

A INTENÇÃO DE PREVENÇÃO E DE GASTOS FUTUROS DURANTE A COVID-19: um estudo considerando a tomada de decisões sob risco

ANDRÉ FRANCISCO ALCÂNTARA FAGUNDES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)

REJANE ALEXANDRINA DOMINGUES PEREIRA DO PRADO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)

MARCELO LUIZ DIAS DA SILVA GABRIEL
UNIVERSIDADE IBIRAPUERA (UNIB)

SÉRGIO LUIZ DO AMARAL MORETTI
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)

A INTENÇÃO DE PREVENÇÃO E DE GASTOS FUTUROS DURANTE A COVID-19: um estudo considerando a tomada de decisões sob risco

1 INTRODUÇÃO

Um surto de pneumonia de etiologia desconhecida foi identificado em Wuhan, capital da província de Hubei na China, no final de 2019 e, rapidamente, se espalhou por todo o país (CHAUHAN; SHAH, 2020). Em seguida, o Centro Chinês de Controle e Prevenção de Doenças (CCDC) identificou um novo beta-coronavírus chamado 2019-nCoV, oficialmente conhecido como grave síndrome respiratória coronavírus 2 (SARS-CoV-2) (GORBALENYA *et al.*, 2020). Esse vírus, que provoca a doença denominada COVID-19, se espalhou rapidamente por diversos países, o que levou a Organização Mundial de Saúde (OMS) a declarar, em março de 2020, uma pandemia global (CHAUHAN; SHAH, 2020).

As epidemias anteriores como o Ebola (KOSTOVA *et al.*, 2019), a gripe aviária (BURNS; MENSBRUGGHE; TIMMER 2006), a síndrome respiratória aguda grave ou SARS- *Severe Acute Respiratory Syndrome* (KEOGH-BROWN; SMITH 2008) e a gripe suína ou H1N1 (RASSY; SMITH, 2013) provocaram abalos consideráveis no mundo, tanto em termos de saúde como na economia, contudo de menor impacto do que o potencial de dano que a atual COVID-19 tem causado e ainda pode acarretar, mesmo considerando a intervenção governamental em diferentes países (CHRONOPOULOS; LUKAS; WILSON, 2020; RELIHAN *et al.*, 2020).

No Brasil, o primeiro caso oficial da doença foi identificado em São Paulo, no dia 25 de fevereiro de 2020, segundo o Ministério da Saúde (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). Em meados de julho de 2020 o mundo contabilizava 14.765.256 casos confirmados da doença com um total de 612.054 mortes. O país líder no número de casos e mortes é os Estados Unidos com 3.805.524 casos e 140.437 mortes, seguido pelo Brasil com 2.118.646 casos confirmados e 80.120 mortes (OMS, 2020).

Essa pandemia exigiu uma série de medidas orientadas pela OMS e atendidas por governos de diversas partes do mundo, dentre elas uma das principais foi o isolamento social. Assim, a crise instaurada pela pandemia trouxe graves impactos sociais, econômicos, culturais, políticos e históricos, além dos de ordem biomédica e epidemiológica, em escala global (FIOCRUZ, 2020). Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), no Brasil a retração do Produto Interno Bruto - PIB devido a COVID-19 pode chegar a 9,1%, o Banco Central do Brasil, em junho de 2020, projetava uma queda de 6,51% (BOLETIM FOCUS, 2020). De qualquer modo, a recuperação da economia tenderá a ser lenta (AGÊNCIA BRASIL, 2020). O impasse no comportamento de compra e no consumo virá desde quebras de cadeias logísticas, falências de empresas, desemprego entre outros gerando dificuldade na transformação dos negócios para atender essa nova realidade (DELOITTE, 2020; ISTO É DINHEIRO, 2020).

Esse fenômeno tem uma dimensão inédita, sendo, portanto, pouco estudado na academia, especialmente na área de Administração. São raros os estudos acadêmicos na área, como o de Chauhan e Shah (2020), que analisou os sentimentos, os hábitos de consumo de mídias e o comportamento dos consumidores na pandemia de COVID-19 na Índia. Ao contrário dos estudos de empresas de consultoria e pesquisa como Deloitte (2020), McKinsey (2020), Nielsen (2020) e Social Miner (2020). Portanto, passa-se ser de importante relevância a compreensão desse fenômeno também na Academia.

Nesse contexto, a pandemia de COVID-19 representa um risco para os indivíduos e sociedade, não apenas em termos de saúde, mas também econômico, social e cultural. Portanto, as pessoas passam a tomar decisões, formar percepções e ter intenções considerando esse novo risco. Esse tipo de estudo, sobre a tomada de decisão sob risco, é de notável

importância para todas as ciências comportamentais (MISHRA, 2014). Entende-se por risco a incerteza, exposição a perigos, chance de um resultado negativo ocorrer, dentre outros (MISHRA, 2014, WINTERHALDER; LU; TUCKER, 1999).

Estudos anteriores têm demonstrado que os indivíduos percebem e respondem aos riscos das mais variadas formas possíveis, e esse fato é influenciado por diversos fatores, tais como nacionalidade, cultura, fatores sociais, entre outros (BONTEMPO; BOTTOM; WEBER, 1997; CHO; LEE, 2015; GIBBONS; HELWEG-LARSEN; GERRARD, 1995).

Abordagens distintas para analisar a tomada de decisão sob risco vem sendo adotadas, tendo em vista que as teorias clássicas de tomada de decisão não foram significativamente atualizadas à luz do crescente corpo de evidências empíricas sobre como indivíduos realmente tomam decisão sob risco (MISHRA, 2014). Nesse sentido, considerando-se a relevância de se melhor compreender esse tipo de comportamento, inclusive pela atualidade do assunto devido à pandemia de COVID-19, considera-se que é de elevada importância que a academia busque meios de melhor entender esse comportamento. Todavia, devido a já destacada pouca literatura sobre o tema específico – comportamentos em tempos de risco de saúde e econômico – passa a ser relevante que os pesquisadores explorem novas opções epistemológicas e metodológicas para melhor compreender essa nova situação, mesmo não tendo um suporte claro e direto de estudos anteriores.

Seguindo esse pensamento, este trabalho considerou o estudo de Cho e Lee (2015) para compreender a intenção das pessoas em se prevenir da COVID-19. Os autores empreenderam uma pesquisa que considerou diferentes construtos – crença de autoeficácia, gravidade percebida e normas subjetiva – durante a pandemia de H1N1. Sendo assim, com inspiração nesse trabalho, esta pesquisa trilha caminhos semelhantes, mas com foco na análise das intenções de prevenção e de gastos futuros durante a COVID-19.

O objetivo principal desse estudo é analisar os aspectos que influenciam na intenção de se prevenir de COVID-19. Como objetivo secundário, propõe-se analisar a influência da intenção de se prevenir de COVID-19 na intenção de gastos futuros. Entende-se que a compreensão dessas intenções é relevante não apenas academicamente, mas também no aspecto econômico e social.

