

COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS EMPREENDEDORES EM TEMPOS DE CORONAVÍRUS



Objetivo da pesquisa:

Identificar mudanças no hábito de compra dos empreendedores do estado de São Paulo.

901

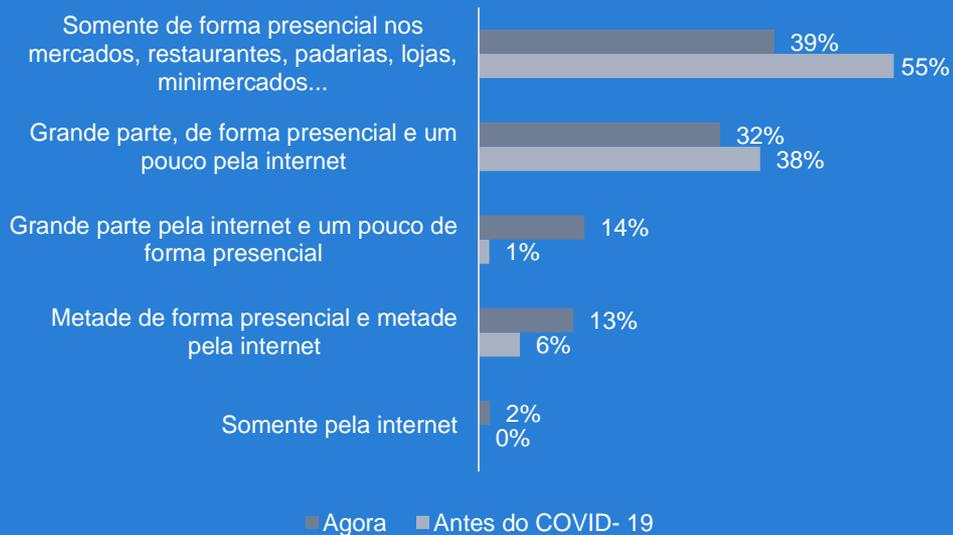
Questionários via e-mail

04 a 06 de maio de 2020

Período da coleta

FORMA DE COMPRA

Embora a **compra presencial** ainda seja a mais usada, houve uma **queda de 16pp** de quem compra apenas dessa maneira após a COVID 19



Base:901

MUDANÇAS EM RELAÇÃO AO PORTE DOS ESTABELECIMENTOS

Considerando diferentes itens de compra como medicamentos, alimentos, bebidas e vestuário, foi notada mudança na compra dos empreendedores quando se trata do porte dos estabelecimentos:

61%

compravam de **pequenos negócios** e permaneceram assim.

