

COMÉRCIO ELETRÔNICO

PERCEPÇÕES E COMPORTAMENTO DOS
EMPRESÁRIOS E DOS CONSUMIDORES DE CAMPO
GRANDE/MS DURANTE A PANDEMIA DO
CORONAVÍRUS



REALIZAÇÃO



COORDENAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

Carlos Alberto Rena Júnior - Procon Campo Grande/MS

Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento
Fecomércio/MS

Edison Ferreira de Araújo - Presidente
Valmira Gomes Carvalho - Superintendente

Assessoria Educacional de Projetos e Pesquisa do
PROCON Campo Grande

Adriano dos Anjos Granville

Sabah Mouniergi

Suely Lima Petrovitch

Antes da Pandemia

Internet



27% compravam da mesma forma

26% compravam menos

22% não compravam

Lojas físicas, a distância



39% compravam da mesma forma

6% compravam menos

7% não compravam

Refeições prontas



22% pediam da mesma forma

18% pediam menos

15% não pediam

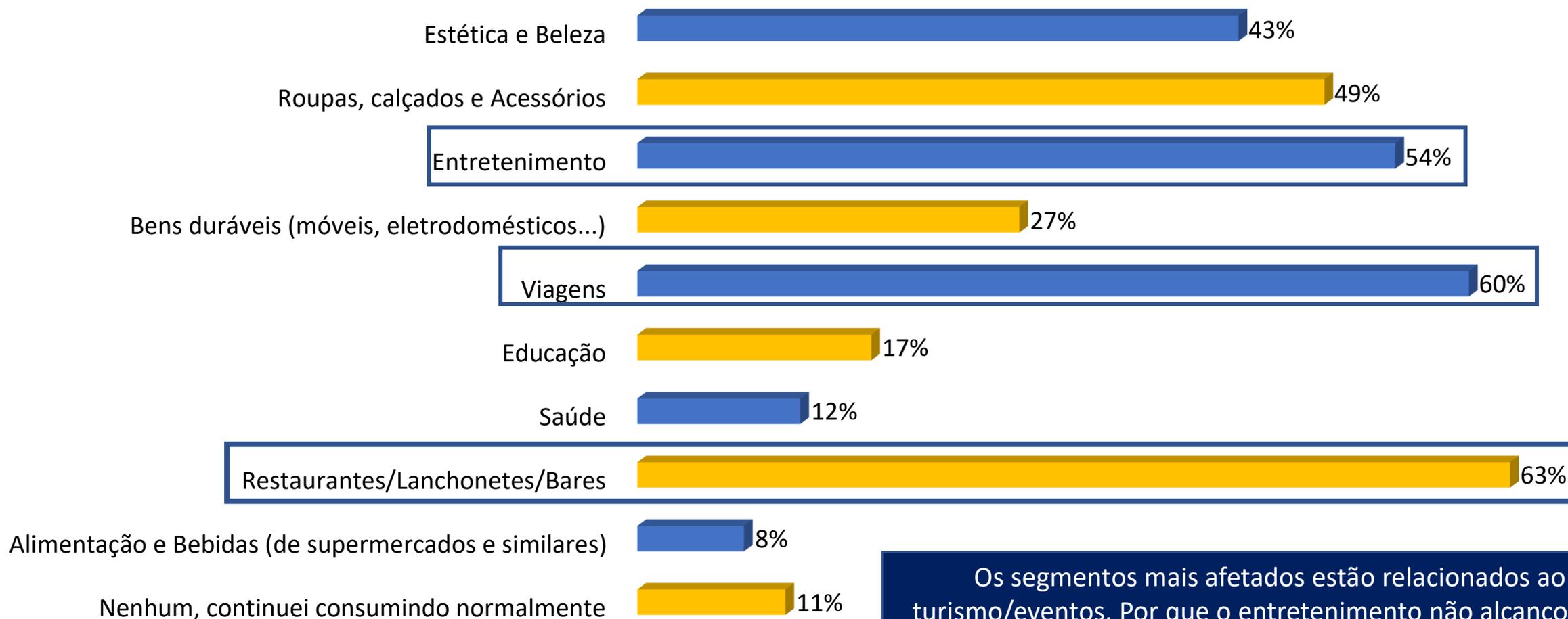