Para cumprir com os objetivos propostos o estudo foi estruturado em quatro seções, além dessa seção introdutória. A seção dois apresenta o referencial teórico que suporta as hipóteses propostas, a seção três apresenta a análise e discussão dos resultados, a seção quatro as considerações finais do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Diversas teorias, cujos objetivos são examinar a tomada de decisão, foram desenvolvidas em áreas distintas do conhecimento. Tais teorias se dividem em teorias normativas (modelos racionais de comportamento) e descritivas (modelos não racionais que levam em conta as capacidades limitantes da mente humana) (MISHRA, 2014).

Dentre as teorias da tomada de decisão sob risco as mais influentes são: normativas – teoria da utilidade esperada (*expected utility theory*) e teoria da sensibilidade ao risco (*risk-sensitivity theory*) – e descritivas – teoria da perspectiva (*prospect theory*) e abordagem heurística (*heuristic approaches*).

Um dos problemas da teoria da utilidade esperada é que os seus axiomas são constantemente violados na tomada de decisões no mundo real (AKTIPIS; KURZBAN, 2004; ALLAIS, 1953; BARRETT; FIDDICK, 1999; ELLSBURG, 1961; KAHNEMAN; TVERSKY, 1979; RODE; WANG, 2000; STARMER, 2000; WU *et al.*, 2004). Embora a teoria da perspectiva cubra algumas lacunas da teoria da utilidade esperada, ela ainda sofre muitos com os mesmos problemas (MISHRA, 2014). A teoria da sensibilidade ao risco

também sofre deficiências, principalmente em função da sua aplicação, historicamente rígida, a comportamento de animais e não de humanos (MISHRA, 2014). A abordagem heurística busca entender a tomada de decisão sob risco descrevendo como ela realmente ocorre (BERG; GIGERENZER, 2010; BRANDSTÄTTER; GIGERENZER; HERTWIG, 2006; KATSIKOPOULOS; GIGERENZER, 2008; JOHNSON; SCHULTE-MECKLENBECK; WILLEMSSEN, 2008). Por fim, heurísticas têm se mostrado eficazes na explicação de variações substanciais em decisões reais de comportamento em diversos contextos (GIGERENZER; GAISSMAIER, 2011; GIGERENZER; HERTWIG; PACHUR, 2011; GIGERENZER; TODD; 1999; TODD; GIGERENZER, 2000, 2012).

Em contraste com as teorias normativas, segundo Mishra (2014), as teorias descritivas tendem a começar com observações empíricas de comportamento trabalhando numa abordagem de baixo para cima, visando identificar mecanismos próximos envolvidos na tomada de decisão. Talvez por isso, a abordagem heurística tem sido relevante em diversos aspectos. No entanto, devido a lacunas em todas as teorias, há uma propensão à convergência entre elas, sugerindo uma abordagem interdisciplinar que seja produtiva e busque esclarecer padrões reais de tomada de decisão em múltiplos contextos. Para o autor, tanto as diferenças individuais estáveis quanto os fatores ambientais estão associados a padrões consistentes de assumir riscos. Fatores ambientais e situacionais desempenham papel importante na tomada de decisão.

Nesse contexto, este estudo propõe a análise de um modelo que influencia um tipo de decisão sob risco levando em consideração a interdisciplinaridade. Assim, esta pesquisa baseou o modelo proposto para análise no trabalho de Cho e Lee (2015), considerando os construtos utilizados pelos autores – crença de autoeficácia, gravidade percebida, normas subjetivas e intenção comportamental de se prevenir de um vírus.

Conforme Brewer *et al.* (2007), na saúde a percepção de risco está associada a vulnerabilidade e a gravidade percebida. Assim, as pessoas tendem a ter um comportamento de autoproteção quando percebem um risco, sendo que se for uma ameaça mais grave a busca pela prevenção tende a ser maior. Mas, existem outros fatores que podem impactar na gravidade percebida e na intenção de autoproteção, inclusive relacionados a cultura e padrões de interação entre as pessoas.

Normalmente, os processos de formação de percepções, avaliações e tomadas de decisão são influenciados, entre outros aspectos, pelos grupos de referência, que são aqueles agrupamentos de indivíduos relevantes no processo de aprendizagem e formação de crenças das pessoas. Nesse contexto, a norma subjetiva demonstra a percepção do indivíduo sobre a influência social (aprovação ou desaprovação) para o desenvolvimento do comportamento (AJZEN, 1991). Ela diz respeito à influência que as pessoas mais próximas (parentes, amigos, colegas de trabalho, etc.) exercem no comportamento de compra em relação a itens específicos (CHIOU, 1998; LEE; GREEN, 1991). Nesse caso, as pessoas tendem a aceitar ou rejeitar algo em função de um padrão estabelecido por um determinado grupo que corresponde às suas expectativas (REGALADO-PEZÚA *et al.*, 2016).

Assim, conforme Pereira e Dias (2018), a norma subjetiva tende a influenciar a intenção de um indivíduo de executar um determinado comportamento. Mas, os autores ainda destacam que a autoeficácia aliada a norma subjetiva também impacta na influência à intenção comportamental das pessoas.

O conceito de autoeficácia caracteriza-se pela percepção que o indivíduo possui sobre sua capacidade de estar apto para enfrentar situações que exercem influência sobre acontecimentos que afetam sua vida, ou seja, sua crença nos próprios recursos (BANDURA, 1997; SALANOVA; MARTÍNEZ, 2006). Floyd, Prentice-Dunn e Rogers (2000) explicam que as crenças de autoeficácia impactam na confiança da competência do indivíduo que se sente capaz ou não de realizar certas ações baseado nas suas percepções (BANDURA, 2009).

Normalmente, as pessoas com altos níveis de autoeficácia são mais confiantes nas suas habilidades para responder às questões e estímulos ambientais. Seu nível de autoeficácia influencia a forma como percebem e processam as demandas e ameaças ambientais (BANDURA, 1997). Portanto, as pessoas com alto nível de autoeficácia tendem a interpretar demandas e problemas mais como desafios do que como ameaças ou eventos subjetivamente incontroláveis (BANDURA, 1999, 2001).

Nesse contexto, entende-se que a gravidade percebida, a norma subjetiva e a crença de autoeficácia impactam na intenção comportamental, levando a proposição das seguintes hipóteses para este estudo:

H₁ – Gravidade percebida tem um impacto positivo na crença de autoeficácia.

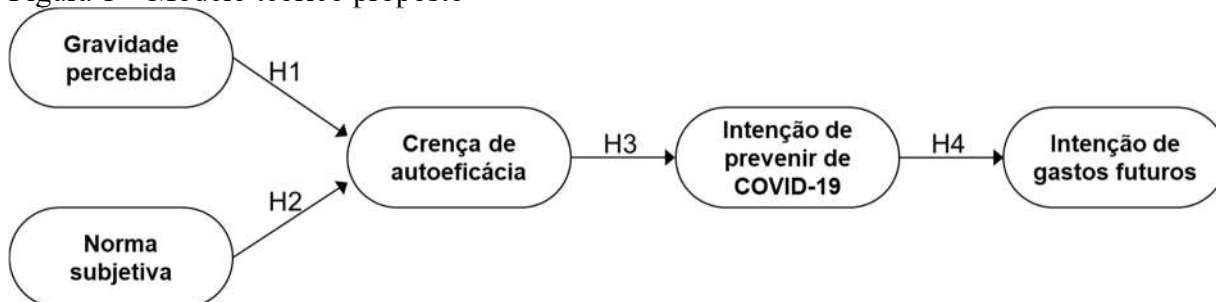
H₂ – Norma subjetiva tem um impacto positivo na crença de autoeficácia.