33%

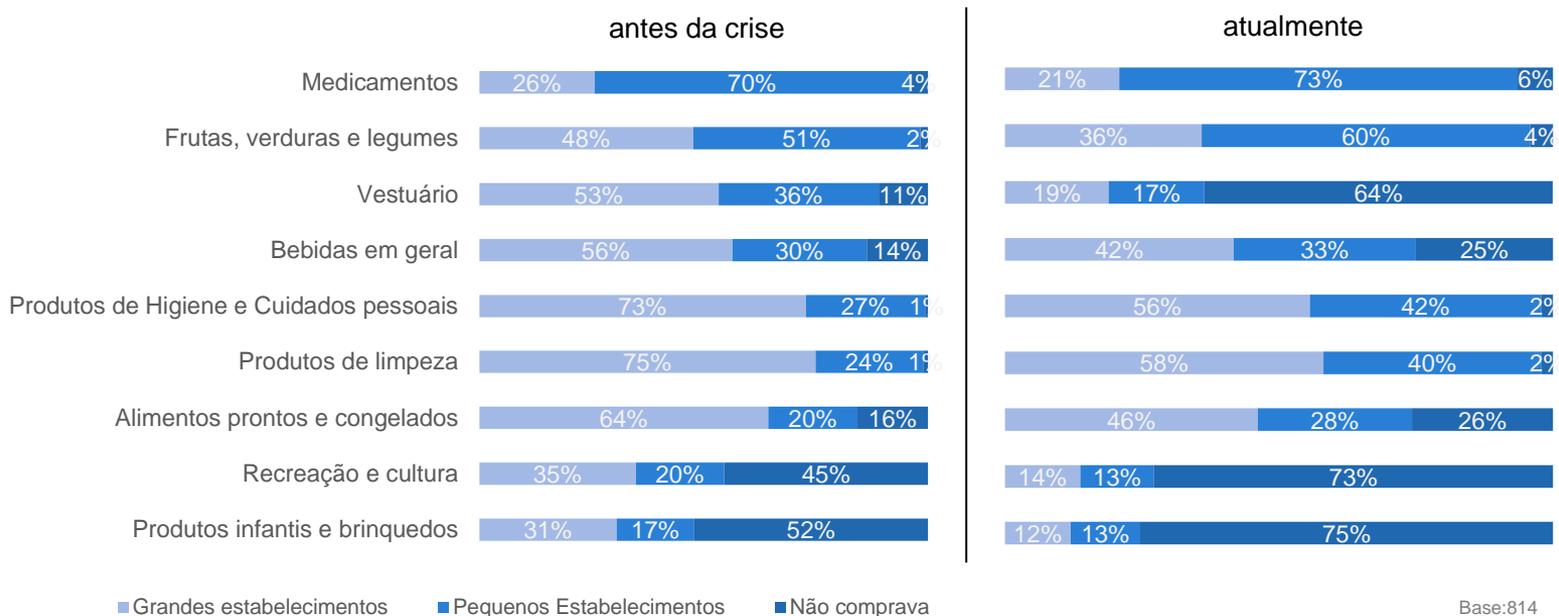
migraram de **grandes** estabelecimentos **para pequenos**.

28%

compravam de pequenos negócios e **deixaram de comprar** esses itens após a crise.

PORTE DOS ESTABELECIMENTOS

Quando se observa por itens, os mais comprados em **grandes estabelecimentos**, antes e pós crise, são produtos de higiene e produtos de beleza. Já nos **pequenos estabelecimentos**, são medicamentos, frutas/verduras e vestuários. Um ponto que chama atenção são os itens que **não se comprava com frequência, o que se acentuou** após o COVID-19, sendo eles recreação/cultura e produtos infantis/brinquedos. Já vestuário, foi um dos que mais foi deixado fora das compras após a crise.



P **ANTES** da crise do Coronavírus, onde comprava os produtos abaixo, por favor, responda uma alternativa para cada linha.
 P **AGORA**, durante da crise do, você compra os produtos abaixo em...

Mudanças no comportamento: Comprava em grandes estabelecimentos e passou a **comprar de pequenos**.

A maior mudança no comportamento dos empreendedores em relação a migração de grandes estabelecimentos para pequenos foi para os itens de **produtos de limpeza e produtos de higiene**.

Destaques dos perfis:

- Com exceção de **vestuário**, nos demais itens as **mulheres** apresentaram essa mudança no comportamento com intensidade maior do que os homens.
- Empreendedores com renda de **mais de 10 salários mínimos** mudaram mais em relação a: vestuário, produtos de higiene e produtos infantis.
- Os **donos de negócio com CNPJ** mudaram mais em: produtos de limpeza, frutas, verduras e legumes, medicamentos e bebidas
- Já para os **donos de negócios informais**, a mudança foi maior em: alimentos prontos, vestuários, produtos de higiene e produtos infantis.



Mudanças no comportamento:

Compra de pequenos estabelecimentos
e deixou de comprar o item.

Pequenos negócios ligados a vestuário, recreação/cultura e produtos infantis/brinquedos são os itens que mais sofreram com a crise.



