

Pesquisa

# Hábitos de Consumo em Mato Grosso

Setembro de 2021



# METODOLOGIA

## **Objetivo:**

Compreender os hábitos de consumo dos Mato-grossenses. Entender como os consumidores agem, quais os fatores que influenciam suas decisões de compra, de que forma eles costumam comprar certos produtos, quais os meios mais utilizados para o acesso à marcas, qual a frequência de consumo e tendências de consumo.

- **Período de coleta dos dados:** De 22/06/2021 a 24/08/2021
- **Tipo de pesquisa:** Quantitativa. Coleta de dados via telefone
- **Universo:** 2.368.420 população de Mato Grosso maior de 18 anos.  
Fonte: IBGE - Censo Demográfico 2010

**Amostra:** 600 respondentes, ponderada pelas macrorregiões de MT

**Confiabilidade:** 95%

**Erro padrão:** 4%



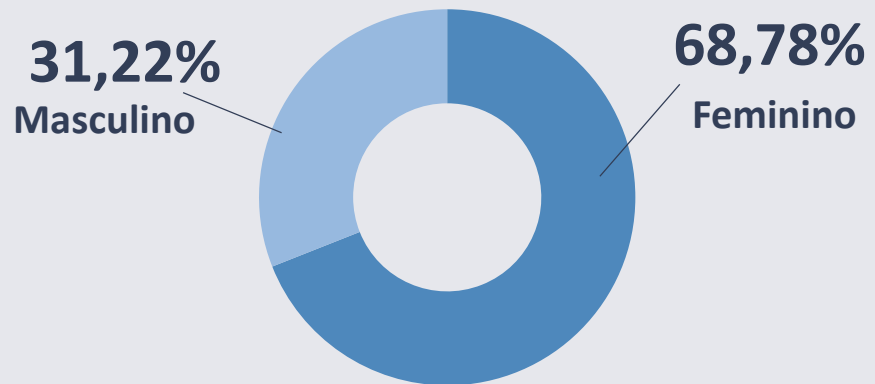


# PERFIL DOS RESPONDENTES

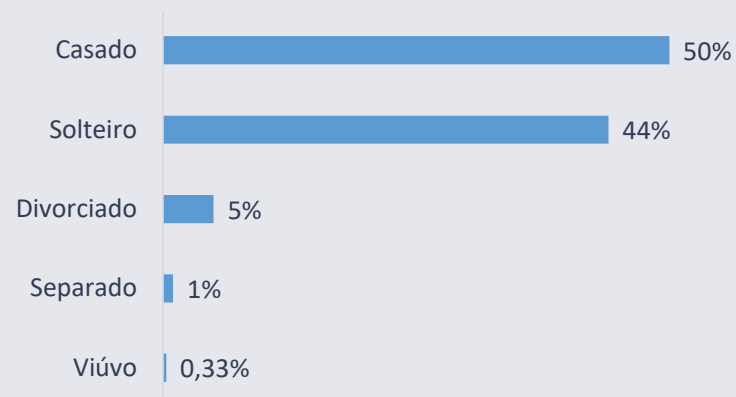
**SEBRAE** *Serviço de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas  
Mato Grosso*

