



Comportamento de compra na pandemia

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC- Abril de 2021

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
de Santa Catarina

Comportamento de compra na pandemia

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL	3
COMPORTAMENTO PANDEMIA	4
CONCLUSÃO	9

INTRODUÇÃO

O agravamento da pandemia de Covid-19 tem sido um grande desastre de saúde pública, com quase 300.000 mortes em todo o país. Além da catástrofe com milhares de perdas de vidas, a crise econômica instaurada tem gerado desemprego, queda do poder aquisitivo e diminuição da renda dos brasileiros.

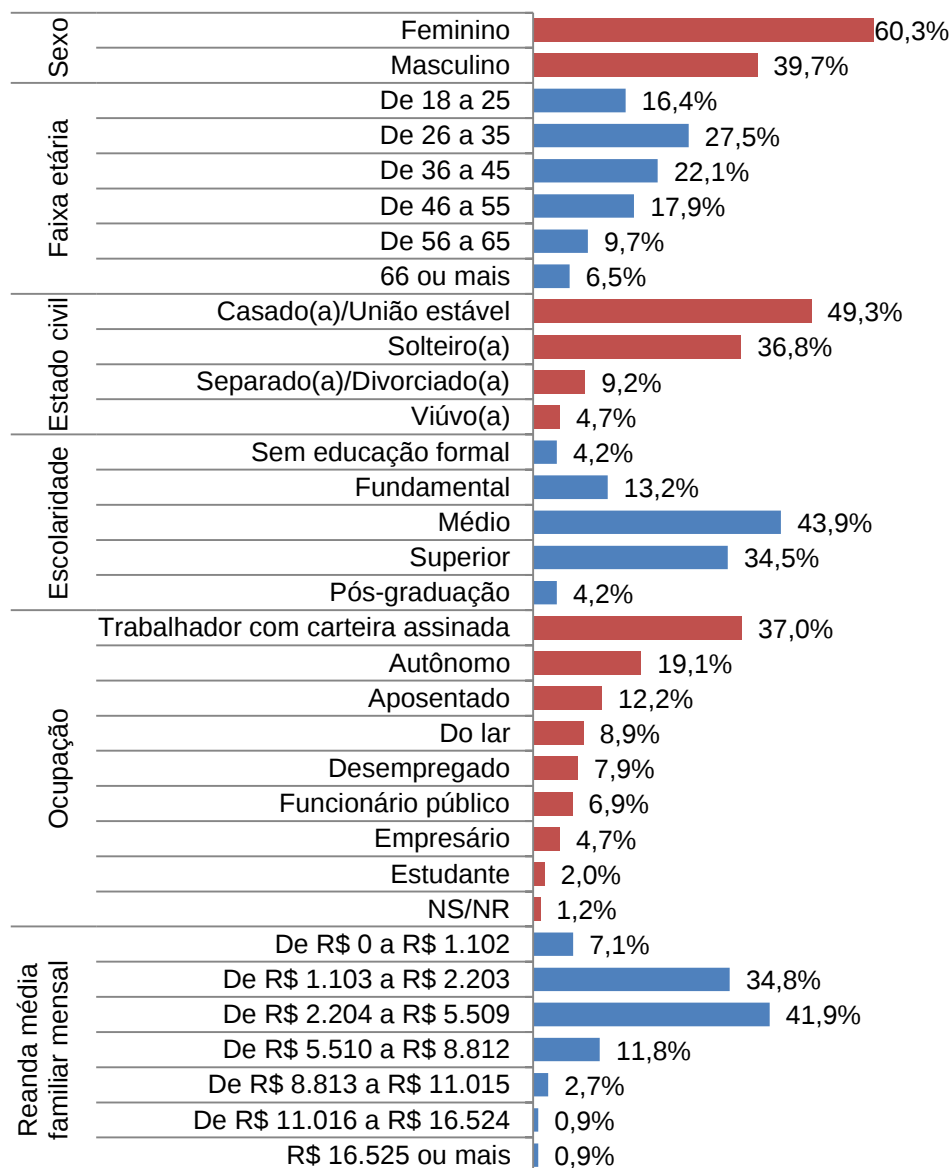
Considerando esse cenário, a Fecomércio SC realizou a pesquisa a seguir para compreender a percepção e comportamento do consumidor catarinense com o agravamento da pandemia a partir do início de março.