Destaques dos perfis:

- Quem mais deixou de comprar **vestuário** foram: pessoas com renda de até 2 salários mínimos (55%), pessoas com fundamental incompleto (41,7%), donos de negócios do ramo de serviços (25,5%) e mulheres (27%).
- Quem mais deixou de comprar **recreação e cultura** foram: donos de negócios com CNPJ (14%), do ramo de serviços (17%), pessoas com mais de 10 salários mínimos (25%) e mulheres (12%).

MUDANÇAS EM RELAÇÃO AO ENVOLVIMENTO COM OS ESTABELECIMENTOS

Considerando diferentes itens de compra, foi notada mudança na compra dos empreendedores quando se trata do envolvimento com o estabelecimento, aqui entendido como conhecer o dono do negócio:

40%

compravam de negócios que **conhecem o dono** e permaneceram assim.

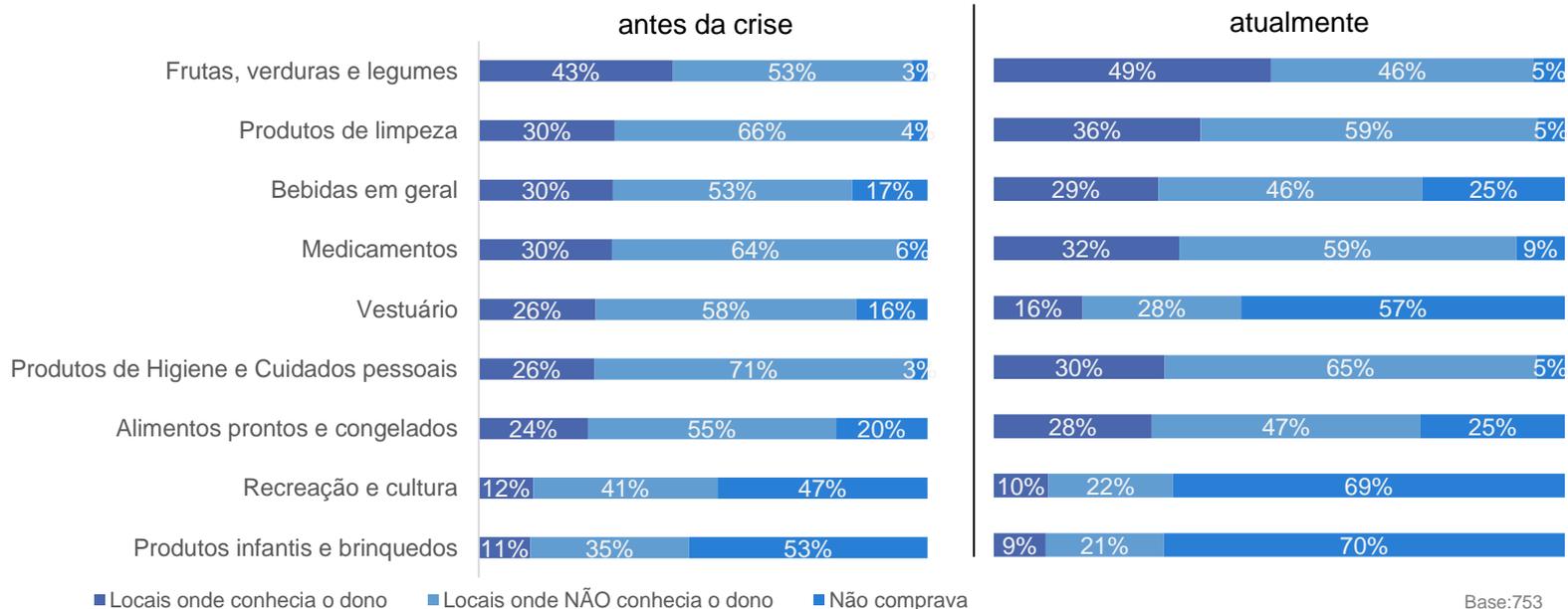
23%

migraram de negócios que **não conheciam** o dono **para** negócios que **conhecem** o dono.

