximidade de Serviço de Cópias	5,11	1,49	5,48	1,07	5,26	1,34
Proximidade de Serviço de Alimentação	3,69	1,70	4,71	1,33	4,11	1,63

Nota: Resultados da análise discriminante em função dos 2 grupos.

Fonte: dados da pesquisa.

Com o intuito de descobrir quais variáveis apresentam diferenças significativas entre os grupos foram realizadas as análises de variância (Anova) e discriminante. Ao analisar os dados apresentados na Tabela 7, pode-se rejeitar a hipótese de igualdade entre os grupos, exceto para as variáveis: “Segurança de Moradia”, “Médico Vinculado ao Plano”, “Promoções de Supermercado”, “Entrega dos Supermercados”, “Proximidade dos Supermercados”, “Tradição do Médico”, “Proximidade do Médico”, “Atendimento do Serviço de Cópias”, “Flexibilidade de Pagamento da Alimentação”, “Proximidade de Serviço de Cópias” e “Proximidade de Serviço de Alimentação”. Todas as demais

apresentaram diferenças entre os grupos. Já quanto ao Wilks'lambda, estatística utilizada para determinar a função discriminante que maximiza o quociente entre a variação explicada pela diferença entre as médias dos grupos e a variação dentro dos grupos, observou-se que as variáveis que mais diferenciam os grupos são as de maiores coeficientes expressas na ordem decrescente da tabela, ou seja, segurança de moradia foi a variável que mais separou os grupos seguidos da importância dada ao vínculo do médico pelo plano de saúde e assim por diante.

Tabela 7: ANOVA e Discriminante entre os clusters.

Variáveis	Wilks' Lambda	F	Sig.
Segurança de Moradia	,789	100,030	,000
Médico ser vinculado ao plano	,670	96,185	,000
Promoções de Supermercado	,596	53,833	,000
Entrega dos Supermercados	,558	48,624	,000
Proximidade dos Supermercados	,530	37,745	,000
Tradição do Médico	,509	42,397	,000
Proximidade do Médico	,493	16,291	,000
Atendimento do Serviço de Cópias	,481	67,078	,000
Flexibilidade de Pagto da Alimentação	,472	51,510	,000
Proximidade de Serviço de Cópias	,464	7,340	,007
Proximidade de Serviço de Alimentação	,457	39,566	,000

Fonte: dados da pesquisa.

A tabela 8 mostra a análise discriminante feita, que identificou a função e a contribuição individual de cada variável, será demonstrada. É possível avaliar pela função que as variáveis: Médico Vinculado ao Plano, Segurança de Moradia e Entrega dos Supermercados possuem coeficientes maiores e que o único coeficiente de carga negativa é a variável proximidade de serviços de cópias.

Tabela 8: Análise discriminante da contribuição individual das variáveis.

Variáveis	Função
Médico ser vinculado ao plano	,568
Segurança de Moradia	,396
Entrega dos Supermercados	,308
Tradição do Médico	,259
Promoções de Supermercado	,258
Proximidade do Médico	,234
Atendimento do Serviço de Cópias	,230
Proximidade de Serviço de Alimentação	,194
Flexibilidade de Pagamento da Alimentação	,183
Proximidade dos Supermercados	,165
Proximidade de Serviço de Cópias	-,205

Fonte: dados da pesquisa.

Logo em seguida executou-se uma série de cruzamentos de tabelas entre os clusters e as variáveis demográficas a fim de identificar as diferenças entre os mesmos. O teste de qui-quadrado de Pearson foi realizado a fim de avaliar o nível de significância das tendências que

foram avaliadas em função do ajuste residual encontrado nos cruzamentos. Apenas as variáveis demográficas “sexo”, “Faculdade/Universidade”, “Posse de convênio médico”, “Divisão de gastos de moradia” e “Valor gasto com moradia” foram relevantes para a configuração dos estudos dos clusters. Após as análises das variáveis os grupos ficaram assim classificados.

O **Grupo 1** é constituído em maioria por homens que frequentam a universidade federal e que não possui plano de saúde. A maioria dos estudantes deste grupo moram em casas com mais de quatro pessoas. É o grupo de estudantes que gasta menos com moradia (até R\$ 200,00). Corroborando Silva, Cerchiaro e Mascetti (2004), já que o fator de maior influência na decisão, por parte dos estudantes do Grupo 1, sobre onde morar e também sobre com quantas pessoas morar, é o preço.