# PERFIL dos Respondentes

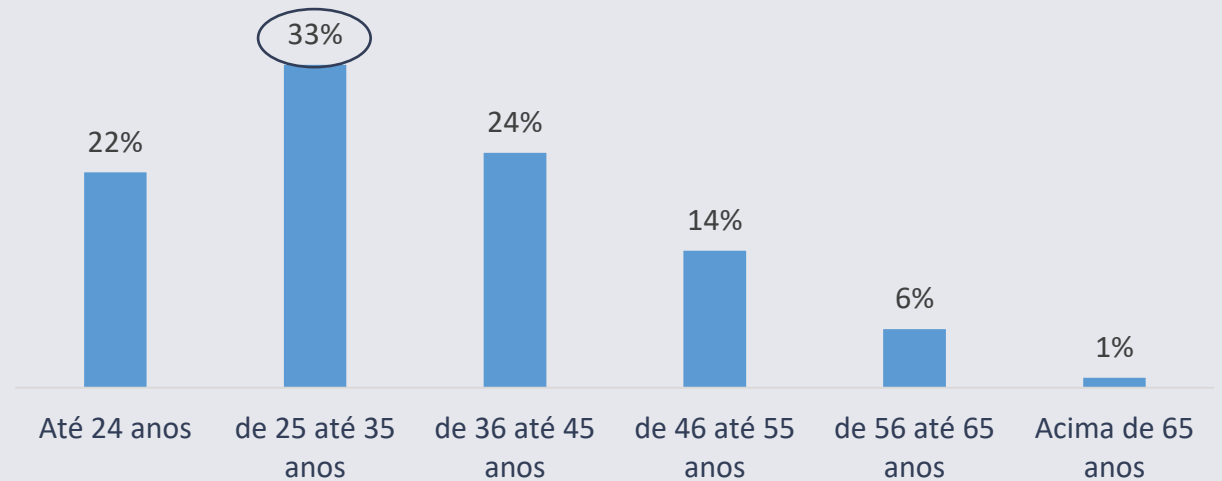
Sexo



Estado Civil



Idade



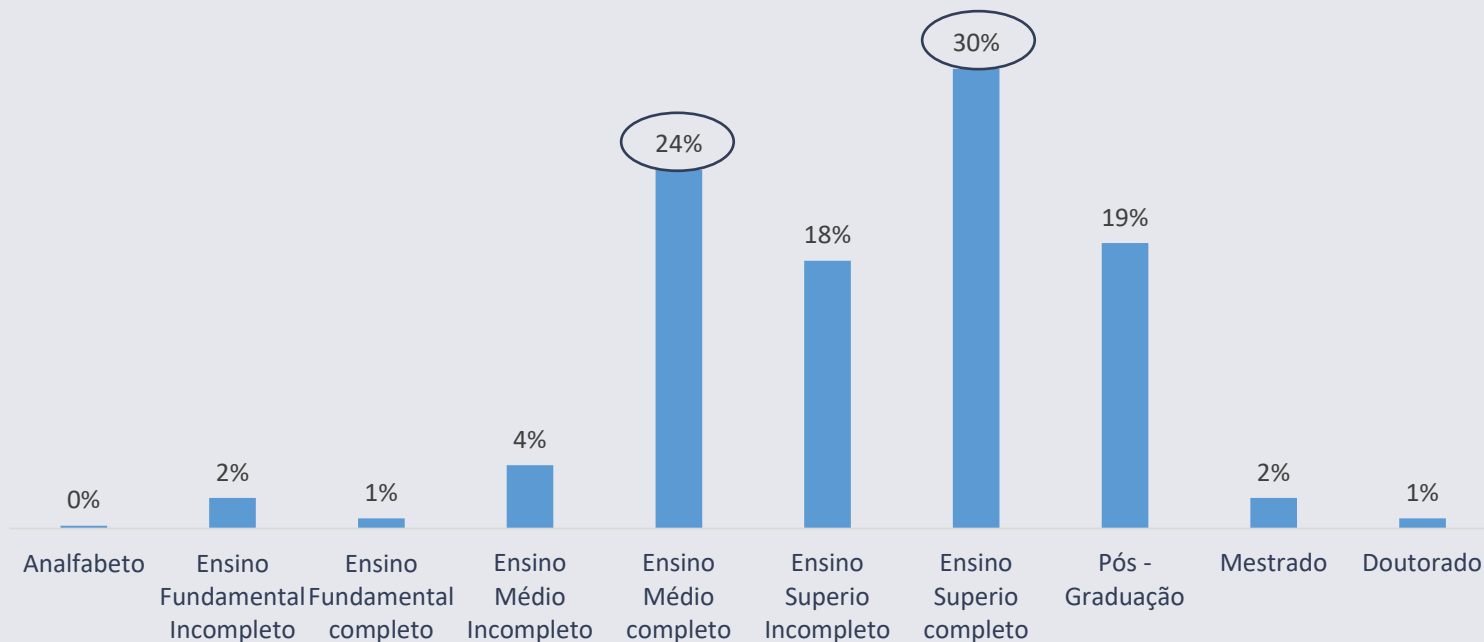
**68,78% são mulheres.**

**33% dos respondente estão na faixa etária de 25 a 35 anos.**

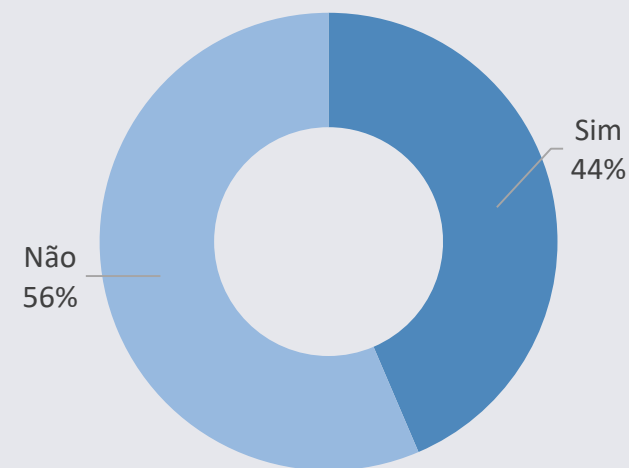
**94% são casados ou solteiros.**

# PERFIL dos Respondentes

Escolaridade



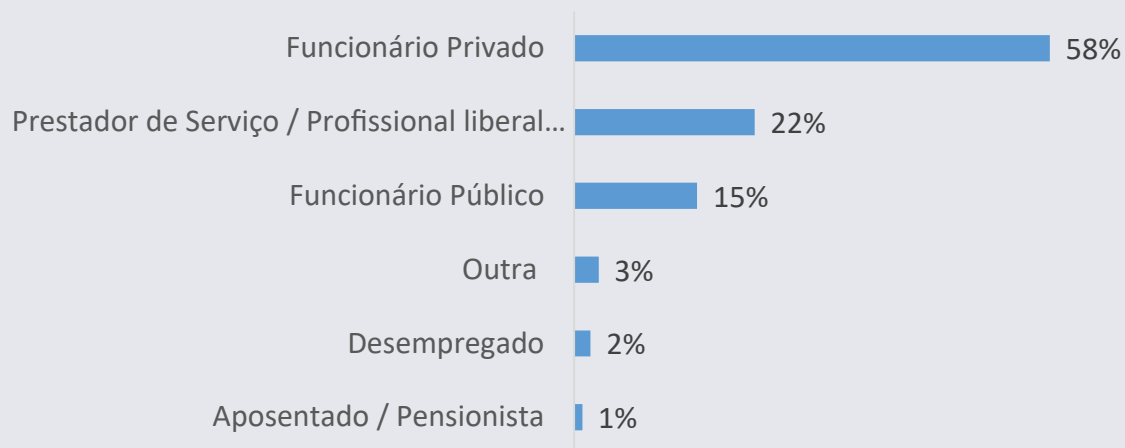
Tem Filhos?