15%

compravam de negócios que conheciam o dono, mas **deixaram de comprar** esses itens após a crise.

ENVOLVIMENTO COM OS ESTABELECIMENTOS



P. ANTES da crise do Coronavírus, no local onde você comprava os produtos, você conhecia o dono? Por favor, responda uma alternativa para cada linha.
P. AGORA, durante da crise do Coronavírus, você compra os produtos em locais onde...

Mudanças no comportamento:

Comprava em estabelecimentos que não conhecia o dono e passou a **comprar dos que conhece**.

A maior mudança no comportamento dos empreendedores em relação à migração de estabelecimentos que não conhecia o dono, para os que conhecia foi para **frutas/verduras/legumes e produtos de limpeza**.



Destaques dos perfis:

- Quem mais mudou em relação a frutas/verduras/legumes foram: donos de negócio com CNPJ (14%) e mulheres (13%).
- Já sobre os produtos de limpeza: donos de negócio com CNPJ (14%), empreendedores com fundamental incompleto (25%) e com renda de 2 a 5 salários mínimos (15%).

Mudanças no comportamento:

Comprava de estabelecimentos que conhecia o dono e deixou de comprar o item.

Negócios ligados a vestuário, recreação/cultura e bebidas em geral são os itens que mais sofreram com a crise nesse sentido.



Base:753

Destaques dos perfis:

- Quem mais deixou de comprar **vestuário** foram: donos de negócio sem CNPJ (17%), do setor de serviços (18%), pessoas com ensino médio completo/ superior incompleto (14%), mulheres (17%) e pessoas com renda de 1 a 2 salários mínimos (17%).

MUDANÇAS EM RELAÇÃO À PROXIMIDADE DOS ESTABELECIMENTOS

Considerando diferentes itens de compra, foi notada mudança na compra dos empreendedores quando se trata da proximidade dos estabelecimentos:

51%

compravam de **negócios próximos** e continuaram assim.

19%

migraram de negócios **distantes para** negócios mais **próximos**.

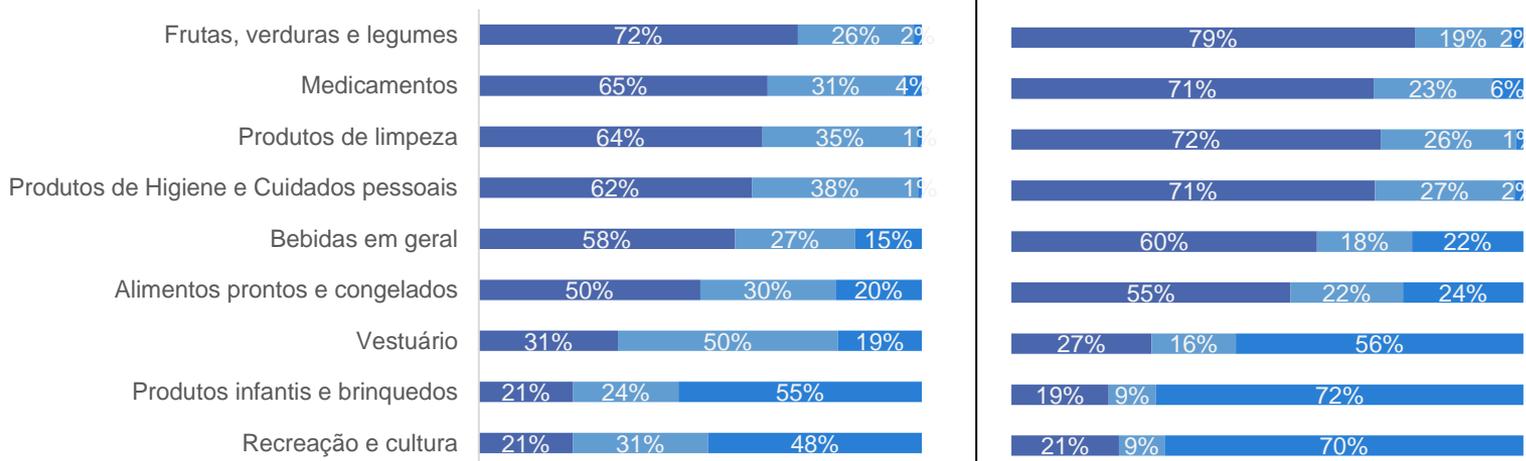
15%

compravam de negócios próximos, mas **deixaram de comprar** esses itens após a crise.