Durante a pandemia

Principal fonte de renda dos campo-grandenses

Aposentado	16,59%
Auxílio Emergencial do Governo	5,07%
Empresário	2,30%
Funcionário CLT (Carteira Assinada)	19,82%
Funcionário público	25,81%
Não tem	1,84%
Outro	4,15%
Profissional autônomo	17,05%
Trabalhador informal	7,37%

Durante a pandemia

De quais setores as pessoas deixaram de consumir ou reduziram o consumo?



Os segmentos mais afetados estão relacionados ao turismo/eventos. Por que o entretenimento não alcançou um cenário ainda pior? Migração para o entretenimento em casa.

Durante a pandemia

O que as pessoas tem comprado
Presencialmente?

Melhor pedir
refeição pronta
para evitar de sair
(17%)

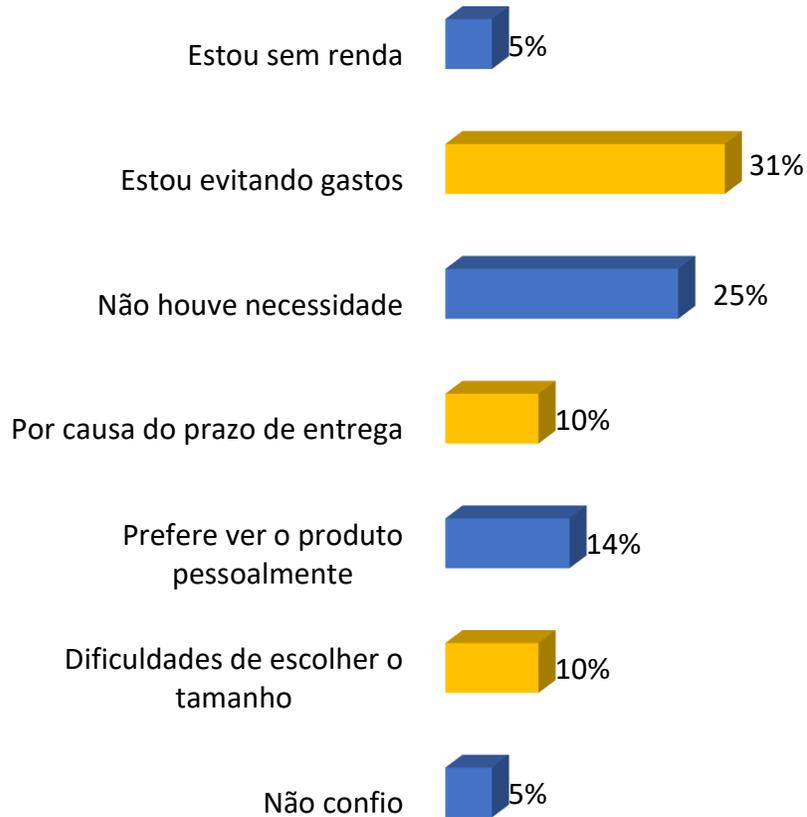
Itens essenciais –
alimentos,
produtos de
higiene,
remédios... (44%)

Melhor ficar em
casa e comprar a
distância de lojas
físicas o que não é
essencial (13%)