Pesquisa realizada com 403 consumidores entre os dias 17 a 20 de março, com consumidores das cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville e Lages. A pesquisa tem significância de 95% e erro amostral de 5%.

PERFIL

O perfil socioeconômico diz muito sobre o comportamento do consumidor, direcionando preferências e expectativas dos consumidores. Os consumidores catarinenses são em sua maioria mulheres, com média de 40,2 anos, casados ou em união estável (49,3%) e trabalhadores com carteira assinada (37%).

Perfil socioeconômico



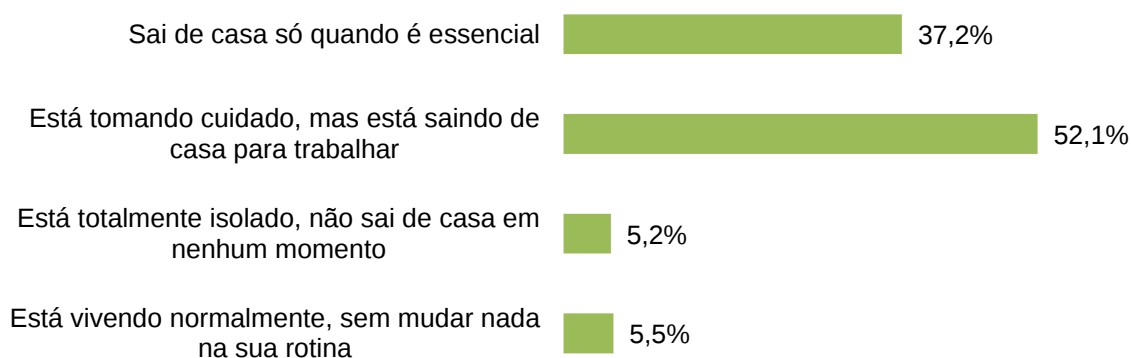
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Como será demonstrado a seguir, diversas características do perfil interagem com o comportamento dos consumidores catarinenses.

COMPORTAMENTO PANDEMIA

Com o aumento dos números de contaminação e mortes na pandemia, muitas cidades estão criando restrições de circulação, bem como empresas enviando colaboradores para *home office*. Buscando compreender o novo cenário, a pesquisa questionou como os consumidores estão se comportando nesse momento. Mais de metade dos consumidores não estão realizando o isolamento e acabam saindo de casa para trabalhar (52,1%). Isso porque o estado realizou nesse período restrições de atividades, mas não fechou completamente.

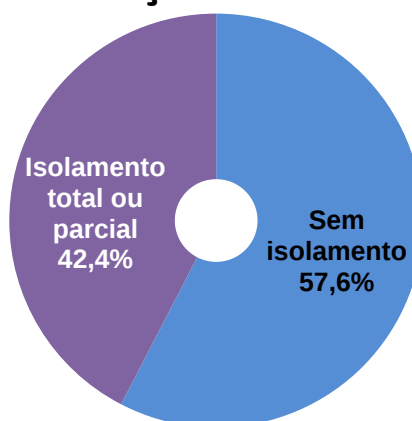
Situação cenário atual da pandemia



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Observando os dados sobre a situação do isolamento, 57,6% não estão realizando isolamento, enquanto 42,4% dos consumidores estão em isolamento total ou parcial, saindo de casa apenas quando é essencial ou totalmente isolados, para evitar a contaminação do Covid-19.

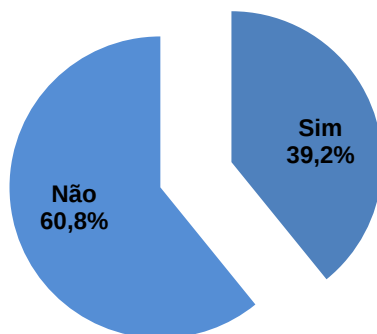
Situação isolamento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outra questão levantada foi se os consumidores ou familiares de suas casas positivaram para o Covid-19. Quase 40% afirmaram que sim, o que é um percentual considerável, demonstrando a gravidade da doença no estado.

