

## INFLUÊNCIAS DA POPULAÇÃO FLUTUANTE NO COMÉRCIO DA CIDADE DE VIÇOSA-MG

Iara Maria Silva Andrade<sup>2</sup>, Tamara da Silva Santos<sup>3</sup>,  
Andreza Costa Capobianco<sup>4</sup>, Lislaine Aparecida de Oliveira<sup>5</sup>,  
Gislaine de Godoi Lima<sup>6</sup>, Rubia Fonseca Roberto<sup>7</sup>

**Resumo:** *Considerando as influências da população flutuante no comércio de uma cidade universitária, o presente estudo visou analisar esse impacto na percepção dos empresários locais. Os dados foram obtidos por meio de uma pesquisa de campo com 40 empresários estabelecidos no município de Viçosa-MG; além de pesquisas bibliográficas e consultas em órgãos oficiais como o Índice Mineiro de Responsabilidade Social e o IBGE. Através dos resultados obtidos, pôde-se verificar que a população flutuante, composta em sua maioria por jovens estudantes, interfere diretamente na economia do município, com variação significativa no comércio nos meses de férias ou greve, provocando a necessidade da adoção de estratégias inovadoras, por parte dos empresários, para impulsionarem suas vendas, e atenderem as expectativas desses clientes. Constatou-se ainda que essa diminuição temporária da população, em determinados período do ano, pode provocar reflexos sobre a prestação de serviços, mercado de mão de obra e serviços públicos, em função da correlação entre eles. Acredita-se que alianças entre instituições de ensino, o poder público e a iniciativa privada podem contribuir para o fortalecimento da economia no município, com o aperfeiçoamento e o desenvolvimento dos postos de trabalho, mesmo em situações adversas.*

**Palavras-chave:** *Cidade universitária, economia local, empresários, estratégias, serviços.*

---

<sup>2</sup>Graduando em Administração – FACISA/UNIVIÇOSA. e-mail: iaramandrade@hotmail.com

<sup>3</sup>Graduando em Administração – FACISA/UNIVIÇOSA. e-mail: tamara.s.santos96@gmail.com

<sup>4</sup>Graduando em Administração – FACISA/UNIVIÇOSA. e-mail: andrezacapobiangovrb@gmail.com

<sup>5</sup>Graduando em Administração – FACISA/UNIVIÇOSA. e-mail: lislaineoliveira.20@gmail.com

<sup>6</sup>Graduando em Administração – FACISA/UNIVIÇOSA. e-mail: gislainelima15@yahoo.com.br

<sup>7</sup>Docente do Curso de Administração – FACISA/UNIVIÇOSA. e-mail: [rubia@univicosacom.br](mailto:rubia@univicosacom.br)

## **Introdução**

Com 77.863 habitantes (IBGE, 2016) e uma população flutuante estimada em quase 20 mil pessoas, a cidade de Viçosa-MG tem seu processo de desenvolvimento associado à educação superior, contando com uma universidade federal e uma grande faculdade particular que, ao se expandirem, provocam mudanças significativas no município, no que diz respeito a economia, ao comércio, ao mercado de mão de obra e a cultura local. Estas transformações ocorreram devido a uma parcela da população migrante residente na cidade ser composta por estudantes, o que consequentemente gera um aumento significativo de demanda do comércio local. Por esses aspectos, há uma preocupação com a estagnação da economia fora do período de aula, que pode levar os empresários a repensarem seus investimentos, devido a apreensão com a demanda variável.

Uma possível crise econômica também repercute nos postos de trabalho no município. Segundo o IMRS (2017) mais de 80% das ocupações formais em Viçosa estão relacionadas ao comércio e prestação de serviços. Logo, a diminuição da demanda nestes seguimentos traz consigo o risco de desemprego para uma parcela da população, afetando a economia como um todo.