O **Grupo 2** é de maioria feminina e que frequenta o sistema particular de ensino superior. A maioria possui plano de saúde e divide moradia com menos de 3 pessoas. Este grupo é constituído por estudantes que gastam valores acima de R\$ 600,00 com moradia. Apesar do Grupo 2 gastar mais com moradia, não é possível saber se o preço elevado corresponde a uma moradia de maior segurança, aspecto importante de acordo com Negreiros e Vieira (2011).

O teste de qui-quadrado de Pearson formou dois grupos distintos, porém não houve muitas variáveis díspares entre eles o que limita a interpretação e o aprofundamento das análises.

Conclusão

Esse estudo teve seu objetivo alcançado, já que pôde constatar a influência de fatores como: preço, proximidade e tempo. Percebeu-se que não há uma grande diferença de consumo entre estudantes de faculdade particular e pública, e entre gêneros masculino e feminino, sendo que a divergência encontrada residiu, principalmente, em relação aos gastos com moradia e saúde. Uma possível explicação para esta realidade é a baixa variação de renda verificada entre os estudantes entrevistados, visto que as respostas foram baseadas em sua renda própria e isso pode ter contribuído para o perfil socioeconômico semelhante, por isso não destoam fortemente em preferências de consumo.

O artigo contribui para o melhor entendimento dos fatores que influenciam a decisão de consumo dos estudantes universitários e expande o conhecimento existente na área. Porém, aconselham-se estudos futuros que contemplem uma profundidade maior sobre como esses jovens universitários se comportam em relação ao consumo de outros aspectos como tecnologia e vestuário e quais seriam os fatores que os levam a optar por um e não por outro produto, tendo em vista a contribuição econômica desses atores nas cidades em que residem, sobretudo, naquelas caracterizadas como universitárias.

Outra sugestão é realizar estudo semelhante em cidades de diferentes portes, tais como pequenas e grandes, pois, desse modo, será possível comparar se os universitários são ou não influenciados pelos mesmos aspectos no comportamento de consumo, independentemente, do tamanho da cidade.

Por fim, a partir deste estudo, diversas comprovações que foram citadas na parte do referencial teórico puderam ser afirmadas, tais como as de Negreiros e Vieira (2011), Doriguel e Sleiman (2010), Barral (2006), Machado (1996), Marandola e Lemanski (2006), Cassiolato e Lastre (2003), Alves e Boog (2007), Silva, Cerchiaro e Mascetti (2004) e apenas uma foi em desacordo com os estudos de Bezerra e Sichieri (2010). Dessa maneira, o estudo se mostrou importante para a corroboração da maioria dos estudos encontrados a respeito do tema.

Como ponto limitante do estudo tem-se a não proporcionalidade amostral entre os diferentes cursos das IE's as quais os questionários foram aplicados, o que pode ter limitado as inferências acerca do assunto abordado.

Bibliografia

ALVES, H. J.; BOOG, M. C. F. Comportamento alimentar em moradia estudantil: um espaço para promoção de saúde. **Revista de Saúde Pública, São Paulo, v.41, n.2, p.197-204**, 2007.

ALVES, R. F.; SILVA, R. P.; ERNESTO, M. V.; LIMA, A. G. B.; SOUZA, F. M. Gênero e saúde: o cuidar do homem em debate. **Psicologia: Teoria e Prática, São Paulo, v.13, n.3, p.152-166**, 2011.

BARRAL, G. L. L. **Espaços de lazer e culturas jovens em Brasília: o caso de bares**. Dissertação (Mestrado em sociologia urbana) - Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

BEZERRA, I. N.; SICHIERI, R. Características e gastos com alimentação fora do domicílio no Brasil. **Revista de Saúde Pública, São Paulo, v.44, n.2, p.221-229**, 2010.

BORGES, C. M.; FILHO, D. O. L. **Hábitos alimentares dos estudantes universitários: um estudo qualitativo**. In: Seminário de Administração, 7., São Paulo. Anais... São Paulo: SemAd, 2004. v.1, p. 1-11.

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cenage Learning, 2009.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. **O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, p. 21-34, 2003.