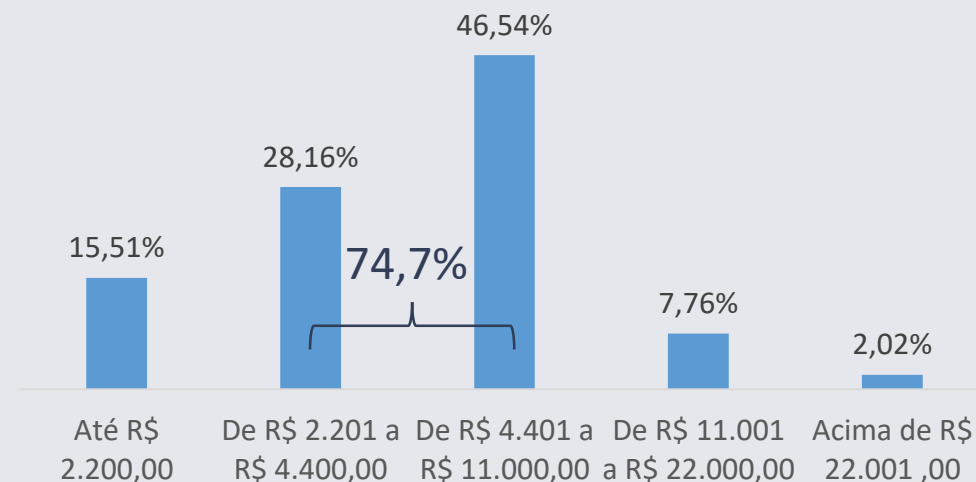
Os respondentes da pesquisa são caracterizados por terem família com poucos componentes, em média 2 filhos por família. A maioria 54% possui ensino médio ou ensino superior completo.

# PERFIL dos Respondentes

## Ocupação



## Renda Familiar Mensal



**58% dos respondentes possuem a ocupação como funcionário privado.**

**Quantidade média de pessoas por família é de 3 pessoas.**

**A maioria dos entrevistados (74,7%) possuem renda mensal de R\$ 2.201,00 a R\$ 11.000,00.**

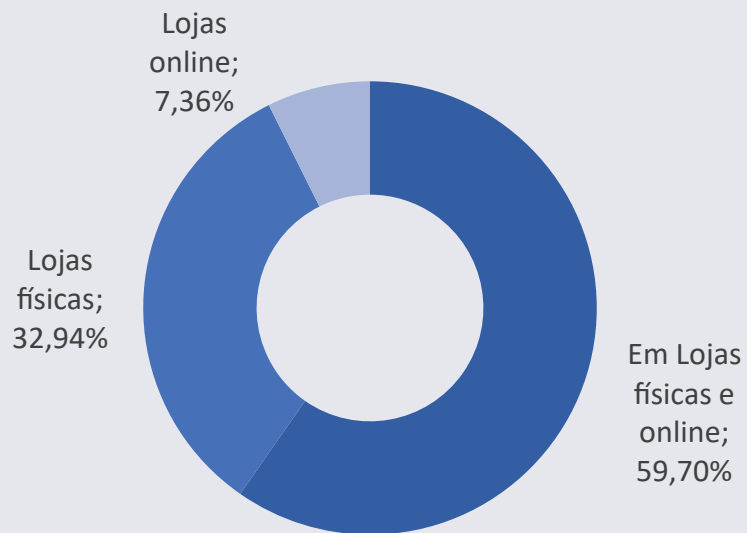


# PRINCIPAIS HÁBITOS DE CONSUMO

**SEBRAE** *Serviço de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas  
Mato Grosso*

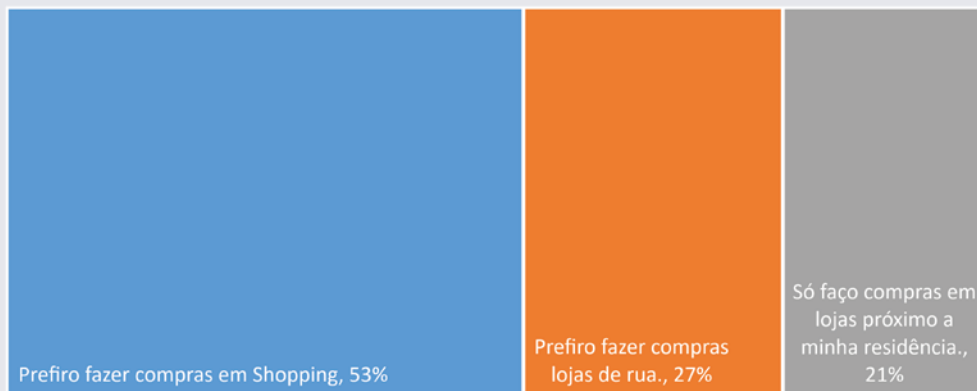
# ONDE compram?