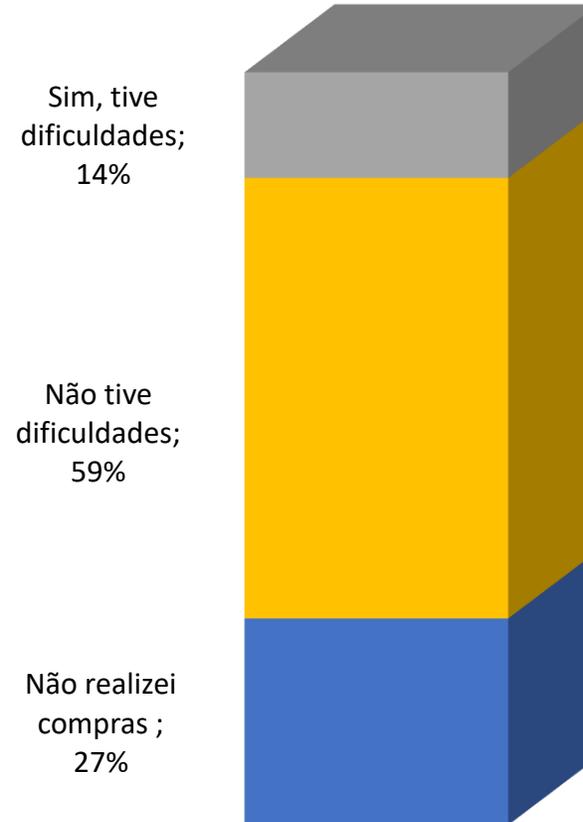


Durante as compras Pela internet ou a distância

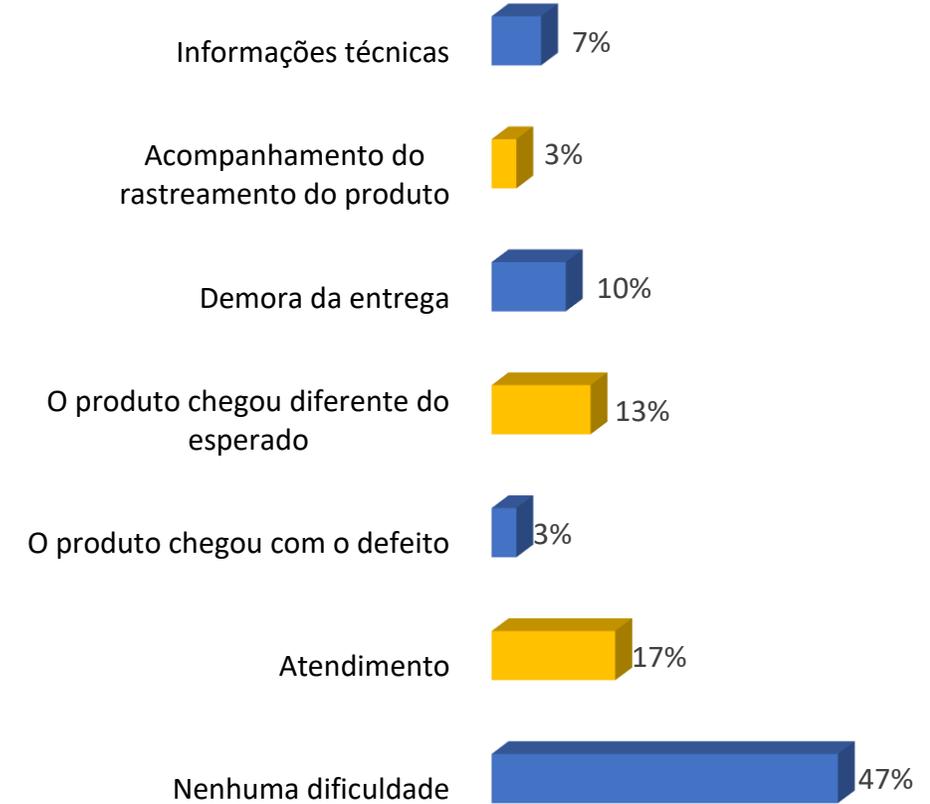
Por que não comprar?



Teve dificuldade?



Qual dificuldade?