H₃ – Crença de autoeficácia tem um impacto positivo na intenção de se prevenir de COVID-19.

H₄ – Intenção de prevenir de COVID-19 tem um impacto negativo na intenção de gastos futuros.

O modelo a ser analisado no estudo é apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Modelo teórico proposto



Na sequência, serão explicados os procedimentos metodológicos adotados para se testar o modelo proposto.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este estudo pode ser classificado como descritivo-explicativo, pois identifica e analisa fenômenos sem manipulá-los, ao mesmo tempo em que analisa os fatores que contribuem para a ocorrência dos fenômenos com uso de análise multivariada (BABBIE, 2003).

Para a coleta de dados foi realizado um levantamento, por meio de um questionário estruturado como instrumento de coleta de dados. Na primeira parte do questionário foi apresentada a explicação da pesquisa e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Na sequência, os participantes respondiam as perguntas referentes aos construtos deste estudo.

Para os construtos gravidade percebida (GRAV), normas subjetivas (NS), crença de autoeficácia (CRE) e intenção de prevenir contra COVID-19 (INTCOV) adaptou-se as escalas utilizadas por Cho e Lee (2015), que realizaram um estudo usando esses construtos com foco na H1N1. Para analisar a intenção de compra futura (INTCOM), adaptou-se a escala de Putrevu e Lord (1994). Para todas os construtos adotou-se escalas do tipo Likert de 5 pontos, conforme os trabalhos originais. Destaca-se que todas as questões foram traduzidas/retraduzidas e validadas por especialistas da área, seguindo as indicações de Hair *et al.* (2019).

Por fim, na parte final do questionário, coletou-se os dados sociodemográficos de classificação dos respondentes – gênero, idade, escolaridade, estado civil, ocupação, renda

familiar e estado onde reside no Brasil – e aspectos relacionados à COVID-19 – impacto no emprego, na renda e participação em grupo de risco do respondente ou de alguém de sua família.

Para a coleta de dados, considerando o período de pandemia da COVID-19, que impôs um distanciamento social, utilizou-se a plataforma SurveyMonkey para coletar os dados de forma online. O questionário foi divulgado pelos pesquisadores por meio de seus contatos, sendo solicitado que esses encaminhassem a pesquisa para outras pessoas. Portanto, o tipo de amostragem foi não probabilístico por conveniência.

No total, 458 pessoas responderam o questionário. Todavia, resolveu-se eliminar 56 respostas ou por não terem respondido todas as questões ou por apresentarem dados muito discrepantes dos demais ou sem desvio padrão, alcançando 402 respostas válidas. A proporção entre respostas e variáveis foi de 23,6 observações por indicador, bem acima do que mínimo que é considerado apropriado para análises multivariadas (HAIR JR. *et al.*, 2009).

Após a coleta e tabulação dos dados, precedeu-se a análise dos mesmos. Utilizou-se na análise a modelagem de equações estruturais baseada em variâncias (PLS-SEM), com o uso do software SmartPLS 3.0. A modelagem de equações estruturais é uma técnica estatística multivariada de segunda geração que analisa de forma iterativa tanto os modelos de mensuração, formados pelo construtos (ou variáveis latentes – VL) e seus indicadores (ou variáveis observáveis – VO), quanto o modelo estrutural especificado pelo pesquisador, referente à relação entre os construtos, chamados de endógenos ou exógenos (RINGLE; SILVA; BIDO, 2014).

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

O estudo obteve 402 respostas válidas, sendo 52% da amostra do sexo feminino. A média de idade foi de 44,2 anos (idade mínima 17 anos e máxima 75). Com relação à escolaridade, 85,3% possuem ensino superior. Referente ao estado civil, 60% são casados, 25,9% solteiros, 11,9% separados e 2,2% viúvos.

Dentre os respondentes, as cinco principais ocupações foram: funcionário de empresa privada (27,4%), servidor público (19,4%), estudante (12,9%), empresário (12,9%) e profissional liberal (10,7%). A renda familiar dos respondentes é entre 1 e 3 salários mínimos para 11,2% dos participantes, entre 3 e 12 salários mínimos para 50,7% dos entrevistados e 33,6% tem renda familiar acima de 12 salários mínimos.

Por sua vez, ao se considerar os aspectos relacionados à pandemia de COVID-19, observou-se que 15,4% dos entrevistados ficaram desempregados ou alguém da residência perdeu o emprego e 61,2% tiveram redução da renda familiar. Ademais, observou-se que 63,9% dos participantes fazem parte do grupo de risco da COVID-19 ou tem alguém em suas residências que está nessa classificação.

Por fim, ainda sobre a classificação da amostra, obteve-se resposta de moradores de 17 Estados brasileiros e do Distrito Federal, os estados com maior número de respondentes foram São Paulo (38,6%), Minas Gerais (34,8%) e Bahia (6,5%).

Os dados foram testados quanto à sua aderência à distribuição normal univariada e multivariada. Os testes utilizados foram Shapiro-Wilk (SK) para univariada e Doornik-Hansen (DH) para multivariada, cujos resultados indicaram a não normalidade dos dados.

4.1 Modelo de Mensuração

O primeiro passo para análise de um modelo de equações estruturais é avaliar o modelo de mensuração, em que deve ser verificada a consistência de sua confiabilidade interna, a confiabilidade dos indicadores, a validade convergente e a validade discriminante.

A confiabilidade interna é verificada por meio da confiabilidade composta, acima de 0,70, e do coeficiente alpha de Cronbach, acima de 0,60 (HAIR JR. *et al.*, 2019). A validade convergente é verificada por meio da variância média extraída (do inglês *average variance extracted* – AVE), que deve ser superior a 0,50. Os dados apresentados na Tabela 1 demonstram que os resultados atendem os parâmetros exigidos.

Tabela 1 – Indicadores de validade convergente e confiabilidade

Construto	Variância Média Extraída	Confiabilidade Composta	Alpha de Cronbach
Crença de autoeficácia	0,595	0,880	0,830
Gravidade percebida	0,634	0,834	0,717
Intenção de gastos futuros	0,911	0,968	0,951
Intenção de se prevenir de COVID-19	0,652	0,849	0,735
Norma subjetiva	0,786	0,917	0,863
<i>Valores de referência</i>	<i>> 0,50</i>	<i>> 0,70</i>	<i>> 0,60</i>

Já a confiabilidade dos indicadores é avaliada por meio das suas cargas fatoriais, que devem estar acima de 0,70. Em estudos exploratórios as cargas fatoriais abaixo de 0,70 devem ser analisadas em conjunto com a variância média extraída, sendo que a remoção de indicadores deve ser feita de forma parcimoniosa, buscando otimizar o modelo de mensuração. Os valores encontrados neste estudo estão apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 – *Outer loadings* (cargas fatoriais das variáveis dos construtos)