Diante disso, o presente estudo justifica-se pela influência do calendário escolar na economia de uma cidade universitária, que despertou nos pesquisadores o interesse em compreender como o comércio na cidade se comporta nos períodos de sazonalidade da demanda, como nos meses de férias escolares (julho, dezembro, janeiro, fevereiro) e nos períodos de greve da Universidade Federal de Viçosa. Assim, a pesquisa teve como objetivo avaliar o impacto que a população flutuante exerce na cidade, no que diz respeito ao comércio; bem como analisar as estratégias adotadas pelos comerciantes em períodos de baixa procura a fim de impulsionar os negócios.

## **Material e Métodos**

O presente estudo contou com uma pesquisa bibliográfica e documental que, de acordo com Gil (2002) se desenvolve a partir de material

já elaborado e consolidado em livros e artigos; com o intuito de explicar a razão e o porquê dos fatos. Numa perspectiva descritiva, os dados secundários foram obtidos por meio de resultados de pesquisas de entidades públicas e órgãos oficiais, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e a Fundação João Pinheiro, além de artigos científicos.

Os dados primários, analisados quantitativamente, foram obtidos em uma pesquisa de campo, por meio de entrevistas estruturadas com 40 comerciantes de Viçosa, de diversos segmentos, no período de janeiro a março de 2017, em seus próprios estabelecimentos comerciais. O roteiro para entrevista foi elaborado com base na bibliografia consultada e é composto por 18 perguntas objetivas. Os resultados foram tabulados e são apresentados na forma de tabela, subsidiando a discussão.

### **Resultados e Discussão**

Em tempos de crise, é clara a preocupação dos empresários, ligados principalmente ao setor comercial, no desenvolvimento de estratégias que permitam vencer o período de baixa procura, sem a necessidade de sofrer prejuízos ou até mesmo encaminhar a falência da organização. Na visão de Souza (2005, p. 3), estratégia é uma das palavras mais utilizadas no meio empresarial, e está relacionada quase sempre a um planejamento bem elaborado, com uma análise do ambiente, tanto interno quanto externo da organização, onde são identificadas as fraquezas e as fortalezas, mas também as ameaças e as oportunidades.

Souza Maria (2014, p. 37) afirma que um dos fatores que mais impulsionam o comércio na cidade de Viçosa, está relacionado com a sua população flutuante, estimada em 20% da população total, que moram nos alojamentos da Universidade, nos hotéis, imóveis alugados individualmente ou em grupo, as chamadas repúblicas estudantis, localizadas principalmente nos bairros centrais da cidade. A autora destaca ainda os negócios que tiveram crescimento impulsionado pelo ensino superior, como a indústria de construção civil, serviços de corretagem e locação de imóveis, e prestação de serviços diversos.

O público flutuante é em sua maioria jovem e apresentam demandas

semelhantes, no que tange a preferência de produtos e serviços. Por essas razões os comerciantes devem ficar atentos às exigências do mercado a fim de impulsionarem suas vendas, e atenderem as expectativas dos clientes, destacando-se da concorrência, principalmente nos períodos de sazonalidade.

Os dados obtidos por meio de entrevista com 40 empresários, mostram que muitos destes percebem queda significativa nas vendas no período de férias escolares, como pode ser observado na Tabela 1, uma vez que 85% do comércio é afetado diretamente pela população flutuante; demonstrando a necessidade de aderirem medidas como promoções, descontos, e aumentarem as suas divulgações através do rádio e da internet, para atraírem mais clientes.

Tabela 1- Percepção dos comerciantes de Viçosa a respeito das influências da população flutuante.

| Como o negócio é afetado pela população flutuante | Quais são as estratégias adotadas | Aumento das vendas no período de aula | Análise do histórico de vendas para o ano seguinte | Ações adotadas pela empresa para superar a crise |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 85% diretamente                                   | 37,5% promoções                   | 47,5% alto                            | 90% sim                                            | 30% inovação                                     |
| 15% indiretamente                                 | 27,5% divulgações                 | 35% médio                             | 10% não                                            | 30% novo prod/serviço                            |
|                                                   | 20% descontos                     | 17,5% baixo                           |                                                    | 25% ações corretivas                             |
|                                                   | 15% internet                      |                                       |                                                    | 15% outros                                       |

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Identificou-se também que o setor que mais sofre os impactos com a diminuição temporária da população é o alimentício, especificamente os restaurantes, que em sua maioria atendem o público universitário e que, com a queda na demanda em determinados períodos do ano, reduzem a produção e conseqüentemente a necessidade de mão de obra. Há impacto também para os fornecedores desses estabelecimentos, alguns deles locais, como açougues, supermercados e horti-frutis.