Onde costuma fazer compras?



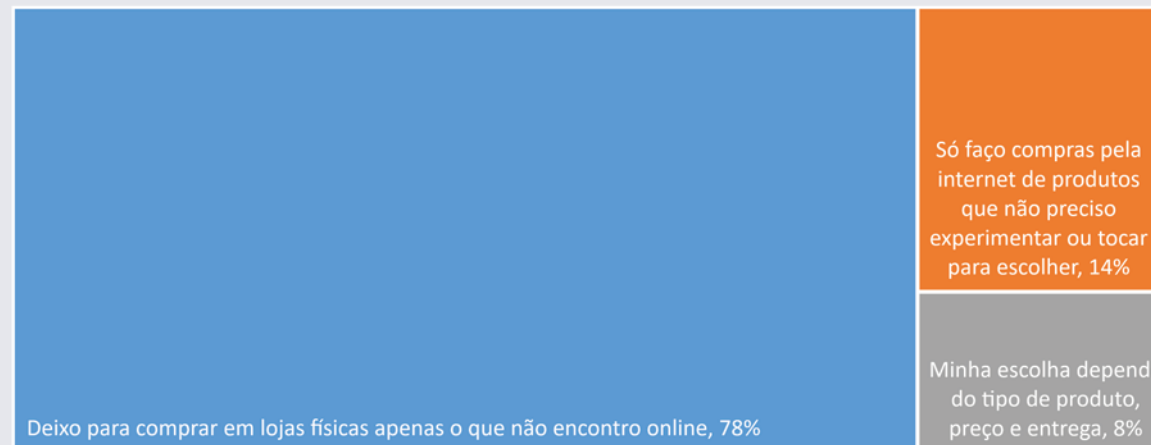
Pensando nas frases abaixo, qual delas você mais se identifica?

\*\*Somente quem respondeu lojas físicas



Pensando nas frases abaixo, qual delas você mais se identifica?

\*Somente quem respondeu lojas online



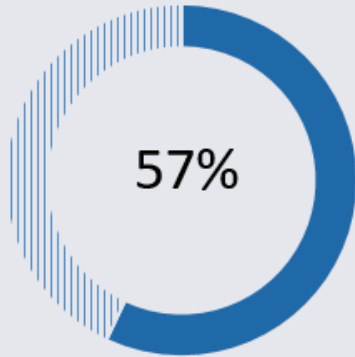
- A maioria 59,7% costuma fazer compras em lojas físicas ou online.
- Dentre os que preferem comprar em lojas online, 78% só deixa para comprar em lojas físicas apenas o que não encontra online.
- 53% dos que compram em lojas físicas preferem fazer compras em shoppings.



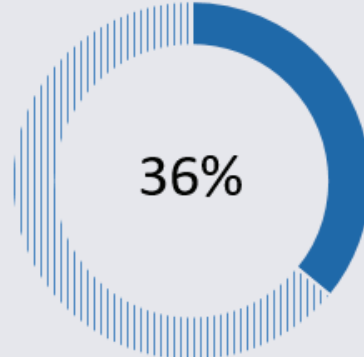
# Quando você deseja pesquisar

algum produto novo, onde você costuma procurar informações em primeiro lugar?