	Crença de autoeficácia	Gravidade percebida	Intenção de gastos futuros	Intenção de se prevenir de COVID-19	Norma subjetiva
CRE1	0,686				
CRE2	0,803				
CRE3	0,759				
CRE4	0,836				
CRE5	0,766				
GRAV1		0,875			
GRAV2		0,888			
GRAV3		0,589			
INTCOM1			0,948		
INTCOM2			0,964		
INTCOM3			0,952		
INTCOV1				0,759	
INTCOV2				0,818	
INTCOV3				0,843	
NS1					0,910
NS2					0,864
NS3					0,884

Para avaliação da validade discriminante, verifica-se o valor das cargas cruzadas, em que os indicadores de um determinado construto deve ter sua carga fatorial maior no construto que mensura que nos demais construtos, o critério de Fornell-Larcker, em que a raiz quadrada das variâncias médias extraídas (VMEs) devem ser maior do que a correlação entre os construtos, e a razão Heterotraço-Monotraço (HTMT) que é uma forma de avaliar a correlação desatenuada (NUNNALLY; BERNSTEIN, 1994), sendo que valores próximos a 1 indicam falta de validade discriminante.

O resultados da análise das cargas cruzadas é apresentado na Tabela 3, do critério de Fornell-Larcker na Tabela 4, e da razão Heterotraço-Monotraço na Tabela 5.

Tabela 3 – Valores das cargas cruzadas

	Crença de autoeficácia	Gravidade percebida	Intenção de gastos futuros	Intenção de se prevenir de COVID-19	Norma subjetiva
CRE1	0,686	0,170	0,009	0,391	0,340
CRE2	0,803	0,285	0,035	0,611	0,471
CRE3	0,759	0,283	-0,004	0,588	0,391
CRE4	0,836	0,285	0,007	0,566	0,475
CRE5	0,766	0,211	0,040	0,522	0,410
GRAV1	0,242	0,875	0,155	0,226	0,259
GRAV2	0,357	0,888	0,028	0,326	0,268
GRAV3	0,119	0,589	0,083	0,174	0,114
INTCOM1	0,042	0,100	0,948	0,013	0,069
INTCOM2	0,013	0,095	0,964	-0,012	0,030
INTCOM3	0,011	0,104	0,952	-0,026	0,052
INTCOV1	0,470	0,273	0,004	0,759	0,452
INTCOV2	0,555	0,237	-0,070	0,818	0,390
INTCOV3	0,655	0,258	0,038	0,843	0,459
NS1	0,483	0,243	0,059	0,481	0,910
NS2	0,494	0,262	0,083	0,458	0,864
NS3	0,473	0,254	-0,003	0,484	0,884

Na Tabela 3 é possível verificar a validade discriminante, em que os indicadores têm carga fatorial maior no seu construto que nos outros. A tabela 4 apresenta os valores das correlações entre os constructos e as raízes quadradas dos valores das VMEs (RINGLE; SILVA; BIDO, 2014).

Tabela 4 – Valores das correlações entre VL e raízes quadradas dos valores das AVEs na diagonal principal

	Crença de autoeficácia	Gravidade percebida	Intenção de gastos futuros	Intenção de se prevenir de COVID-19	Norma subjetiva
Crença de autoeficácia	0,772				
Gravidade percebida	0,326	0,796			
Intenção de gastos futuros	0,023	0,104	0,954		
Intenção de se prevenir de COVID-19	0,703	0,315	-0,009	0,807	
Norma subjetiva	0,546	0,286	0,053	0,535	0,886

Tabela 5 – Razão Heterotraço-Monotraço (HTMT) entre os construtos

	Crença de autoeficácia	Gravidade percebida	Intenção de gastos futuros	Intenção de se prevenir de COVID-19
Crença de autoeficácia				
Gravidade percebida	0,381			
Intenção de gastos futuros	0,034	0,135		
Intenção de se prevenir de COVID-19	0,876	0,420	0,055	
Norma subjetiva	0,639	0,340	0,065	0,673

Valores de referência < 1

4.2 Modelo Estrutural

Com a validação do modelo de mensuração, o passo seguinte é a análise do modelo estrutural, que representa a relação hipoteticamente formulada entre os construtos. Para esta análise são verificados: (a) ausência de colinearidade entre os construtos; (b) avaliação dos coeficientes de caminho entre os construtos; (c) o coeficiente de determinação (R^2); (d) o tamanho do efeito (f^2); (e) a relevância preditiva do modelo (Q^2); e (f) o tamanho do efeito (q^2).

A análise da colinearidade entre os construtos se dá com o fator de inflação da variância (FIV, abaixo de 5). A Tabela 6 apresenta os resultados do diagnóstico de colinearidade dos dados, todos dentro dos parâmetros requeridos com exceção do indicador INTCOM2, que foi mantido propositalmente em função de que sua retirada não alterou o modelo estrutural.

Tabela 6 – Diagnóstico de colinearidade dos indicadores

Indicador	FIV
CRE1	1,495
CRE2	1,762
CRE3	1,622
CRE4	2,040
CRE5	1,759
GRAV1	1,739
GRAV2	1,639
GRAV3	1,225
INTCOM1	4,713
INTCOM2	6,563
INTCOM3	4,948
INTCOV1	1,411
INTCOV2	1,515
INTCOV3	1,453
NS1	2,726
NS2	1,937
NS3	2,364

Os coeficientes de caminho (do inglês *path coefficients*) são similares aos coeficientes beta padronizados em um modelo de regressão, e representam as relações hipotéticas entre os construtos, e podem variar de -1 a +1, sendo que valores próximos de +1 indicam relações positivas fortes (e vice-versa para valores próximos de -1). Além da análise do valor do coeficiente, também deve ser avaliada a significância das relações. A Tabela 7 apresenta os coeficientes de caminho encontrados e sua significância.

Tabela 7 – Valor e significância dos coeficientes de caminho

	Coefficiente	t	p
GRAV → INTCOM	0,104	2,032	0,042
NS → GRAV	0,286	5,687	0,000
GRAV → CRE	0,185	4,182	0,000
NS → CRE	0,493	9,437	0,000
CRE → INTCOVID	0,495	18,813	0,000

O coeficiente de determinação (R^2) representa o quanto da variância das variáveis exógenas é devido ao efeito conjunto das variáveis endógenas. Embora a avaliação dos coeficientes seja dependente da complexidade do modelo e da área de estudo, valores de 0,25, 0,50 e 0,70 representam, respectivamente, coeficientes fracos, moderados e substanciais. De modo similar aos modelos de regressão, o coeficiente de determinação R^2 ajustado é uma medida mais conservadora, que leva em consideração o tamanho da amostra e a complexidade

do modelo estrutural. Na Tabela 8 são apresentados os coeficientes de determinação R^2 e R^2 ajustado das variáveis endógenas.

