



## Comportamento de Compra

### Nesta Edição:

Relatório da pesquisa de comportamento de consumo

### Realização:

Núcleo de Estudos e Observatório de Moda – NEPES | Faculdade Una Divinópolis

### Pesquisadores:

Carolina Manoelly da Silva  
Daniela Diogo Santos  
Kaissa Kellys da Silva Nascimento  
Marcela Lopes e Silva  
Mariana Rodrigues Silva  
Paloma Santos Araujo  
Ruan Phellipe da Mata

### Professores orientadores:

Pâmella Pugas

O Observatório da Moda do Centro Universitário UNA – Unidade Divinópolis, tem como objetivo trazer informações relevantes aos gestores de negócios relacionados à moda. Nesta edição, o tema abordado foi o comportamento de compra das pessoas diante da pandemia e como elas esperam para consumidor no período natalino.

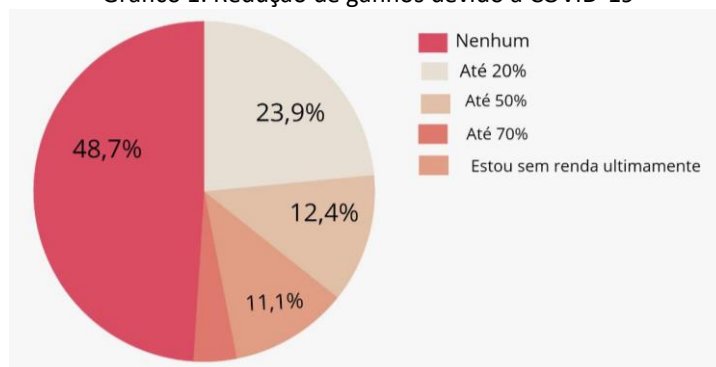
A pesquisa constante desta edição foi realizada entre os dias 16 e 27 de novembro, com levantamento realizado de forma quantitativa. O questionário utilizado foi baseado na pesquisa realizada pela Rakuten Advertising, empresa especializada em tecnologia para publicidade e marketing digital. Na pesquisa realizada pela Rakuten Advertising foram entrevistas mais de 8 mil pessoas em todo mundo, sendo cerca de 1 mil brasileiros, durante os meses de junho e julho deste ano.

Participaram da pesquisa realizada pelo observatório, 226 (duzentos e vinte e seis) consumidores de Divinópolis e região, por meio de questionário divulgado via formulário eletrônico.

