

Especial

Conjuntura Pesquisa mostra expansão de apps e mais comparação de preços

Crise acelera a digitalização e faz consumidor mudar hábitos

IMPACTOS DO CORONAVÍRUS

Eduardo Belo De São Paulo

A crise do coronavírus vai mudar as relações de consumo no Brasil. Pesquisa do Instituto Locomotiva com 1.131 consumidores em 72 cidades de todos os Estados brasileiros já mostra mudança de comportamento na hora de comprar e aponta para uma tendência de digitalização da economia da baixa renda.

cativos cresceu mais de 30% no primeiro mês de isolamento social, com crescimentos mais expressivos em dois grandes mercados consumidores: o das pessoas com mais de 50 anos, que é o principal do país, e o das classes C, D e E, que juntas representam um pouco mais da metade do poder de compra de todos os brasileiros.

Mudança de hábito

Pesquisa com 1.131 consumidores de 72 cidades do país - em % das respostas

Aprendizados do isolamento social

	Sim, muito mais	Sim, um pouco mais	Não
Comparar mais preços	59	39	2
Experimentar novas marcas	54	28	18
Economizar tempo ao comprar	39	31	30
Dividir as tarefas domésticas	25	46	29

Comportamento de compras

Compram menos em lojas de departamento	53
Compra mais alimentos para preparar em casa	39
Vão diminuir compras em lojas físicas	32
Vão aumentar a compra por apps depois da quarentena	49

Impacto do confinamento nos hábitos de compra on-line

	Não pediu delivery, mas passou a pedir	Já pediu e passou a pedir mais	Já pediu e continua a pedir igual	Já pediu e passou a pedir menos	Não pediu para esse tipo de produto
Produtos infantis	12	8	5	2	72
Alimentos para animal de estimação	12	7	6	1	73
Remédios	15	18	20	3	45
Itens de higiene pessoal	17	8	6	2	67
Material de limpeza	16	7	5	3	71
Refeições ou lanches prontos	10	25	21	15	29
Alimentos para preparar em casa	15	13	8	4	60

Fonte: Locomotiva Pesquisa e Estratégia

55% Pretendem fazer mais pesquisa de preços mesmo depois de passada a crise

45% Esperam ser mais econômicos em suas compras após o fim da pandemia

São programas como o auxílio do governo pago via Caixa Econômica Federal, o vale-merenda, para 700 mil alunos do ensino público do Estado de São Paulo, pagos por meio do app Picpay, a distribuição de cestas eletrônicas (para 10 mil famílias) da ONG Gerando Falcões ou vale-mãe, da Central Única das Favelas (Cufa).

passaram a comprar mais on-line (ver quadro acima). Para Renato Meirelles, a digitalização já era um movimento em curso, mas ia demorar muito mais para ocorrer, não fossem as contingências da pandemia.

“Esqueçam as relações de consumo do Brasil antes da covid”

De São Paulo

Digitalização do consumidor e a necessidade de o varejo mudar o perfil para atendê-lo melhor era uma tendência que já vinha se desenhando no horizonte há algum tempo. Tanto que, no começo de março, duas semanas antes do início oficial do isolamento social, o presidente do Locomotiva, Renato Meirelles, em conversa com o Valor, já adiantava parte desse movimento.



as pessoas compraram pela internet e vão buscar tudo já empacotado, ou um ponto de coleta de compras feitas de outros parceiros.

No fim da tarde de terça-feira, Meirelles conversou com o Valor por videoconferência. Eis os principais trechos da entrevista.

Renato Meirelles: A crise vai ser grave. Nossa projeção é de queda de 6% no consumo das famílias e de 5% no PIB*

mais pobres e os mais velhos. A população acima de 50 anos não usava não era só por renda, mas também por hábito, então teve uma mudança de hábito nesse processo, e os mais pobres passaram a ter que experimentar.

uma relevância enorme nesse cenário. Essa questão foi a que impulsionou a Amazon no mundo e é o que está resolvendo a vida do Mercado Livre, melhor até que a Amazon no Brasil, por exemplo.

está dentro de casa pensando no que fazer para conseguir equilibrar as contas. Aí a pesquisa de preço cresce. Na baixa renda tem um outro impacto. Parte dos benefícios distribuídos pelo governo se dá pelo cadastramento via Caixa Econômica Federal.

Valor: Duas semanas antes do começo do isolamento, o sr. disse que no médio prazo o consumidor ia depender cada vez mais da tecnologia para ter novas oportunidades de um consumo melhor, mais satisfatório, em que ele se sentisse mais bem atendido. Isso já começou?

Meirelles: Tem a ver com quem vende. Uma série de negócios não estavam nos aplicativos. Não só iFood, mas também no Mercado Livre, na Amazon, no market place do Magazine Luiza, na B2W [Americanas-Submarino].

Valor: O que diz a sondagem que o Locomotiva fez com o consumidor? Como ele está se sentindo em relação a essa experiência nova?

Meirelles: É radicalizar a pesquisa de preço, buscar comodidade no processo de compra, a facilidade de entrega, utilização dos meios eletrônicos de pagamento, e aí você tem o aumento da bancarização via fintechs. Até então, as fintechs só cresciam na alta renda.