Tabela 8 – Coeficientes de determinação R^2 e R^2 ajustado das variáveis endógenas

	R^2	R^2 Ajustado
Crença de autoeficácia	0,329	0,326
Gravidade percebida	0,082	0,079
Intenção de gastos futuros	0,011	0,008
Intenção de se prevenir de COVID-19	0,495	0,494
<i>Valores de Referência</i>		
	<i>Fraco = 0,25; Moderado = 0,50; Substancial = 0,70</i>	

O tamanho do efeito f^2 (do inglês *effect size*) mensura a relação entre as variáveis dentro de uma escala numérica. Cohen (1992) propôs que valores de 0,02, 0,15 e 0,35 representam respectivamente efeitos pequenos, médios e grandes, e a relevância preditiva do modelo é avaliada com o valor Q^2 de Stone-Geisser, onde valores acima de zero indicam relevância preditiva das variáveis endógenas. Os valores encontrados são apresentados nas Tabelas 9 e 10.

Tabela 9 – Tamanho do efeito (f^2)

	Crença de autoeficácia	Gravidade percebida	Intenção de gastos futuros	Intenção de se prevenir de COVID-19	Norma subjetiva
Crença de autoeficácia				0,979	
Gravidade percebida	0,047		0,011		
Intenção de gastos futuros					
Intenção de se prevenir de COVID-19					
Norma subjetiva	0,332	0,089			
<i>Valores de referência: Pequeno = 0,02; Médio = 0,15; Grande = 0,35</i>					

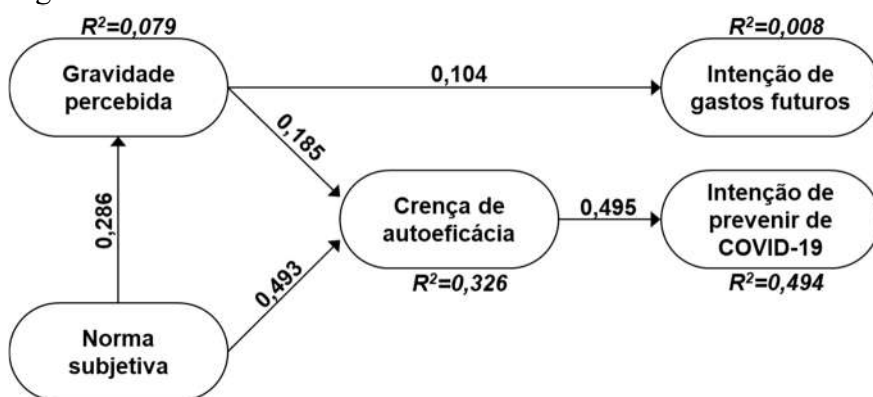
Tabela 10 – Valores dos indicadores da validade preditiva (Q^2)

	Q^2
Crença de autoeficácia	0,190
Gravidade percebida	0,046
Intenção de gastos futuros	0,008
Intenção de se prevenir de COVID-19	0,311
<i>Valor de referência > 0</i>	

A Figura 2 mostra os coeficientes β de cada relacionamento hipotetizado no modelo. Os coeficientes β determinam a força e a natureza direcional das relações entre os construtos.

Após a validação do modelo de mensuração, procedeu-se os testes do modelo estrutural com as relações propostas nesta pesquisa. O modelo final, que apresentou os melhores índices de ajuste – $\chi^2/g.l.=1,462$; CFI=0,984; NFI=0,951; TLI=0,980; e RMSEA=0,35 – é apresentado na Figura 2.

Figura 2 – Modelo estrutural final



A partir desses resultados, foi possível empreender o teste das hipóteses propostas, apresentado na Tabela 6.

Tabela 6 – Teste das hipóteses

Hipótese	Coefficientes de caminho	Resultado
H1- Gravidade percebida tem um impacto positivo na crença de autoeficácia.	0,185	Não refutada
H2- Norma subjetiva tem um impacto positivo na crença de autoeficácia.	0,493	Não refutada
H3- Crença de autoeficácia tem um impacto positivo na intenção de se prevenir de COVID-19.	0,495	Não refutada
H4- Intenção de prevenir de COVID-19 tem um impacto negativo na intenção de gastos futuros.	Sig.>0,05	Refutada

Os resultados desse estudo nas três primeiras hipóteses corroboram com estudos anteriores – H₁ (BREWER *et al.*, 2007; CHO; LEE, 2015); H₂ (AJZEN, 1991; LEE; GREEN, 1991; CHIOU, 1998; CHO; LEE, 2015; REGALADO-PEZÚA *et al.*, 2016); e H₃ (BANDURA, 1997, 2009; FLOYD; PRENTICE-DUNN; ROGERS, 2000; SALANOVA; MARTÍNEZ, 2006; PEREIRA; DIAS, 2018).

Por sua vez, dentre as hipóteses propostas, apenas H₄ – intenção de se prevenir de COVID-19 tem um impacto negativo na intenção de gastos futuros – foi refutada. Esse é um aspecto que pode ser melhor analisado em estudos futuros, pois esperava-se que o risco da doença, tanto de saúde como econômico, poderia influenciar na intenção de se gastar menos no momento para se ter mais recursos no futuro. Nesse sentido, solicitou-se para os participantes que, comparado ao mesmo período do ano passado, eles apontassem a intenção de compras e gastos, de forma geral, para os próximos 3 meses, fazendo-se uma adaptação da escala de Putrevu e Lord (1994). As respostas podem ter refletido diferentes aspectos da análise dos participantes, por exemplo que há uma necessidade de gastos em termos de prevenção à COVID-19 (remédios, vitaminas, alimentos e serviços de saúde), até porque identificou-se que a gravidade percebida tem um impacto positivo na intenção de gastos futuros. Enfim, entende-se que esse aspecto deva ser mais bem analisado em estudos futuros.

Destaca-se que também foram observadas duas novas relações não propostas inicialmente: (i) normas subjetivas têm um impacto positivo na gravidade percebida; e (ii) gravidade percebida tem um impacto positivo na intenção de gastos futuros.

Analisando-se os resultados, percebe-se que 49,4% da variância da intenção de prevenir de COVID-19 é explicada pelo modelo proposto. Por sua vez, a explicação da variância da crença de autoeficácia é de 32,6%. Já a intenção de gastos futuros, apesar de ser influenciada pela gravidade percebida, o seu impacto na variância é muito pequeno (0,8%).

4.3 Diferenças conforme o perfil sociodemográfico da amostra

Após a validação do modelo estrutural, procedeu-se uma avaliação com objetivo de aferir se os dados sociodemográficos dos participantes da pesquisa apresentavam alguma diferença com relação aos construtos analisados – norma subjetiva, gravidade percebida, crença de autoeficácia, intenção de se prevenir da COVID-19 e intenção de gastos futuros.

Ao se observar o gênero, notou-se uma leve diferença (sig.<0,10) na intenção de se prevenir de COVID-19, tendo as mulheres apresentado uma média superior (4,585) superior aos homens (4,517).

No que se refere à faixa etária, as pessoas com 60 anos ou mais apresentaram uma média de gravidade percebida (3,867) superior (sig.<0,05) do que as com idade entre 17 e 29 anos (3,425), 30 e 39 anos (3,348) e 40 e 49 anos (3,213). Já em relação ao constructo crença de autoeficácia, novamente os com 60 anos ou mais apresentaram média superior (3,429) aos respondentes com idade entre 40 e 49 anos (4,177) – sig. < 0,05.

