



#COMPREI

O que mudou no comportamento de compra durante a **quarentena**?

MAIO 2020



introdução//



**Este estudo busca responder
duas perguntas:**

um

#01

O que as pessoas estão **comprando**
durante a quarentena?

dois

#02

Quais são as **mudanças de comportamento**
em relação ao período pré-quarentena?



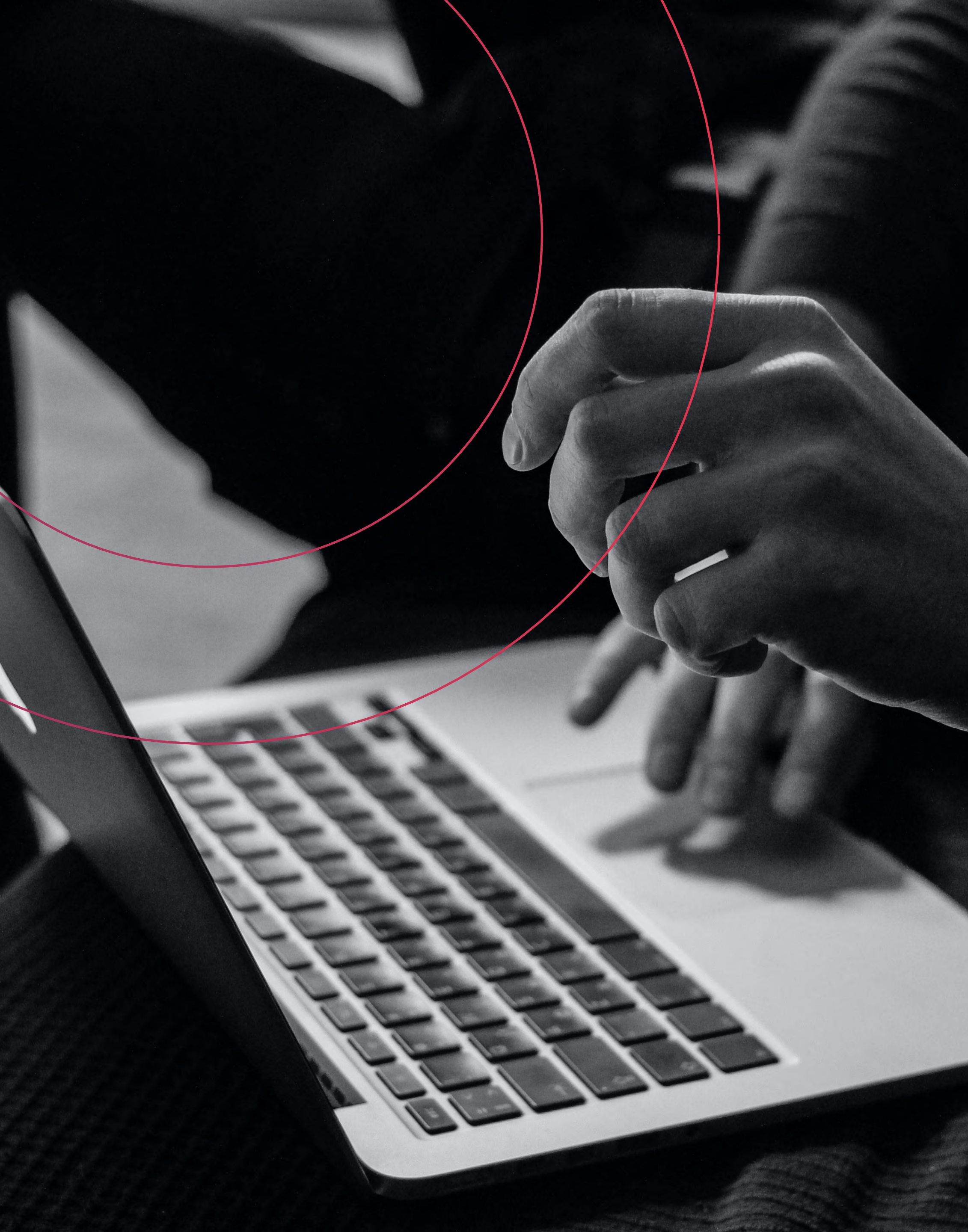
contexto//

As redes sociais são o grande termômetro para identificar **mudanças de comportamento** em uma parcela da população economicamente ativa.

Em tempos de uma pandemia de escala global, fato singular nas últimas décadas, é necessário entender qual será o “**novo normal**”, e como as pessoas estão se adaptando e reagindo às demandas do isolamento social.