Durante as vendas Pela internet ou a distância

Dificuldades empresariais

Atendimento – 25%



Saber fazer o marketing digital/divulgação – 30%



Entendimento dos direitos do consumidor – 45%



Implementação das estratégias - 40%



Dúvidas

Tempo de solução das reclamações – 29%



Tempo de devolução dos produtos – 24%



Responsabilidade da empresa – 71%



Canais de atendimento – 35%



Reclamações

Prazo de entrega – 25%



Especificações técnicas – 25%

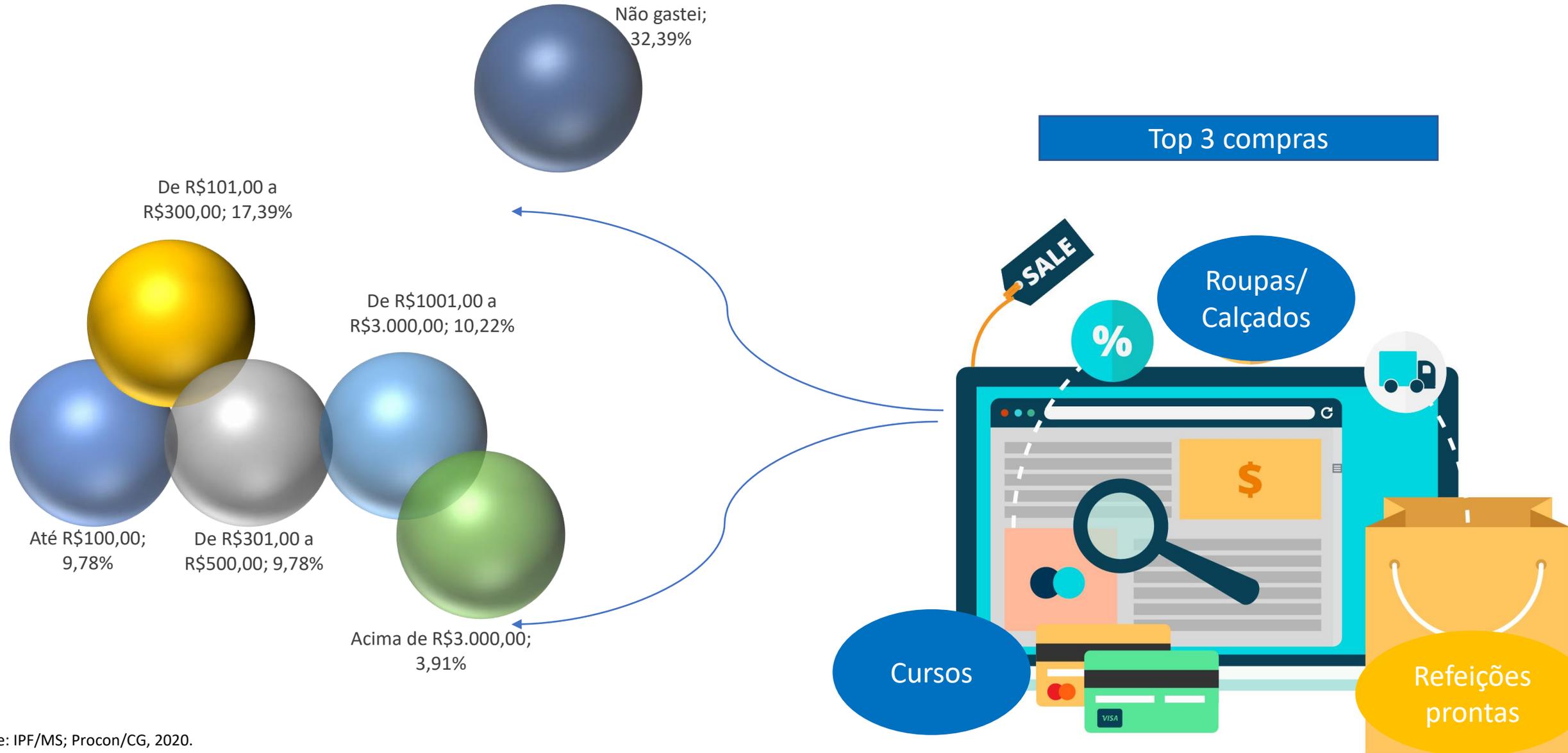


Atendimento – 10%



29% não conhecem os direitos de quem compra e vende a distância ou pela internet

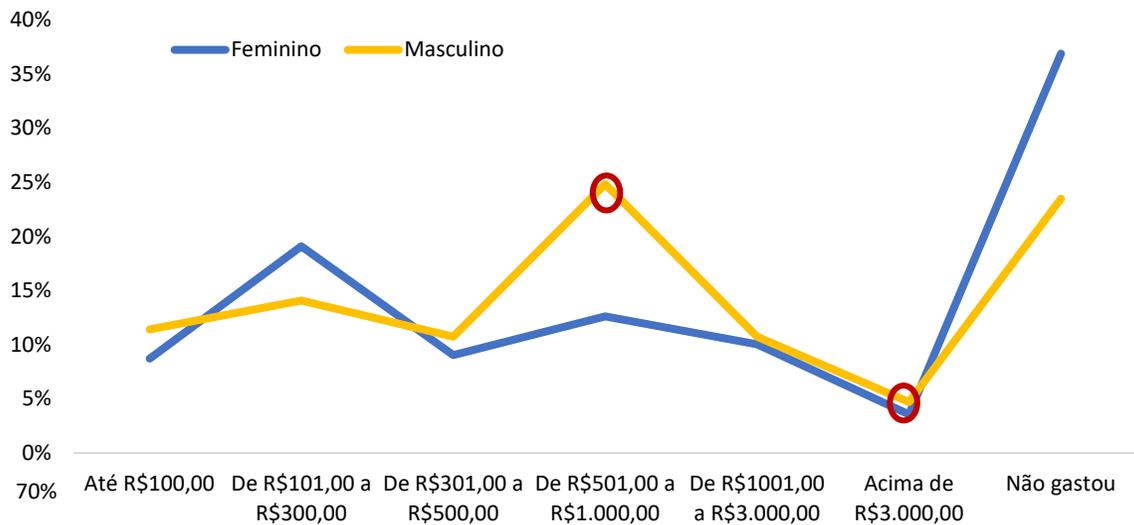
Durante as compras Pela internet ou a distância