PROXIMIDADE DOS ESTABELECIMENTOS

antes da crise

atualmente



- Próximos da sua residência/no meu bairro
- Distantes da sua residência/em outros bairros
- Não comprava

Base:696

P. ANTES da crise do Coronavírus, esses locais em que você comprava os produtos eram...
P. AGORA, durante da crise do Coronavírus, você compra os produtos abaixo em locais...

Mudanças no comportamento: Comprava em estabelecimentos distantes

e passou a **comprar de estabelecimentos próximos.**

A maior mudança no comportamento dos empreendedores em relação a migração de estabelecimentos que não conhecia o dono, para os que conhecia foi para **produtos de higiene e produtos de limpeza.**

Destaques dos perfis:

- Quem mais mudou em relação à compra de **produtos de higiene e cuidado pessoal** foram: dono de negócio informal (17%), do setor de serviços (20%), com ensino médio completo/ superior incompleto (15%), mulheres (15%) e pessoas com renda de até 2 salários mínimos (31%).
- Quem mais mudou em relação à compra de **produtos de limpeza** foram: dono de negócio informal (14%), com ensino até fundamental completo/ ensino médio incompleto (15%) e com renda de 1 a 2 salários mínimos (17%).



Mudanças no comportamento:

Compra de estabelecimentos próximos
e deixou de comprar o item.

Negócios ligados a vestuário, produtos infantis e brinquedos e recreação/cultura são os itens que mais sofreram com a crise nesse sentido.



Base:696

Destaques dos perfis:

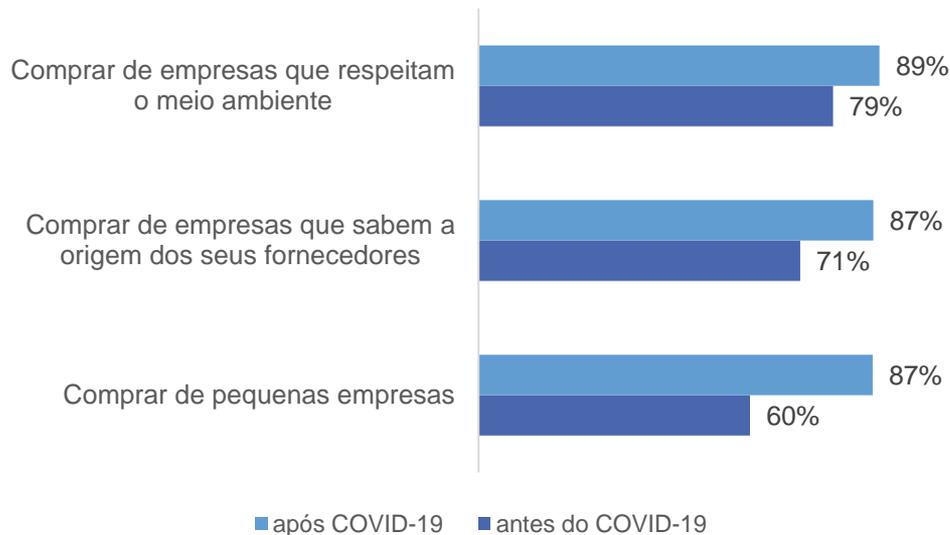
- Quem mais deixou de comprar **vestuário** foram: pessoas com pós-graduação (13%), mulheres (12%) e com renda de mais de 10 salários mínimos (24%).