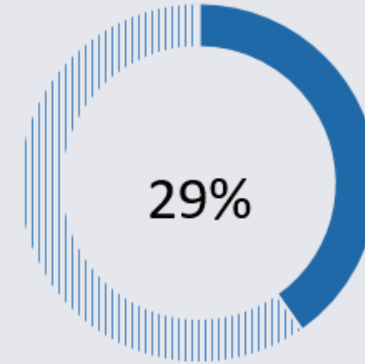
Site de busca



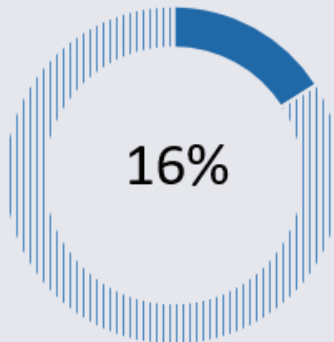
Lojas online



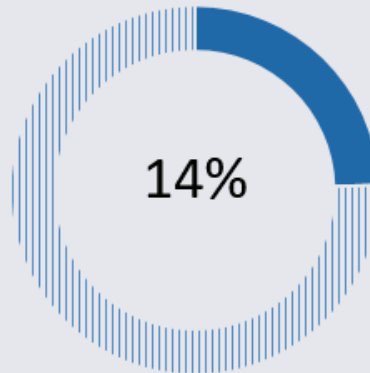
Redes sociais



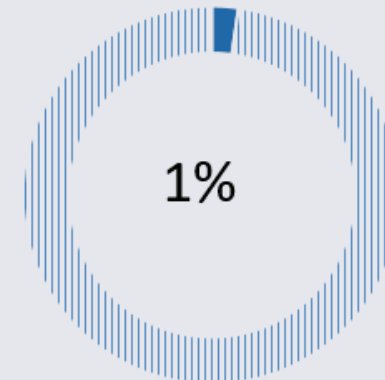
Lojas físicas



Amigos/conhecidos



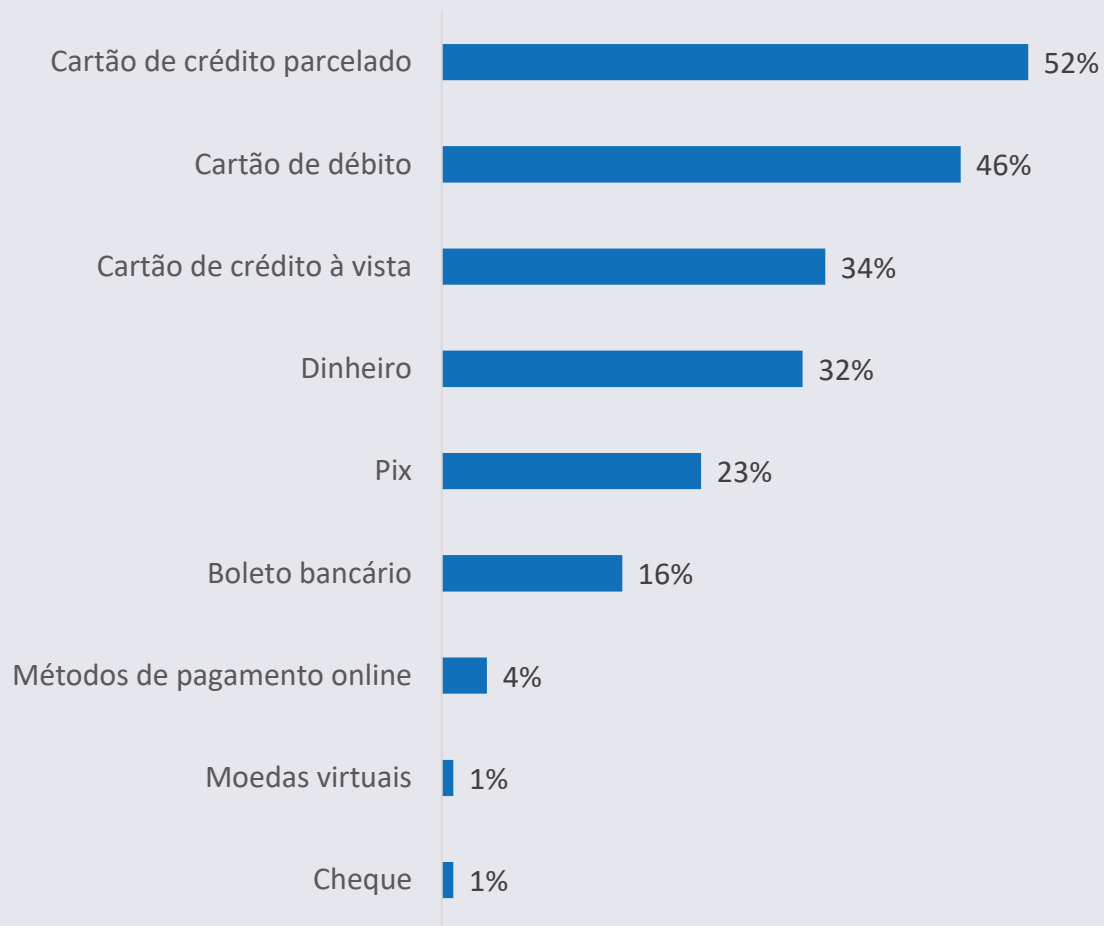
Jornais e revistas



\* Esta pergunta permitiu assinalar mais de uma alternativa.  
0 % se refere ao percentual de respostas a esta questão.

# FORMA DE PAGAMENTO

Quais formas de pagamento você utiliza em suas compras?