Observando-se a escolaridade, os que possuem Pós-graduação incompleta apresentaram média inferior (4,000) de crença de autoeficácia do que aqueles com Ensino Superior completo (4,350) e os com Pós-graduação completa (4,263) – sig. <0,05. Por sua vez, a média de gravidade percebida dos indivíduos separados (3,813) foi superior (sig.<0,05) do que os casados (3,311).

As últimas três análises estão relacionadas diretamente aos impactos da COVID-19. No que se refere às pessoas que ficaram desempregadas ou tiveram alguém que reside com eles desempregado durante a pandemia, não se observou diferença significativa em relação aos construtos quando se comparou os entrevistados que responderam se houve desemprego em suas residências com aqueles que não vivenciaram essa realidade. Já ao se observar as pessoas cuja pandemia gerou redução de rendimentos para elas ou alguém de sua residência, observou-se uma leve diferença (sig.<0,10) na intenção de gastos futuros, sendo aqueles que tiveram impacto na renda apresentado média inferior (1,192) aos que não tiveram esse impacto (2,088). Finalmente, ao se observar se os participantes ou alguém de suas residências faz parte do grupo de risco da COVID-19, não se observou diferenças significativas entre os construtos.

O Quadro 1 apresenta um resumo de todas as diferenças percebidas por construto. Destaca-se que ao se observar a ocupação e a renda dos respondentes, não se identificou diferenças significativas das médias dos construtos.

Quadro 1 – Diferenças entre as médias dos construtos considerando os grupos de respondentes

Constructo	Sig. <0,05	Sig.<0,1
Norma subjetiva	Nenhum caso	Nenhum caso
Gravidade percebida	60 anos ou mais > 17 a 29 anos 60 anos ou mais > 30 a 39 anos 60 anos ou mais > 40 a 49 anos Separados > casados	60 anos ou mais > 50 a 59 anos Solteiro > casados
Crença de autoeficácia	60 anos ou mais > 40 a 49 anos Ens. Sup. Compl. > Pós-grad. incompl. Pós-grad. compl. > Pós-grad. Incompl.	Ens. Sup. incompl. > Pós-grad. incompl.
Intenção de se prevenir de COVID-19	Nenhum caso	Mulheres > homens Ens. Sup. completo > Pós-grad. incompl.
Intenção de gastos futuros	Nenhum caso	Sem redução de rendimentos > com redução de rendimentos

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho teve como objetivo principal analisar os aspectos que influenciam na intenção de se prevenir de COVID-19, e como objetivo secundário analisar a influência da intenção de se prevenir de COVID-19 na intenção de gastos futuros. Para tanto, considerando-se os constructos trabalhados por Cho e Lee (2015) – gravidade percebida, norma subjetiva, crença de autoeficácia e intenção comportamental – analisou-se um modelo que, primeiramente, observa a intenção de se prevenir de COVID-19 tendo como antecedentes os constructos citados e, posteriormente, observa o impacto dessa intenção na intenção de gastos futuros.

Os resultados indicam um modelo que explica 49,4% da variância da intenção de se prevenir de COVID-19, sendo gravidade percebida ($t = 0,185$; $p < 0,01$) e norma subjetiva ($t = 0,493$; $p < 0,01$) antecedentes de crença de autoeficácia, que por sua vez é antecessor ($t = 0,495$; $p < 0,01$) da intenção de se prevenir de COVID-19, já a influência deste último construído na intenção de gastos futuros não foi significativa, o que levou a refutação da hipótese 4 – intenção de prevenir de COVID-19 tem um impacto negativo na intenção de gastos futuros.

As três primeiras relações suportaram as hipóteses propostas, corroborando com a literatura: H_1 – gravidade percebida tem um impacto positivo na crença de autoeficácia (BREWER *et al.*, 2007; CHO; LEE, 2015); H_2 – norma subjetiva tem um impacto positivo na crença de autoeficácia (AJZEN, 1991; LEE; GREEN, 1991; CHIOU, 1998; CHO; LEE, 2015; REGALADO-PEZÚA *et al.*, 2016); e H_3 – crença de autoeficácia tem um impacto positivo na intenção de se prevenir de COVID-19 (BANDURA, 1997, 2009; FLOYD; PRENTICE-DUNN; ROGERS, 2000; SALANOVA; MARTÍNEZ, 2006; PEREIRA; DIAS, 2018). Importa ainda ressaltar que esse modelo explica 49,4% da variação da intenção de se prevenir de COVID-19 na amostra pesquisada, índice importante encontrado em pesquisas de ciências sociais aplicadas, sugerindo a relevância do modelo para explicar esse importante comportamento em um momento de calamidade pública, tanto na saúde como na economia.

Ademais, esse trabalho também contribui com a literatura ao apontar duas novas relações antes não percebidas pelos pesquisadores. A primeira refere-se a norma subjetiva como antecessor da gravidade percebida ($t = 0,286$; $p < 0,01$). Nesse caso, entende-se que a opinião dos grupos de referência tem um impacto positivo e direto na percepção da gravidade da pandemia de COVID-19.

Já a segunda relação não proposta e encontrada foi a gravidade percebida como antecedente da intenção de gastos futuros ($t = 0,104$; $p < 0,01$). Esse último resultado sugere que, apesar de maneira leve, a percepção da gravidade da pandemia de COVID-19 influenciou o aumento da intenção de gastos futuros ($R^2: 0,008$). Ainda sobre esse resultado, entende-se ser inesperado, por mostrar uma relação positiva da percepção da gravidade da pandemia de COVID-19 na intenção de gastos futuros. Esperava-se que, pela situação pandêmica também influenciar uma crise econômica, as pessoas tenderiam a ter intenções menores de gastos futuros em comparação a um período sem a pandemia.

Por fim, foi possível ainda demonstrar que a gravidade percebida é influenciada, em parte, pela faixa etária e estado civil dos respondentes, o mesmo ocorrendo com a crença de autoeficácia em relação a faixa etária e grau de escolaridade. Finalmente, a intenção de se prevenir de COVID-19 e a intenção de gastos futuros foram levemente influenciadas (sig.<0,1) por gênero e escolaridade, no primeiro caso, e impacto nos rendimentos devido à pandemia de COVID-19, no segundo.

Dessa forma, entende-se que o trabalho apresenta relevantes contribuições para a academia. Primeiro, ao identificar um modelo com relevante capacidade explicativa da intenção de se prevenir da COVID-19. Também foi possível identificar novas relações entre

constructos ainda não testadas anteriormente na literatura – especificamente a influência da norma subjetiva na crença de autoeficácia e desta na intenção de gastos futuros em um período de pandemia. Ademais, os resultados sugerem que alguns aspectos sociodemográficos (idade, estado civil e grau de escolaridade) influenciam a gravidade percebida, a crença de autoeficácia e a intenção de se prevenir de COVID-19. Também se percebeu que o fato de ter sido impactado economicamente pela pandemia influenciou a intenção de gastos futuros.

Entende-se que este estudo apresenta contribuições no aspecto social, principalmente por demonstrar a influência da norma subjetiva, da gravidade percebida e da crença na autoeficácia na intenção de se prevenir de COVID-19. A partir desses resultados podem ser realizadas ações governamentais, inclusive de comunicação, para reforçar esses aspectos no que tange à conscientização da população referente ao grave momento que tem-se vivido com a pandemia de COVID-19. Destaca-se que foi possível identificar grupos que tendem a se comportar de forma distinta frente a essa realidade, possibilitando assim que os responsáveis por ações de conscientização da população tenham ações específicas de acordo com as características desses grupos.