O que influencia na compra?



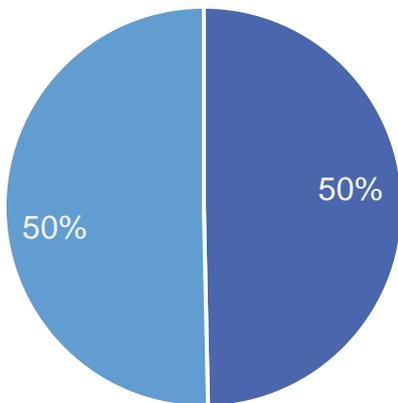
O que importa na compra?

Embora a maior preocupação seja com o meio ambiente, a maior diferença (27pp) aconteceu em relação à importância de comprar dos pequenos negócios.



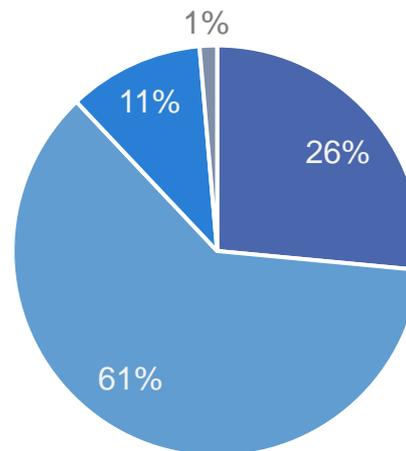
Base:663

Gênero



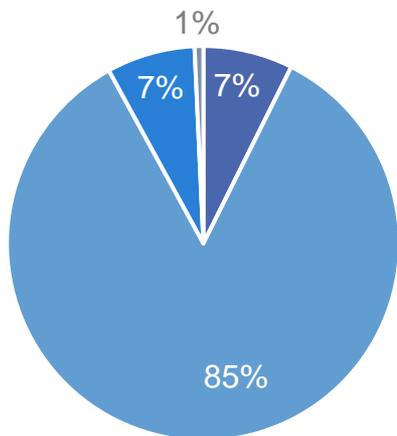
■ Feminino ■ Masculino

Estado civil:



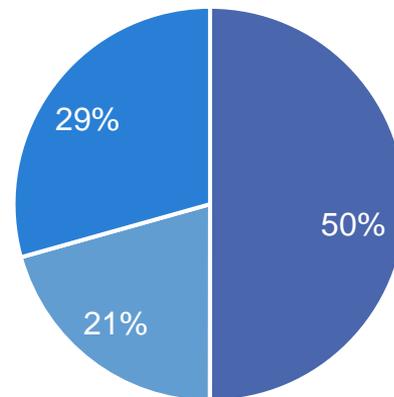
■ Solteiro(a)
■ Casado(a) / União Estável / Possui companheiro(a)
■ Divorciado(a) / Separado(a)
■ Viúvo(a)

Pessoas que moram na residência:



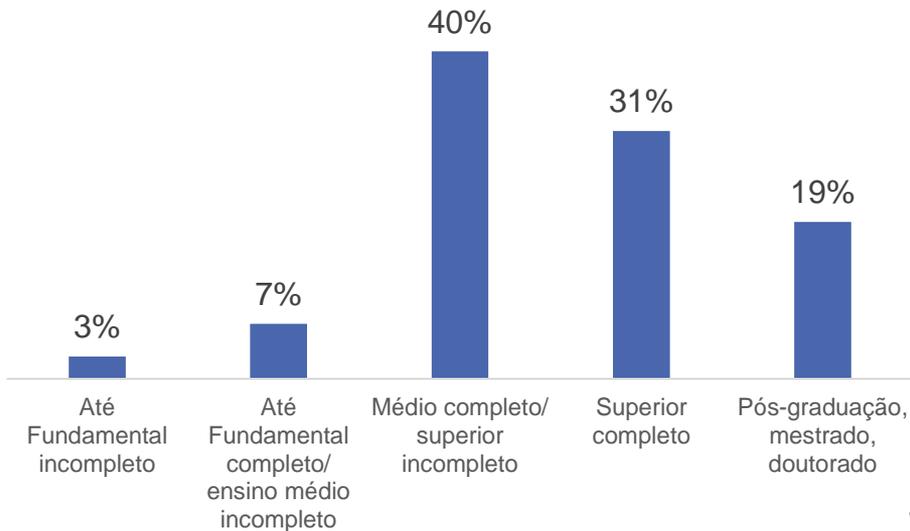
- Mora sozinho (a)
- De 2 a 4
- De 5 a 6
- Mais de 6