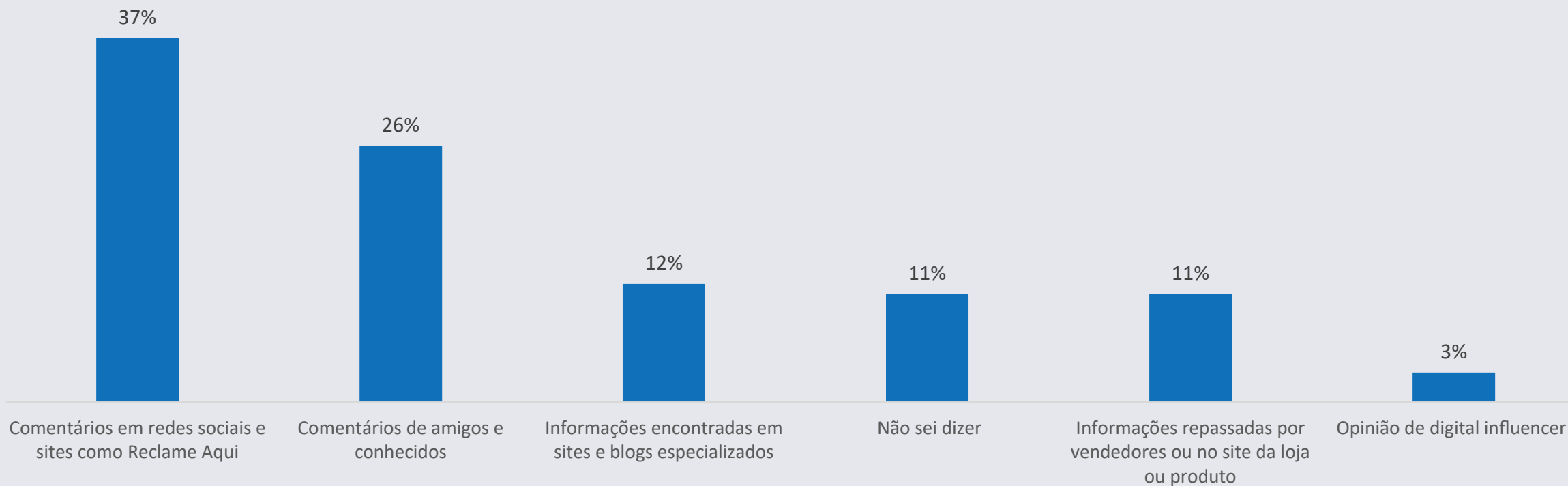


O cartão de banco é forma de pagamento mais utilizada, seja no crédito parcelado (52% das respostas) ou no débito (46% das respostas) ou na forma de crédito à vista (34% das respostas).

\* Essa questão permitiu assinalar mais de uma alternativa.

# INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRA

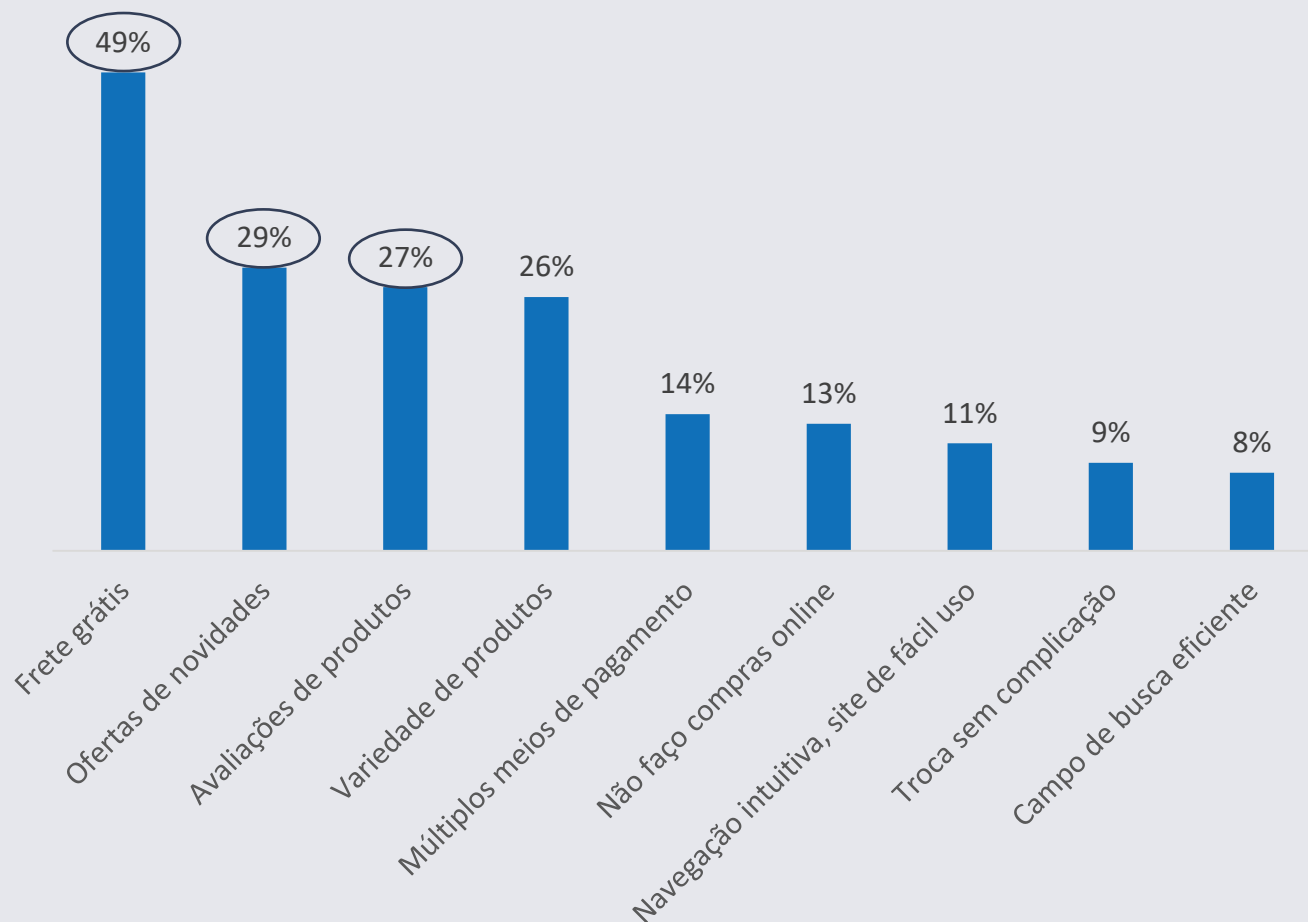
Pensando nas críticas e/ou elogios a algum produto, qual opinião pesa mais na sua decisão?