Contaminação pessoas residência



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

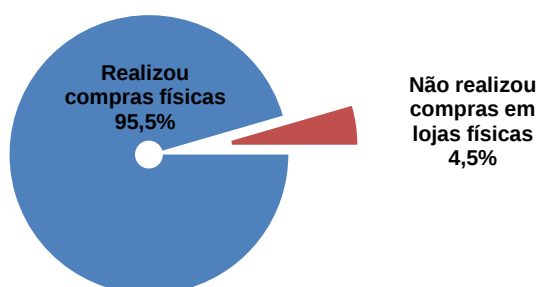
Quando analisado os dados dos que já se contaminaram ou tiveram alguém de suas residências contaminadas, quase 90% se recuperaram ou tiveram seus parentes recuperados, mas quase 5% dos consumidores tiveram óbitos de pessoas em suas casas decorrentes do Covid-19.

Situação testes positivos Covid-19	
Testaram positivo	%
Sim, mas já me recuperei/já se recuperaram.	89,3%
Sim, ainda estou infectado/ainda tem alguém infectado.	6,3%
Sim, e infelizmente um parente faleceu.	4,4%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado apurado pela pesquisa foi sobre as compras físicas realizadas entre os dias 01 a 15 de março pelos consumidores entrevistados. Observa-se que, mesmo com considerável percentual de consumidores em isolamento total ou parcial, a maioria dos consumidores (95,5%) realizou compras em canais de compras físicas, enquanto 4,5% não realizaram.

Compras físicas últimas duas semanas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Nota-se, contudo, que os consumidores que não realizaram compras físicas no período apurado têm a maior média de idade (50,7 anos)- os consumidores mais velhos são considerados grupos de risco para a Covid-19. Entre os consumidores que realizaram compras físicas, a média de idade foi de 39,6 anos.

Relação idade X Compras físicas últimas duas semanas	
Compras físicas	Média de idade
Não realizou compras em lojas físicas	50,7
Realizou compras físicas	39,8

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Apesar de a ampla maioria ter realizado compras físicas nesse período, os principais itens comprados foram os considerados essenciais: alimentos e bebidas (97,1%), enquanto 51,2% compraram medicamentos. Entre os itens considerados não essenciais, a contratação de serviços de beleza (cabelereiros/unhas/estéticas) atingiu o primeiro lugar, seguido pelos itens de vestuário.

Itens de compra física entre os dias 01 a 15 de março	
Itens comprados	%
Alimentos/bebidas	97,1%
Medicamentos	51,2%
Serviços de beleza (cabeleireiro/unhas/estética)	14,8%
Itens de vestuário	9,9%
Calçados/ acessórios	6,0%
Bares/restaurantes	6,0%
Eletrônicos	2,3%
Móveis/decoração	1,6%
Materiais de construção	1,6%
Outro	1,6%
Cama/mesa/banho	1,3%
Brinquedos	1,3%
Papelaria	0,8%
Laboratório	0,5%
Total	195,8%

Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outra questão abordada na pesquisa buscou compreender o grau de intenção de realização de compras de diversos itens em canais físicos nas duas seguintes. Observa-se que, novamente, os itens de compras consideradas essenciais foram os principais- 89,8% com intenção alta de compras de produtos alimentícios e bebidas e 50,7% com intenção alta de compras de medicamentos.

Entretanto, 49,4% dos consumidores não pretendem realizar compras de medicamentos em canais físicos, apontando para o receio dos consumidores, o

possível uso dos canais virtuais desse item, bem como o fato da compra desse item ser mais esporádico.

Entre os itens não essenciais, a maior intenção de realizar a contratação de serviços indo aos estabelecimentos são os de beleza e estética (12,2%), isso provavelmente devido à natureza dos serviços.

O item não essencial mais rejeitado foi a contratação de serviços de hospedagem, como hotéis e pousadas, onde nenhum consumidor entrevistado demonstrou intenção de contratação nas próximas duas semanas. Apontando para a preocupação dos consumidores em sair de suas residências ou realizar viagens.