COLARES, V.; FRANCA, C.; GONZALEZ, E. Condutas de saúde entre universitários: diferenças entre gêneros. **Caderno Saúde Pública, Rio de Janeiro, v.25, n.3, p.521-528**, 2009.

DORIGUEL, F.; SLEIMAN, E. A. Análise dos modos de transporte utilizados para o traslado de estudantes a uma instituição de ensino superior. **Revista Tékne e Lógos, Botucatu-SP, v.2, n.1, p. 1-17**, 2010.

INEP. **Índice Geral de Cursos**. Disponível em: < <http://www.inep.gov.br/areaig/> >. Acesso em: 16 de julho de 2014.

JOMORI, M. M.; PROENÇA, R. P. C.; CALVO, M. C. M. **Escolha alimentar: a questão de gênero no contexto da alimentação fora de casa**. Caderno Espaço Feminino, Uberlândia-MG, v.19, n.01, 2008.

MACHADO, N. J. Sobre livros didáticos - quatro pontos. **Revista Em Aberto, ano 16, n.69, p. 30-38**, 1996.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**, 4 edition. Bookman, Porto Alegre, 2006.

MARANDOLA, M. E.; LEMANSKI, S. R. Estudo do perfil do consumidor de supermercados da cidade de Londrina. **Revista Terra e Cultura**, v.22, n 43, p. 41-44, 2006.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. **Censo demográfico: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasil, 2010.

MONTEIRO, M. R. P.; ANDRADE, M. L. O.; ZANIRATI, V. F.; SILVA, R. R. Hábito e consumo alimentar de estudantes do sexo feminino dos cursos de nutrição e de enfermagem de uma universidade pública brasileira. *Revista APS*, v. 12, n. 3, p. 271-277, 2009.

NEGREIROS, L. F.; VIEIRA, S. F. A. Empreendimentos imobiliários vs público universitário: uma análise no município de Cornélio Procopio. **Revista de Estudos Contábeis, Londrina**, v. 2, n. 2, p. 34-56, 2011.

PERES, C. M.; ANDRADE, A. dos S.; GARCIA, S. B.. Atividades extracurriculares: multiplicidade e diferenciação necessárias ao currículo. **Rev bras educ méd**, v. 31, n. 3, p. 203-11, 2007.

RAMALHO, A. A.; DALAMARIA, T.; SOUZA, O. F. Consumo regular de frutas e hortaliças por estudantes universitários em Rio Branco, Acre, Brasil: prevalência e fatores associados. **Caderno Saúde Pública, Rio de Janeiro**, v.28, n.7, p.1405-1413, 2012.

RIBEIRO, M. C. S. A.; BARATA, R. B.; ALMEIDA, M. F.; SILVA, Z. P. Perfil sociodemográfico e padrão de utilização de serviços de saúde para usuários e não-usuários do SUS – PNAD 2003. **Revista Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro**, v.11, n.4, p.1011-1022, 2006.

RIBEIRO, A. P. S.; GONÇALVES, D. Z.; FERRARI, F. M.; CASSIANO, C. M.. **A influência do valor de marca na decisão de compra dos jovens universitários das classes A e B**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009. Anais... Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009.

SILVA, C. L.; CERCHIARO, B. I.; MASCETTI, I. **O Consumo como Espiritualidade e Consumo do Luxo: o que o consumidor tem a dizer**. Anais do XXVIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, p. 25-29, 2004.

SILVA, G. P.; VERSIANI, I. V. L. Brasil: espaço público de lazer no ambiente urbano: ampliação das possibilidades de convivência, socialização e mudança de cenários violentos. **Revista Latinoamericana de Desarrollo Humano**, n. 74, 2011.

SILVA, R. **Estudo do transporte público urbano que serve o campus da UNIJUÍ: uma abordagem da qualidade sob a ótica do usuário**. Trabalho de conclusão de curso (em engenharia civil) - Departamento de Tecnologia, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2005.

SOAR, C.; SILVA, P. S.; LIRA, J. G. Consumo alimentar e atividade física de estudantes universitários da área de saúde. **Revista Univap, São José dos Campos-SP**, v. 18, n. 31, 2012.

TECHNE. **Gestão Educacional**. Disponível em: <<http://www.techne.com.br>>. Acesso em: 20 abr. 2013.