- Os comentários em redes sociais e sites como o reclame aqui influencia na decisão de compra dos consumidores como apontado por 37% dos respondentes.
- Para 26% dos entrevistados comentários de amigos e conhecidos sobre determinado produto ou serviço influencia na sua decisão de compra.

# Fatores que incentivam a compra online

O que influencia sua decisão de compra online?



Dentre os diversos fatores que influenciam o comprador a decidir pela compra online o frete grátis é o maior atrativo com **49% das respostas**.

As **ofertas de novidades** foi um fator de influencia na escolha da compra online citado em **29%** das respostas.

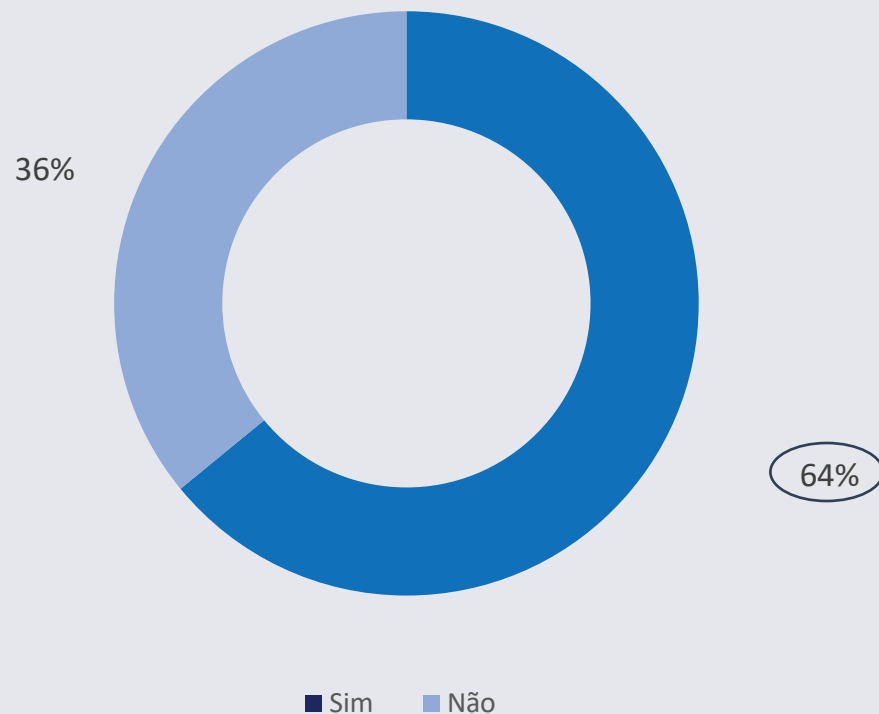
**27%** das respostas apontam que **produtos bem avaliados** por outras pessoas que já compraram online é o terceiro fator que mais influencia na decisão de comprar online.



# COMPORTAMENTO DE CONSUMO NA QUARENTENA

# Mudança na forma de comprar

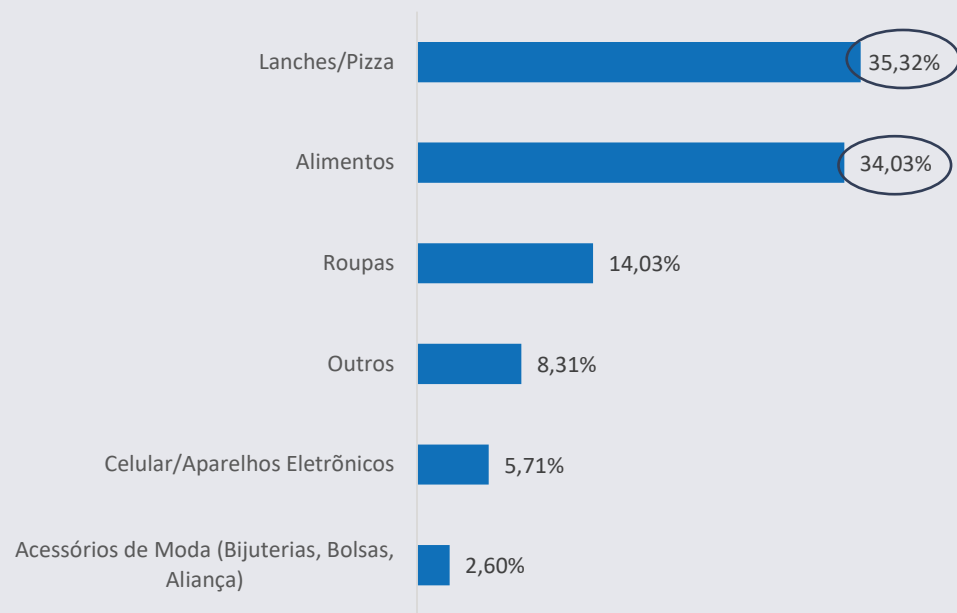
Na pandemia você sentiu necessidade e/ou tem realizado compras/pedido pelas mídias sociais e aplicativos?