E este é o objetivo deste e dos próximos reports da Gauge: **entender as pessoas, suas principais necessidades, motivações e anseios, traduzindo dados e menções das plataformas digitais.**

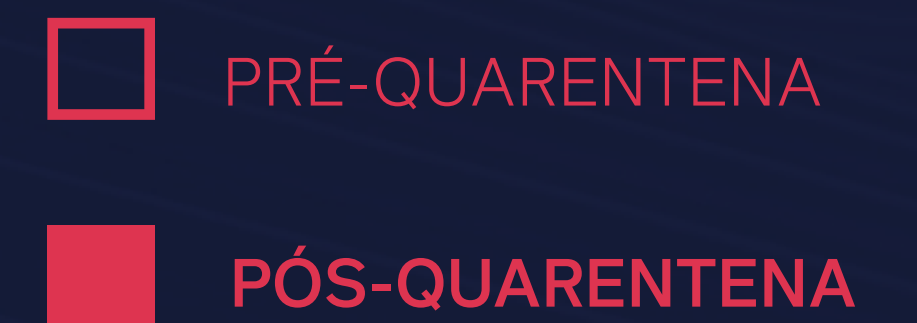
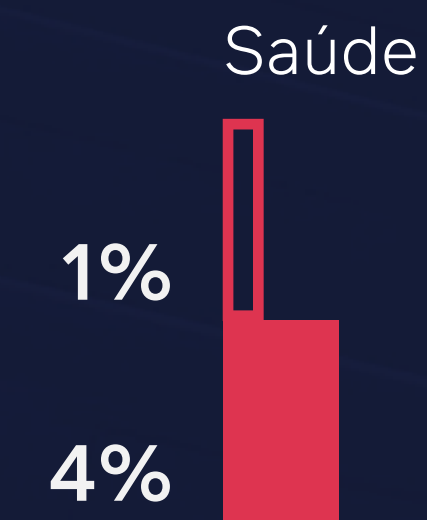
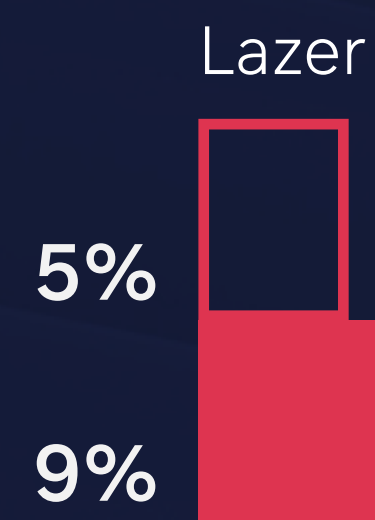