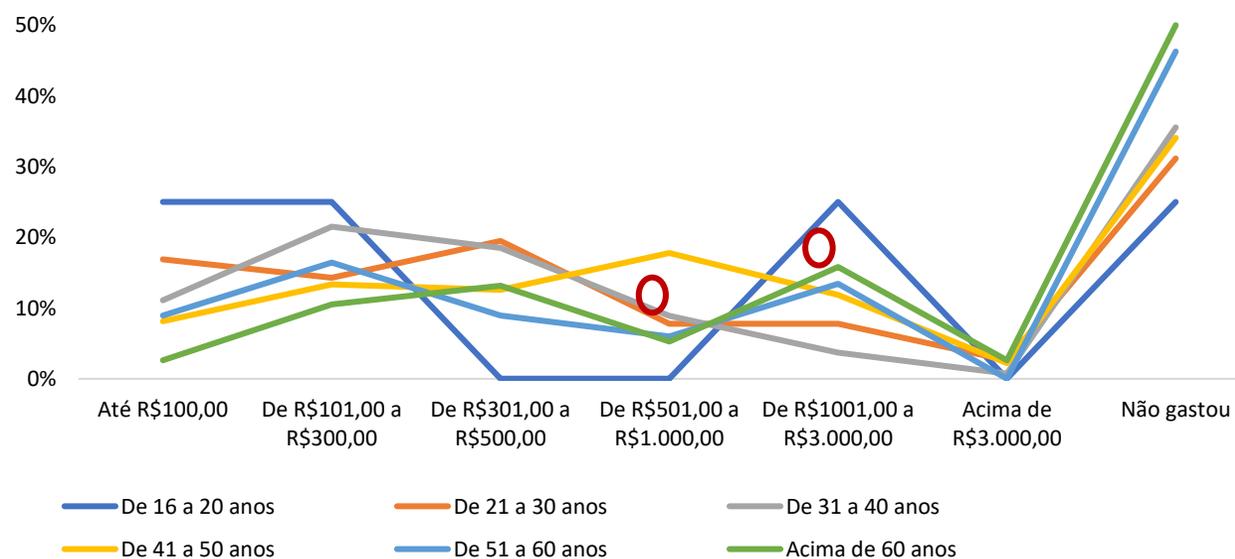
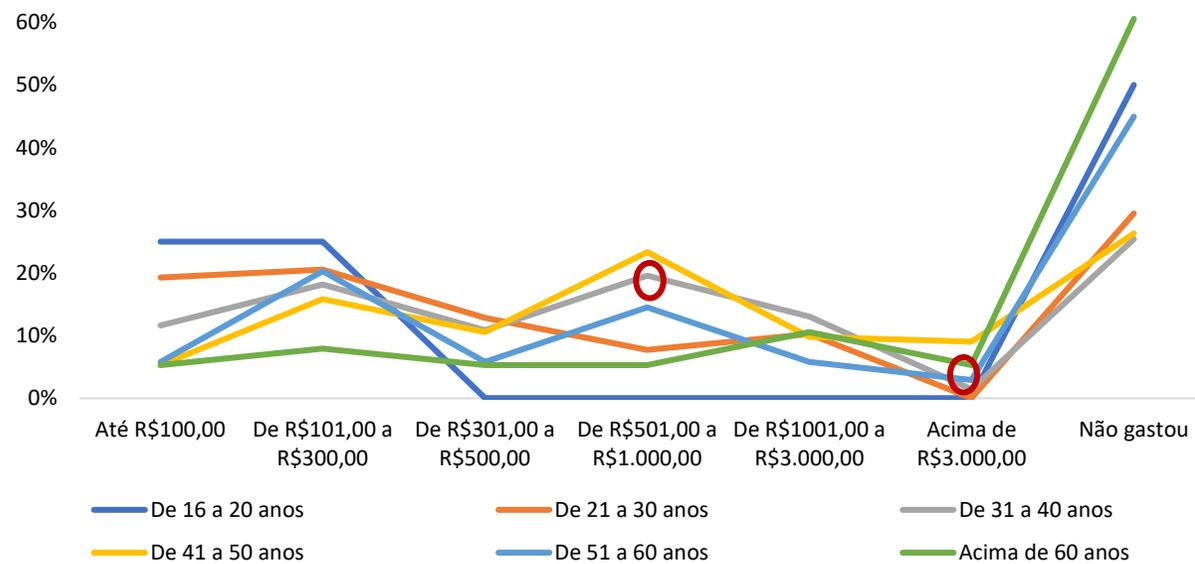