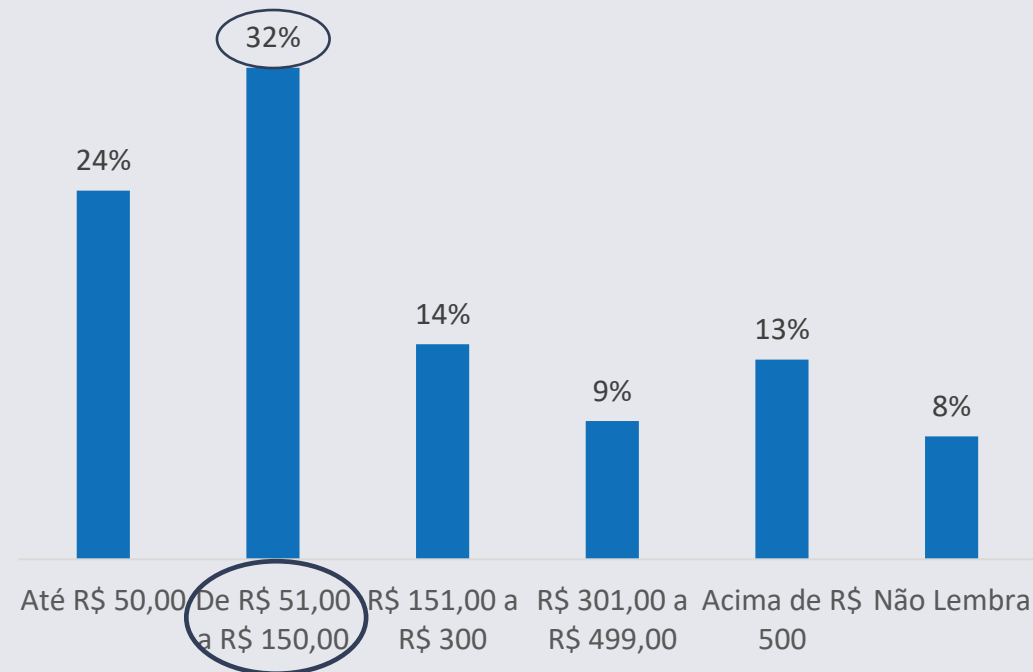
Com a pandemia e a necessidade de ficar mais em casa como forma de prevenção ao vírus, **64%** dos respondentes sentiram a necessidade de realizar compras via aplicativos ou mídias sociais

# Perfil de compras locais

Qual produto da sua última compra do Comércio Local?



Quanto gastou na sua última compra no COMÉRCIO LOCAL?



**A maioria (69,35%) das compras realizadas no comércio local foram alimentos, lanches e pizza.**

**A faixa de valor gasto nas compras locais variou de R\$ 51,00 a R\$ 150,00**

## Mudança nos hábitos de consumo na pandemia

# PANDEMIA

**21%** dos entrevistados afirmaram que **passaram a comprar apenas o que é essencial** em função do período de pandemia enfrentado.

**Compras em horários alternativos para evitar aglomerações em supermercados e lojas** foi a alternativa apontada por **16%** dos entrevistados como forma de prevenção ao vírus.

Mesmo com tantas mudanças impostas pela pandemia **17%** dos entrevistados **não mudaram nada** em seus hábitos de consumo.

### O que mudou no seu hábito de Consumo com a pandemia?





## SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS

### Quais os itens que passou a consumir MAIS devido a quarentena:



A maior parte das respostas (**59,5%**) apontam que o consumo de alimentos e bebidas foi maior devido o período de quarentena.

**25%** das respostas mostram o comportamento mais cauteloso em que algumas pessoas passaram a comprar somente o indispensável devido as incertezas do momento vivido.

**12,5%** das respostas são sobre consumir mais produtos e serviços para saúde e bem-estar na quarentena.

A Pesquisa Hábitos de Consumo em Mato Grosso é um produto da Gerência de Inteligência Estratégica/Núcleo de Inteligência de Mercado do Sebrae Mato Grosso.

Equipe GIE – Sebrae Mato Grosso

André Luiz Schelini  
andre.schelini@mt.sebrae.com.br

Núcleo de Inteligência de Mercado – NIM

Adilson Divino dos Santos  
adilson.santos@mt.sebrae.com.br

Amanda Afonso Alves  
amanda.alves@mt.sebrae.com.br

Thiago Josetti Monteiro da Silva  
thiago.silva@mt.sebrae.com.br

Valéria Ribeiro Calisto  
valeria.calisto@mt.sebrae.com.br



**CANAIS SEBRAE**  
www.mt.sebrae.com.br  
0800 570 0800