Na percepção dos empresários há um aumento de aproximadamente

47% das vendas nos períodos de aula, principalmente em empresas do ramo de roupas e acessórios, como também óticas, papelarias, centros de estéticas, armarinhos, e entre outros. Cerca de 40% dos respondentes adotaram a estratégia promocional “carta coringa” desenvolvida na cidade há pouco menos de dois anos, que oferece descontos em uma ampla rede de estabelecimentos dos mais variados segmentos. A carta tem validade limitada e os associados são renovados a cada sessenta dias; proporcionando benefícios não só aos consumidores que ganharão o desconto, como também aos anunciantes que divulgam suas marcas de forma mensurável, atraem novos clientes, e movimentam os seus estabelecimentos.

A pesquisa mostrou ainda que há uma parcela (15%) do comércio do município afetada indiretamente pela população residente no entorno de Viçosa. Trata-se de supermercados e mercearias, que por comercializarem produtos de primeira necessidade e oferecerem grandes promoções, atraem não somente os cidadãos viçosenses, como também as cidades da região; acentuando dessa forma uma venda elevada o ano todo, a ponto de sofrerem menos influência da população flutuante composta por estudantes.

De forma geral, a maior parte dos empresários entrevistados caracterizam a economia da cidade como sendo boa, embora ocorram grandes oscilações em alguns meses do ano. Com isso, as maiores dificuldades encontradas são para superar esses períodos em que a venda é baixa, porém compensada em outros meses; fazendo uma análise fidedigna do estoque, para realizarem suas compras de acordo com as principais necessidades dos clientes.

## Conclusões

O trabalho mostrou que, na percepção dos empresários, a cidade sofre fortes influências da população flutuante, principalmente no que diz respeito ao comércio e prestação de serviços, impactando de forma acentuada a economia local. A partir disso, é possível inferir a necessidade de definição de estratégias específicas para essa realidade, no que tange as ações de marketing, gestão de pessoas, finanças e produção.

Considerando que a população flutuante também é usuária dos

serviços públicos, como saúde, transporte, segurança e educação, acredita-se que alianças estratégicas entre as instituições de ensino, o poder público e a iniciativa privada possam contribuir para o fortalecimento da economia local e a manutenção dos postos de trabalho, mesmo em situações adversas.

Apesar de toda a produção científica gerada na cidade, em função dos cursos de especialização, mestrado e doutorado, não se encontrou muitos estudos a respeito do tema, demonstrando assim uma lacuna a ser preenchida, com pesquisas acadêmicas que aprofundem o olhar sobre o impacto da população flutuante na economia e na prestação de serviços públicos no município de Viçosa.

### Referências Bibliográficas

DE SOUZA, J. P., TONON, L.; PEREIRA, L. B. Estratégias competitivas e padrão de concorrência como indutores de competitividade e sustentabilidade nos segmentos produtor e processador na cadeia de lácteos do Paraná. In: *Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural*. 2005.

DE SOUZA MARIA, A. C.; DE ALMEIDA FARIA, T. C.; STEPHAN, I. I. C. Um retrato da evolução urbana de Viçosa-MG: impactos da federalização da UFV sobre a cidade (1969-2014). *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, v. 3, n.1, p. 37-54, 2014.

GIL, A. C. Como elaborar Projetos de Pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. p 42.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades: Informações Estatísticas – Viçosa-MG. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=317130>>. Acesso em: 08 fev. 2017.

IMRS – Índice Mineiro de Responsabilidade Social – Viçosa-MG. Disponível em: <<http://imrs.fjp.mg.gov.br/Perfil/PerfilMunicipal?id=844>>. Acesso em: 15 mar. 2017.