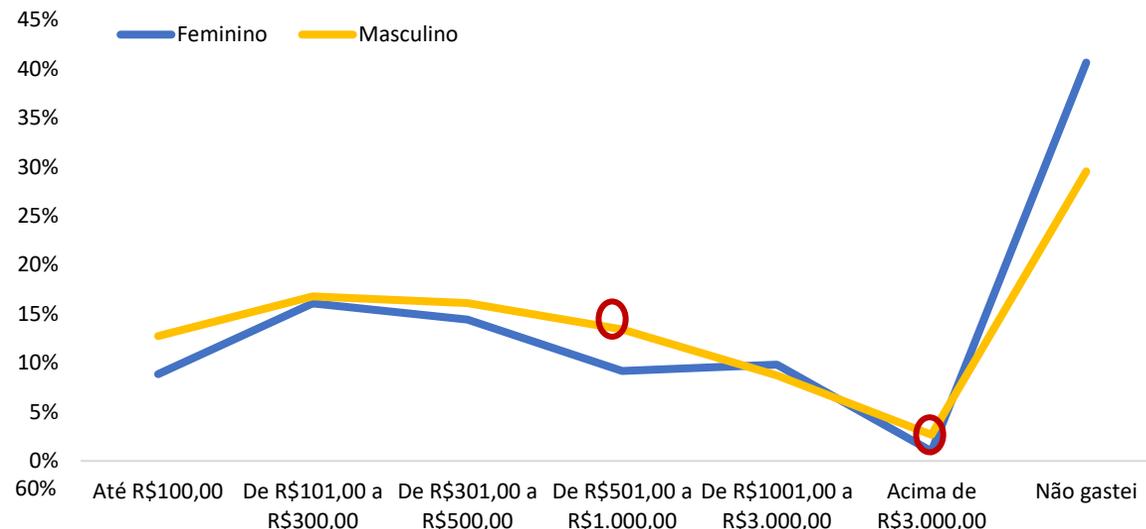
Até o momento da pandemia