Apesar de suas contribuições, esta pesquisa apresenta limitações. A principal delas refere-se ao tipo de amostragem, que impossibilita a generalização dos resultados, apesar que esse não era o objetivo proposto. Por seu lado, o estudo quantitativo impossibilita um maior aprofundamento das questões referentes às percepções dos indivíduos, nesse sentido não foi possível perceber nesta pesquisa aspectos mais subjetivos referentes à pandemia, todavia, novamente, esse não era um objetivo do estudo.

Por fim, considerando tanto os novos achados como as limitações deste estudo, sugere-se para pesquisas futuras, primeiramente, uma replicação desse estudo para uma amostra estratificada, buscando-se uma nova avaliação do modelo e, se possível, sua generalização. Ademais, entende-se ser importante que novas pesquisas sejam realizadas para melhor compreender os aspectos inéditos encontrados neste estudo, especificamente a relação da norma subjetiva com a gravidade percebida e desta com a intenção de gastos futuros. Neste trabalho, os resultados indicaram que há relação positiva entre gravidade percebida e intenção de gastos futuros, sendo esse um achado inesperado. Possivelmente, os respondentes podem ter focado essa intenção de gasto em produtos específicos pensando-se na pandemia – como remédios, alimentos ou outros gastos com foco na prevenção à COVID-19. Como última sugestão, tem-se a realização de estudos qualitativos para melhor compreensão das diferenças de percepções e atitudes encontradas neste trabalho, referente aos constructos analisados, considerando-se a classificação sociodemográfica e o impacto da pandemia na renda das pessoas.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL. **Segunda onda da covid-19 pode levar PIB do Brasil a cair 9,1%**. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-06/segunda-onda-da-covid-19-pode-levar-pib-do-brasil-cair-91>>. Acesso em: 17 de jun. de 2020.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AKTIPIS, C. A.; KURZBAN, R. Is Homo economicus extinct? Vernon Smith, Daniel Kahneman and the evolutionary perspective. In R. Koppl (Ed.), **Advances in Austrian economics**, v. 7, p. 135-153, 2004.
- ALLAIS, M. Le comportement de l'homme rationnel devant le risque: Critique des postulats et axiomes de l'école Américaine [Rational human behavior regarding risk: A critique of axioms of the American school]. **Econometrica**, v. 21, p. 503-546, 1953.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

BANDURA, A. Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. In E. A. Locke (Ed.), **Handbook of principles of organization behavior**. 2^a ed., Oxford, UK: Blackwell. p. 179-200, 2009.

BANDURA, A. **Self-Efficacy: The Exercise of Control**. New York: Freeman. 1997.

BANDURA, A. Social cognitive theory of personality. In L. Pervin & O. John (eds.): **Handbook of Personality**, 2^a ed., New York: Guilford p.154-196, 1999.

BANDURA, A. Social cognitive theory: an agentic perspective. **Annual Review of Psychology**, v. 52, p. 1-26, 2001.

BARRETT, H. C.; FIDDICK, L. Evolution and risky decisions. **Trends in Cognitive Sciences**, v. 4, p. 251-252, 1999.

BERG, N.; GIGERENZER, G. As-if behavioral economics: Neoclassical economics in disguise? **History of Economic Ideas**, v.18, p.133-166, 2010.

BOLETIM FOCUS. **Focus Relatório de Mercado**. 2020. Disponível em <<https://www.bcb.gov.br/publicacoes/focus/19062020>>. Acesso em: 23 de jun. de 2020.

BONTEMPO, R.; BOTTOM, W.; WEBER, E. Cross-cultural differences in risk perception: A model based approach. **Risk Analysis**, v. 17, p. 479-488, 1997.

BRANDSTÄTTER, E.; GIGERENZER, G.; HERTWIG, R. The priority heuristic: Making choices without trade-offs. **Psychological Review**, v. 113, p. 409-432, 2006.

BREWER, N.; CHAPMAN, G. B.; GIBBONS, F. X.; GERRARD, M.; MCCAUL, K. D.; WEINSTEIN, N. D. Meta-Analysis of the Relationship Between Risk Perception and Health Behavior: The Example of Vaccination. **Health Psychology**, v. 26, n. 2, p. 136-145, 2007.

BURNS, A.; MENSBRUGGHE D.; TIMMER H. Evaluating the Economic Consequences of Avian Influenza, in **Global Development Finance**. Washington: World Bank, 2006.

CHAUHAN, V.; SHAH, H. An Empirical Analysis into Sentiments, Media Consumption Habits, and Consumer Behaviour during the Coronavirus (COVID-19) Outbreak. **Purakala, UGC Care Journal**, v. 31, n. 20, April,2020.

CHIOU, J. The effects of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on consumers' purchase intentions: the moderating effects of product knowledge and attention to social comparison information. **Proceedings of the National Science Council, Republic of China**, v. 9, n. 2, p. 298-308, 1998.

CHO, H.; LEE, J. S. The influence of self-efficacy, subjective norms, and risk perception on behavioral intentions related to the H1N1 flu pandemic: A comparison between Korea and the US. **Asian Journal of Social Psychology**, v. 18, n. 4, p. 1-32, 2015.

CHRONOPOULOS, D. K.; LUKAS, M.; WILSON, J. O. Consumer Spending Responses to the COVID-19 Pandemic: An Assessment of Great Britain. Available at SSRN 3586723, 2020.

COHEN, J. A power primer. **Psychological bulletin**, v. 112, n. 1, p. 155-159, 1992.

DELOITTE. **Covid-19 e os impactos nos setores: Um olhar atento às projeções futuras e à evolução dos negócios durante a pandemia**. 2020. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/br/pt/pages/about-deloitte/articles/combate-covid-setores.html>>. Acesso em: 23 de jun. de 2020

ELLSBURG, D. Risk, ambiguity, and the Savage axioms. **Quarterly Journal of Economics**, v. 75, p. 643-669, 1961.

FLOYD, D. L.; PRENTICE-DUNN, S.; ROGERS, R. W. A meta-analysis of research on protection motivation theory. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 30, n. 2, 407-429, 2000.

FIOCRUZ. **Observatório COVID-19**. 2020. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia>>. Acesso em: 16 de jun. de 2020.

GIBBONS, F. X.; HELWEG-LARSEN, M.; GERRARD, M. Prevalence estimates and adolescent risk behavior: Cross-cultural differences in social influence. **Journal of Applied Psychology**, v. 80, p.107-121, 1995.

GIGERENZER, G.; GAISSMAIER, W. Heuristic decision-making. **Annual Review of Psychology**, v. 62, p. 451-482, 2011.

GIGERENZER, G.; HERTWIG, R.; PACHUR, T. Heuristics: The foundations of adaptive behavior. New York, NY: Oxford University Press, 2011.

GIGERENZER, G.; TODD, P. M.; THE ABC RESEARCH GROUP. Simple heuristics that make us smart. Oxford, UK: Oxford University Press, 1999.