### RELATÓRIO DA PESQUISA - COMPORTAMENTO DE COMPRA

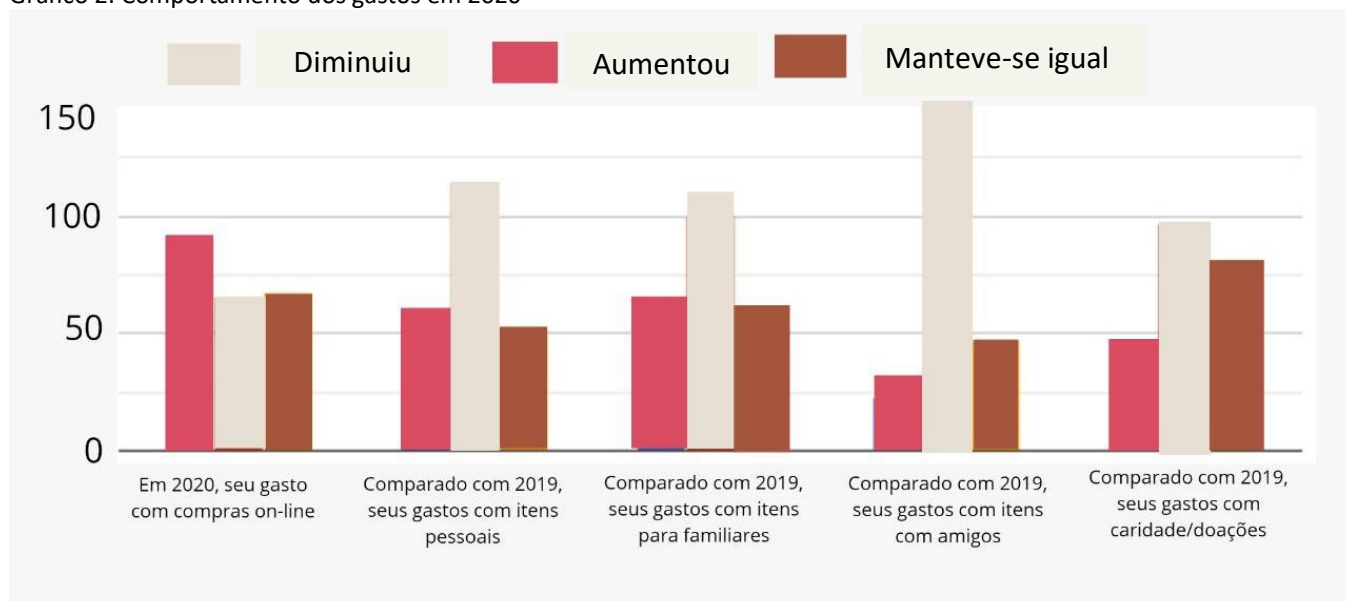
Dos respondentes pesquisados, a maioria é do sexo feminino, entre 18 a 24 anos e solteiros. Inicialmente buscou-se observar se os respondentes tiveram alguma redução de ganhos durante a pandemia. Observa-se que 51,3% dos compradores mencionam alguma redução de ganho devido à COVID-19, como apresentado no gráfico 1.

Gráfico 1: Redução de ganhos devido à COVID-19



Como impacto desta redução no ganho, pode-se observar que, em relação a 2019, a maioria dos consumidores pesquisados reduziram seus gastos com itens para amigos, seguido de uma redução de gastos pessoais, com familiares e com doações. Seguindo a perspectiva já observada em outras pesquisas, devido à COVID-19, foi possível notar um aumento dos gastos com compras on-line em 2020, reforçando o fato que muitos consumidores começaram a criar o hábito de utilizar a internet também para compras. O Gráfico 2 ilustra estes resultados:

Gráfico 2: Comportamento dos gastos em 2020



Reforçando o dado das compras on-line, a maioria dos pesquisados (49,6%), apontou que tem comprado on-line em lojas grandes, enquanto 48,7% apontam que também continuam comprando em lojas físicas pequenas. Neste item, o consumidor tinha a opção de marcar mais de uma alternativa. Este resultado indica que os consumidores pesquisados tem buscado um canal de compra misto, utilizando tanto o canal on-line (com preferência para grandes redes), quanto o canal presencial (com preferência para os pequenos negócios). Os gráficos 3 e 4 apresentam este comportamento.