Quem gastou mais? Homens e aqueles que possuem entre 41 e 50 anos.

Pela internet

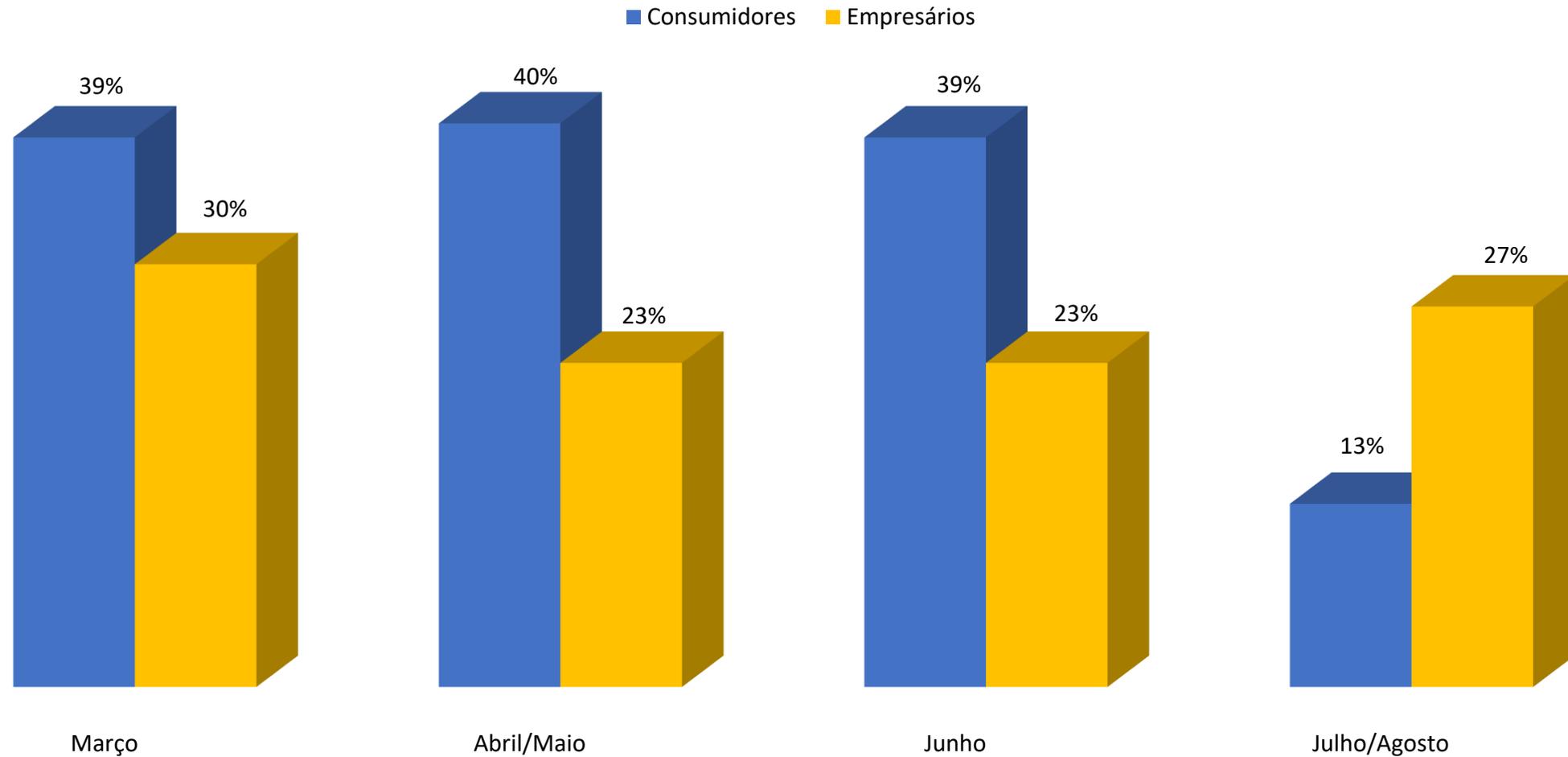


A distância



Evolução das preferências

Compra/venda pela internet durante a pandemia



Após a pandemia

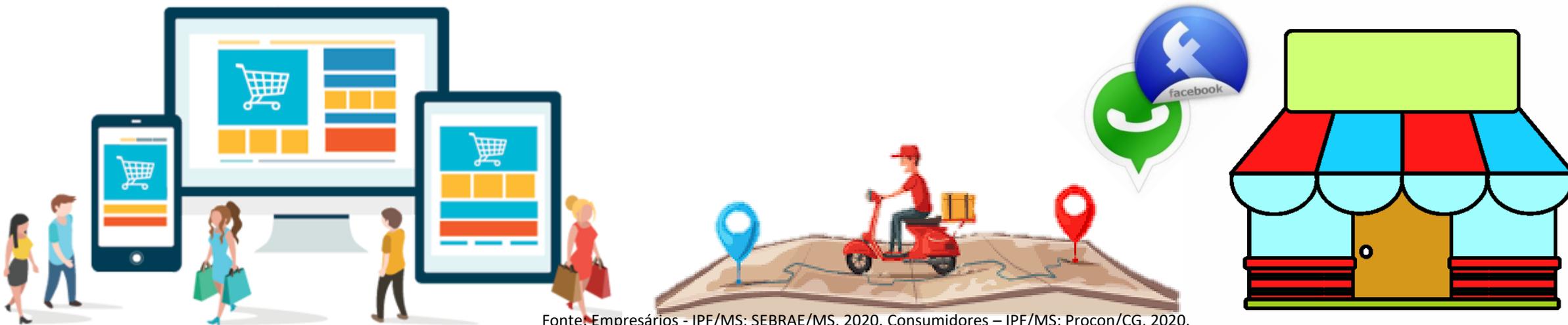
81% dos empresários manterão as alterações dos canais de venda no pós pandemia

13% dos consumidores continuarão comprando pela internet

32% dos consumidores continuarão comprando refeições prontas (delivery) –

38% dos consumidores voltarão a comprar de lojas físicas

17% dos consumidores continuarão comprando a distância



OBJETIVO DA PESQUISA

Avaliar as intenções e dificuldades de consumo e oferta pela internet e de lojas físicas a distância durante a pandemia do coronavírus (covid-19)

MÉTODOS

*Quantitativo;

*Aplicação pela equipe do Procon de 471 questionários semiestruturados (com perguntas abertas e fechadas) entre os meses de junho e julho de 2020, por telefone. Considerando 95% de nível confiança e 5% de margem de erro;

*Sondagem com empresários pelo IPF/MS durante o mês de julho de 2020;

*Dados secundários: IPF; SEBRAE, 2020.