Dono de negócio:

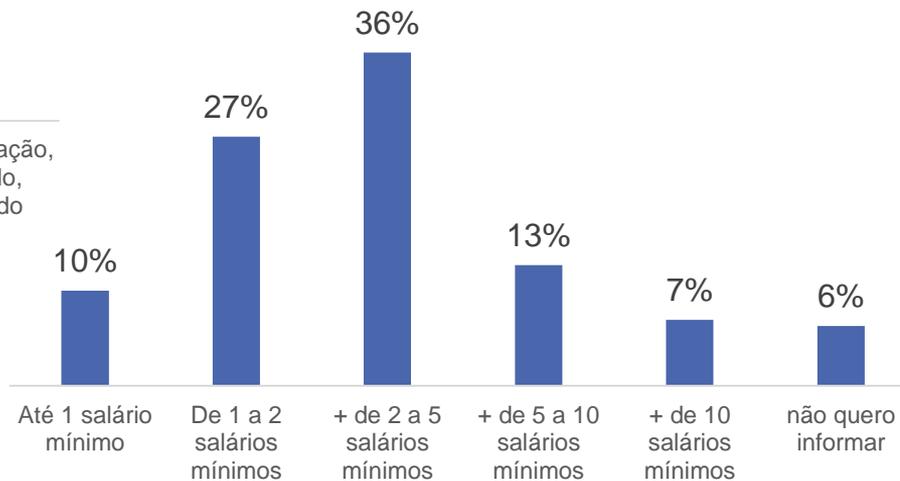


- Dono/sócio de negócio com CNPJ
- Dono/sócio de negócio sem CNPJ
- Outros

Escolaridade



Renda



- A preocupação de comprar de pequenos negócios aumentou com a crise do COVID-19. Antes apenas 60% dos entrevistados achavam isso relevante, atualmente são 87%.
- Quando avaliado itens do dia a dia, 61% dos empreendedores entrevistados já compravam de pequenos negócios e mantiveram esse comportamento. Os pequenos negócios que vendem produtos de beleza e produtos e higiene e cuidados pessoais foram os mais beneficiados com a migração de pessoas que compravam de grandes estabelecimentos e que passaram a comprar dos pequenos.
- Comportamento similar também foi observado na compra de locais com envolvimento com o dono e próximos da pessoa.
- Por outro lado, itens como vestuário, recreação e produtos infantis tiveram reduzida sua participação nos gastos dos empreendedores.

FICHA TÉCNICA

Projeto: Comportamento de compra dos empreendedores em tempos de coronavírus

Objetivo: Identificar mudanças no hábito de compra dos empreendedores do estado de São Paulo.

Universo: empreendedores cadastrados na base de clientes do Sebrae

Amostra: 901

Metodologia: quantitativa – via e-mail

Período de Coleta de Dados: 04 a 06/05/2020

Power Point template: SLidesgo

Local: Estado de São Paulo

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Bruno Shibata Ramos da Silva

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica : Alexandre Sousa Nascimento, Déborah Regina Picarelli Gonçalves, Márcia Shizue Kikuchi e Pedro João Gonçalves

R. Vergueiro, 1117 - Paraíso

CEP: 01504-001 - São Paulo - SP

Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800

Informações sobre este relatório: 3177-4500 ramais 4906/4874/4654/4849