Intenção de compra em canais físicos nas próximas duas semanas					
Característica	Itens	Intenção de compra			
		Baixa		Alta	
		Muito baixa (Certamente NÃO irei comprar)	Baixa (Provavelmente NÃO irei comprar)	Alta (Provavelmente irei comprar)	Muito alta (Certamente irei comprar)
Não essencial	Itens de vestuário	72,2%	23,1%	4,7%	0%
Essencial	Alimentos/bebidas	6,7%	3,5%	36,2%	53,6%
Não essencial	Calçados/ acessórios	75,2%	23,8%	1,0%	0%
Não essencial	Cama/mesa/banho	75,7%	23,1%	1,2%	0%
Essencial	Medicamentos	23,1%	26,3%	39,5%	11,2%
Não essencial	Serviços de beleza	64,0%	23,8%	9,7%	2,5%
Não essencial	Bares/restaurantes	74,2%	21,8%	3,7%	0,2%
Não essencial	Hotéis/pousadas	77,2%	22,8%	0%	0%
Não essencial	Brinquedos	77,2%	22,3%	0,5%	0%
Não essencial	Móveis/decoração	77,4%	22,1%	0,5%	0%
Não essencial	Eletrônicos	77,2%	22,1%	0,7%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Analisando a situação no cenário atual da pandemia em relação à intenção de compras de itens de medicamentos em canais físicos, observa-se que 80,9% dos consumidores em isolamento total têm baixa intenção de realizar compras físicas desses itens.

Relação situação pandemia X Intenção de compra medicamentos				
Situação no cenário atual da pandemia	Intenção de compra medicamentos			
	Muito baixa	Baixa	Alta	Muito alta
Sai de casa só quando é essencial	26,0%	23,3%	37,3%	13,3%
Está tomando cuidado, mas está saindo de casa para trabalhar	17,6%	27,1%	44,3%	11,0%
Está totalmente isolado, não sai de casa em nenhum momento	47,6%	33,3%	14,3%	4,8%
Está vivendo normalmente, sem mudar nada na sua rotina	31,8%	31,8%	31,8%	4,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Traçando cruzamento entre a situação do isolamento em relação à intenção de compras físicas de itens de alimentos e bebidas, 13,4% dos que estão em total ou parcial isolamento (saindo só quando essencial ou sem sair) têm baixa intenção de realizar compras físicas desses itens, apontando que realizaram as compras de forma online, para estoque ou que possuem terceiros realizando compras para eles.

Relação isolamento X Compras físicas próximas duas semanas				
Situação isolamento pandemia	Intenção de compras alimento/bebidas			
	Muito baixa	Baixa	Alta	Muito alta
Sem isolamento	4,3%	3,4%	33,2%	59,1%
Isolamento total e parcial	9,9%	3,5%	40,4%	46,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Traçando uma relação sobre a situação no atual cenário da pandemia e intenção de compras em canais físicos de itens de vestuário nas próximas duas semanas, observa-se que apenas os consumidores que afirma estar vivendo normalmente, sem mudanças na rotina, é que tem intenção de realizar compras físicas desses itens nas próximas duas semanas.

Relação situação pandemia X Intenção de compras físicas itens de vestuários nas próximas duas semanas				
Situação pandemia	Intenção de compras itens de vestuário			
	Muito baixa	Baixa	Alta	Muito alta
Sai de casa só quando é essencial	78,7%	16,7%	4,7%	0%
Está tomando cuidado, mas está saindo de casa para trabalhar	69,0%	27,1%	3,8%	0%
Está totalmente isolado, não sai de casa em nenhum momento	76,2%	23,8%	0%	0%
Está vivendo normalmente, sem mudar nada na sua rotina	54,5%	27,3%	18,2%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Os dados da pesquisa apontam que 39,2% dos consumidores já se contaminaram ou tiveram residentes em suas casas que testaram positivo para o Covid. Talvez por isso, 42,4% dos consumidores estão vivenciando algum grau de isolamento: não sai de casa em nenhum momento (5,2%) ou saindo apenas quando é essencial (37,2%). Cabe lembrar que cada região do estado adotou medidas restritivas distintas e que as medidas do governo do estado não fecharam totalmente as atividades.

O receio dos consumidores catarinenses também pode ser observado quando analisado o fato de não terem a intenção de realizar compras de itens não essenciais em canais de compras físicas.