

Hábitos de consumo adquiridos na pandemia deverão permanecer no pós-Covid

Estudo realizado pela SBVC revela mudança de comportamento dos brasileiros durante a quarentena, com aumento da digitalização do consumo

São Paulo, maio de 2020 – O comportamento dos consumidores precisou ser alterado durante a quarentena. Sem opção de lojas físicas na maioria das categorias, os brasileiros aumentaram suas compras online e passaram a usar mais meios digitais de pagamentos. Na saída da crise, muitos desses hábitos serão mantidos, gerando mudanças definitivas no comportamento de consumo.

De acordo com o estudo “Novos hábitos digitais em tempos de Covid-19”, realizado pela **Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)** em parceria com a **Toluna** (fornecedora líder de insights do consumidor sob demanda), a crise do coronavírus fez com que a transformação digital do varejo se tornasse prioridade para poder manter os negócios em operação. O consumidor, por sua vez, rapidamente mudou seus hábitos e abraçou ferramentas digitais. “Os consumidores estão cientes do risco de contaminação ao sair de casa e por isso, ainda que saiam às ruas para comprar itens essenciais, têm apresentado um comportamento mais digital, usando apps para compra e pagamento, por exemplo”, analisa **Eduardo Terra, presidente da SBVC**.

O estudo mostra que 61% dos clientes que compraram online durante a quarentena aumentaram o volume de compras online devido ao isolamento social. Em 46% dos casos, esse aumento de compras foi superior a 50%. O grande destaque foi a compra de alimentos/bebidas para consumo imediato (por *delivery*), que cresceu para 79% dos entrevistados.

Com o aumento da demanda no e-commerce, os prazos de entrega aumentaram. O estudo mostra que 69% dos consumidores notaram prazos mais elásticos, mas 57% consideraram aceitável esse aumento. Somente 11% dos consumidores deixaram de comprar online devido ao prazo de entrega. “Nesta quarentena, as compras de muitas categorias passaram a ser mais planejadas e,

com isso, um prazo de entrega mais alongado se tornou aceitável. A satisfação dos clientes, na faixa de 80%, mostra que o e-commerce vem conseguindo absorver bem o aumento de demanda”, analisa Terra.

Ao experimentar o e-commerce em diversas categorias, os brasileiros estão efetivamente mudando seu comportamento de consumo. Mais da metade (52%) dos entrevistados está comprando mais em sites e aplicativos durante a quarentena e 70% pretendem continuar comprando mais online do que faziam antes do Covid-19. “Está havendo uma mudança real de comportamento e empresas que conseguirem se relacionar bem com os clientes neste momento terão uma grande vantagem no pós-crise”, avalia o presidente da SBVC.

Metodologia

O estudo entrevistou 1.000 consumidores em todo o País para entender novos hábitos de consumo e como os consumidores estão comprando no período de quarentena devido ao Covid-19, além de avaliar a satisfação de compra no ambiente online nesse período. Dos respondentes, maioria são mulheres (54%), casados(as) (47%), possuem em média 30 anos de idade e possuem atividade remunerada (76%). Pouco mais da metade (54%) reside na região Sudeste do Brasil, concentrando-se no Estado de São Paulo (34%).

O estudo está disponível na íntegra para download em nosso site: <http://sbvc.com.br/novos-habitos-digitais-em-tempos-de-covid-19/>

Sobre a SBVC – Fundada em 29 de maio de 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento e promover ações sociais. A SBVC é sustentada em quatro pilares fundamentais: Conteúdo, Relacionamento, Responsabilidade Social e Apoio Técnico.