Gráfico 3: Preferência de compras durante a pandemia

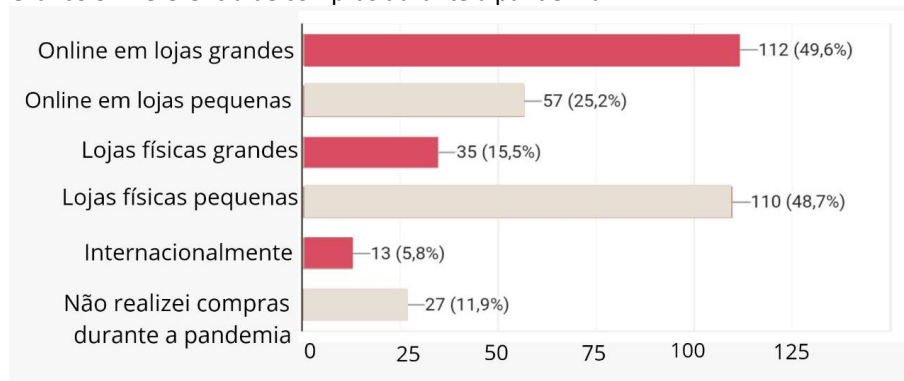
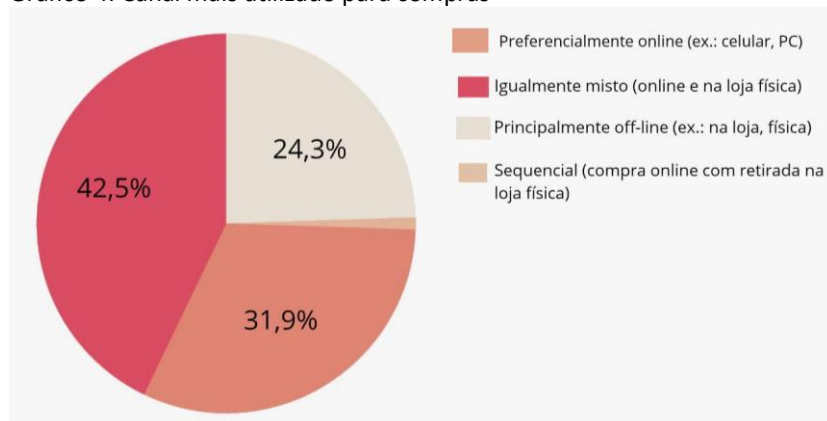


Gráfico 4: Canal mais utilizado para compras



Quando questionados sobre a mudança em seu comportamento de consumo, 52,2% dos consumidores apontaram que essa mudança ocorreu principalmente por preocupações com a saúde, 47,3% aponta que essa mudança ocorreu pela necessidade de economizar mais dinheiro. Apenas 15% consideraram que não houve nenhuma mudança em seu comportamento.

Frete Grátis (71,2%), Descontos (65,9%) e promoções (49,6%) são os principais atrativos de compra para os consumidores pesquisados. Ao contrário da pesquisa realizada pela Rakuten Advertising, em Divinópolis, o que mais influencia na hora da compra é a necessidade imediata (64,6%), seguido de liquidação ou oferta (47,3%). A inspiração das pessoas na hora da compra se deu principalmente por meio de referências de amigos e familiares (55,8%) e pelos mecanismos de pesquisa on-line (47,3%).

Outro fator que a pesquisa buscou entender foi como seria o comportamento de compra durante o período natalino, dado as preocupações com relação à saúde e situação econômica vivida por várias famílias. A maior parte dos consumidores pretende comprar algum item no natal, porém, 58% destes consumidores pretendem reduzir a quantidade e/ou o valor gasto com as compras. O gráfico 5 apresenta estes dados.

Gráfico 5: Pretende comprar algum item neste natal?



A pesquisa mostrou ainda que, quando o assunto é natal, os principais locais em que as pessoas planejam fazer suas compras são as lojas físicas da própria cidade (65,5%), seguido das lojas online de varejistas nacionais (34,5%). Boa notícia para o comércio local, que pode apresentar boas possibilidades de vendas durante o período natalino.

### **PARECER FINAL:**

É notável a mudança no comportamento de compra de boa parcela dos respondentes. Seja por questões de saúde ou questões econômicas, o consumidor está mais seletivo, cuidadoso com seus gastos, buscando canais diferenciados de compras, e atentos aos descontos e promoções.

Assim como apontado pelo estudo da Rakuten Advertising, mesmo com alguma redução de ganhos devido ao Covid-19, 77,5% dos consumidores pesquisados devem ir às compras no Natal e a maioria deles vão priorizar o comércio local. Em contrapartida, enquanto na pesquisa realizada em âmbito mundial não se previa uma diminuição nos gastos durante a alta temporada de compras de 2020, em Divinópolis, há uma maior cautela, na qual a expectativa é gastar um pouco menos neste natal, buscando estratégias para não faltar uma lembrancinha para aquelas pessoas mais especiais.