GORBALENYA, A.; BAKER, S.; BARIC, R.; GROOT, R.; DROSTEN, C.; GULYAEVA, A.; PENZAR, D. **Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus: The species and its viruses—a statement of the Coronavirus Study Group**. 2020. Disponível em: <https://digital.csic.es/bitstream/10261/212994/1/Severe%20acute_Gorbalenya.pdf>. Acesso em: 16 de jun. de 2020.

HAIR JR, J. F.; GABRIEL, M. L. D. S.; SILVA, D.; BRAGA JR., S. S. B. Development and validation of attitudes measurement scales: fundamental and practical aspects. **RAUSP Management Journal**, v. 54, n. 4, p. 490-507, 2019.

HAIR JR, J. F.; HULT, G. T. M.; RINGLE, C. M., SARSTEDT, M. **A primer on partial least squares structural modeling (PLS-SEM)**. 2. ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2017.

HAIR JR.; J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, Ronald L. **Análise Multivariada de Dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ISTO É DINHEIRO. **COVID-19 e as mudanças forçadas nos hábitos de consumo**. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/covid-19-e-as-mudancas-forçadas-nos-habitos-de-consumo/>>. Acesso em: 16 de Jun. de 2020.

JOHNSON, E. J.; SCHULTE-MECKLENBECK, M.; WILLEMSSEN, M. C. Process models deserve process data: Comment on Brandstätter, Gigerenzer, and Hertwig (2006). **Psychological Review**, v. 115, p. 263-272, 2008.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect theory: An analysis of decision under risk. **Econometrica**, v. 47, p. 313-327, 1979.

KATSIKOPOULOS, K. V.; GIGERENZER, G. One-reason decision-making: Modeling violations of expected utility theory. **Journal of Risk and Uncertainty**, v. 37, p. 35-56, 2008.

KEOGH-BROWN, M. R., SMITH, R. D. The Economic Impact of SARS: How Does the Reality Match the Predictions? **Health Policy**, v 88, n. 1, p. 110–120, 2008

KOSTOVA D.; CASSELL C.H.; REDD J.T.; WILLIAMS D.E.; SINGH T.; MARTEL L.D.; BUNNELL R.E. Long-distance effects of epidemics: Assessing the link between the 2014 West Africa Ebola outbreak and U.S. exports and employment, **Health Economics**, v. 28, p. 1248-1261, 2019

LEE, C.; GREEN, R. T. Crosscultural examination of the Fishbein behavioral intentions model. **Journal of International Business Studies**, v. 22, p. 289-305, 1991.

LEE, J.; MCKIBBIN, W. J. Globalization and disease: The case of SARS. **Asian Economic Papers**, v. 3, n. 1, p. 113-131, 2004.

MCKINSEY. **COVID-19: Implications for business**. 2020. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/covid-19-implications-for-business#>>. Acesso em: 22 de jun. de 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Brasil confirma primeiro caso da doença**. 2020. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>>. Acesso em: 16 de Jun. de 2020.

MISHRA, S. Decision-making under risk: Integrating perspectives from biology, economics, and psychology. **Personality and Social Psychology Review**, v. 18, p. 280-307, 2014.

NIELSEN. **Life Beyond COVID-19: What manufacturers and retailers must now prepare for.** 2020. Disponível em: <<https://www.nielsen.com/ch/en/insights/article/2020/life-beyond-covid-19/>>. Acesso em: 22 de jun. de 2020.

NUNNALLY, J.; BERNSTEIN, I. The Assessment of Reliability. **Psychometric Theory**, v. 3, p. 248-292, 1994.

OMS – Organização Mundial da Saúde. **WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard.** 2020. Disponível em: <<https://covid19.who.int/>>. Acesso em: 23 de jul. de 2020.

PEREIRA, V.; DIAS, P. C. Atitudes e Consumo de Cannabis em Estudantes do Ensino Geral e Vocacional. **Psicologia, Saúde & Doenças**, v.19, n.3, p. 535-549, 2018.

PUTREVU, S.; LORD, K.R. Comparative and Noncomparative Advertising: Attitudinal Effects under Cognitive and Affective Involvement Conditions. **Journal of Advertising**, v. 23, n. 2, p. 77-91, 1994.

RASSY, D.; SMITH, R. The Economic Impact of H1N1 on Mexico's Tourist and Pork Sectors, **Health Economics**, v. 22, p. 824-834, 2013.

REGALADO-PEZÚA, O.; GUERRERO, C.; RUIZ, J.; MORALES, J. Influence of non-economic factors in the use of personal care products: the case of male Peruvian consumer. **Universidad & Empresa**, v. 18, n. 31, p. 121-138, 2016.

RELIHAN, L.; WARD, M.; WHEAT, C. W.; FARRELL, D. The early impact of COVID-19 on local commerce: changes in spend across neighborhoods and online. *Covid Economics*, 2020.

RINGLE, C.; SILVA, D.; BIDO, D. S. Modelagem de equações estruturais com utilização do Smartpls. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 2, p. 54-71, 2014.

RODE, C.; WANG, X. T. Risk-sensitive decision-making examined within an evolutionary framework. **American Behavioral Scientist**, v. 43, p. 926-939, 2000.

SALANOVA, M.; GRAU, R.; MARTÍNEZ, I. Job Demands and coping behaviours: the moderating role of professional self-efficacy. **Psychology in Spain**, v. 10, p. 1-7, 2006.

SOCIAL MINER. **Tendências de consumo num mundo pós-covid-19.** 2020. Disponível em: <<http://blog.socialminer.com/people-marketing/tendencias-de-consumo-num-mundo-pos-covid-19/>>. Acesso em: 01 de jul. de 2020

STARMER, C. Developments in non-expected utility theory: The hunt for a descriptive theory of choice under risk. **Journal of Economic Literature**, v. 38, p. 332-382, 2000.

TODD, P. M. The ecological rationality of mechanisms evolved to make up minds. **American Behavioral Scientist**, v. 43, p. 940-956, 2000.

TODD, P. M.; GIGERENZER, G. *Ecological rationality: Intelligence in the world.* Oxford, UK: Oxford University Press, 2012.

TODD, P. M.; GIGERENZER, G. Précis of Simple heuristics that make us smart. **Behavioral and Brain Sciences**, v. 23, p. 727-780, 2000.

VENKATESAN, R.; KUMAR, V.; RAVISHANKER, N. Multichannel shopping: causes and consequences. **Journal of Marketing**, v. 71, n. 2, p. 114-132, 2007.

WANG, Y.; HONG, A.; LI, X.; GAO, J. Marketing innovations during a global crisis: A study of China firms' response to COVID-19. **Journal of Business Research**, v. 116, p. 214-220, 2020.

WINTERHALDER, B.; LU, F.; TUCKER, B. Risk-sensitive adaptive tactics: Models and evidence from subsistence studies in biology and anthropology. **Journal of Archaeological Research**, v. 7, p. 301-347, 1999.

WU, G.; ZHANG, J.; GONZALEZ, R. Decision under risk. In D. Koehler; N. Harvey (Eds.), **Blackwell handbook of judgment and decision making**, Oxford, UK: Blackwell, p. 399-423, 2004.