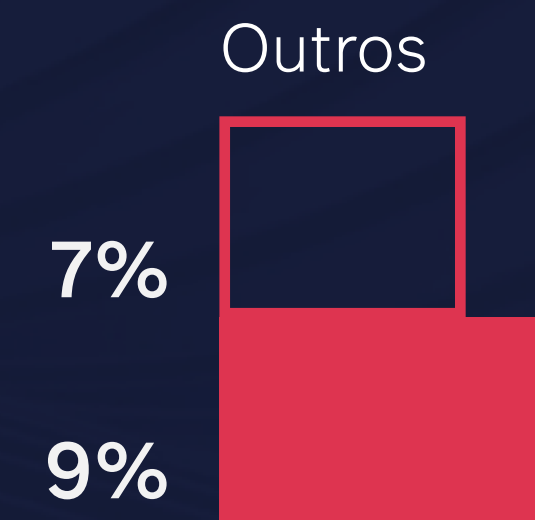
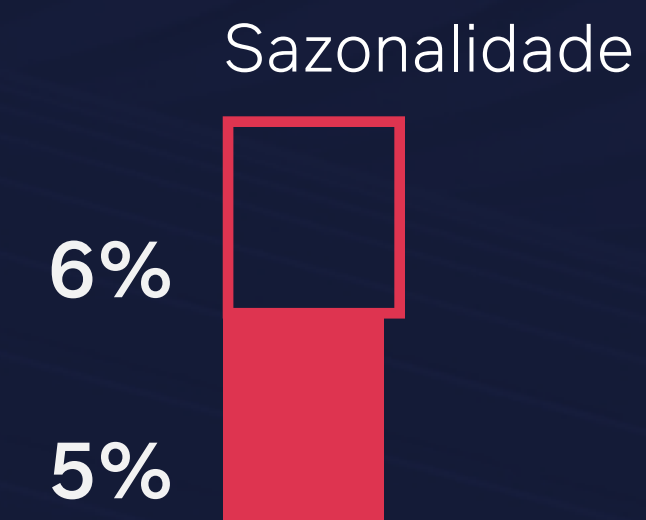
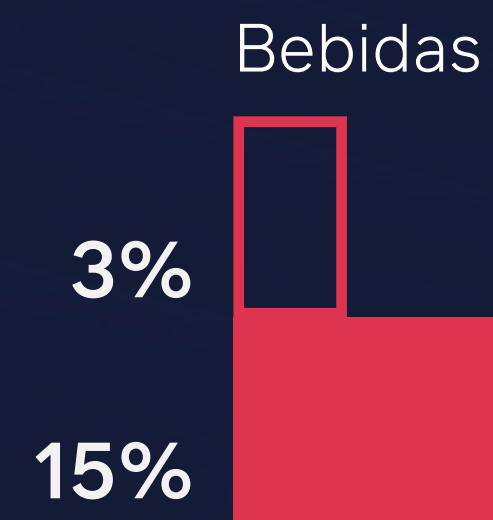
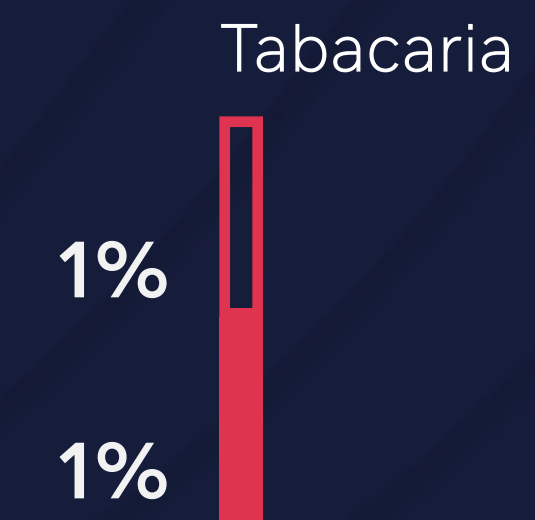
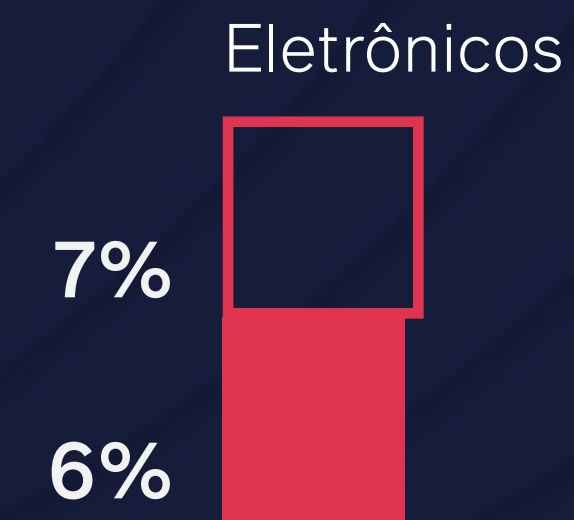
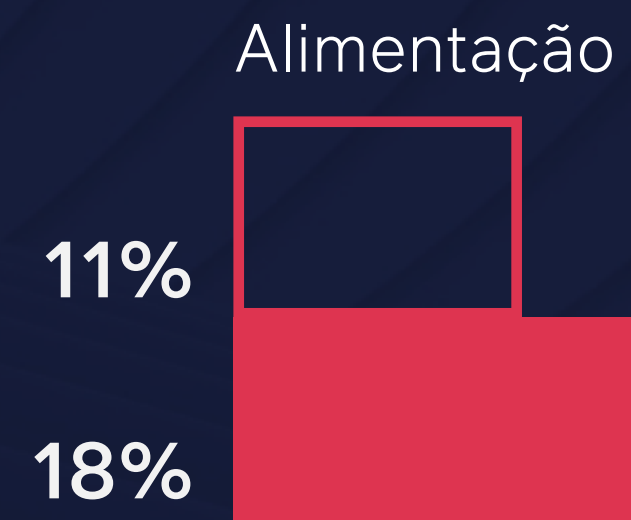
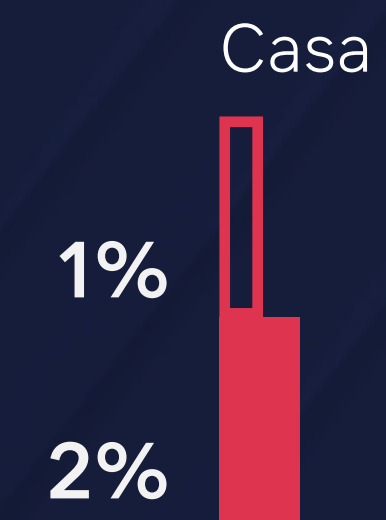
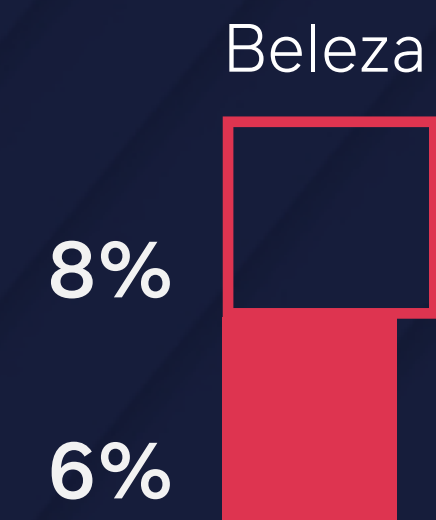
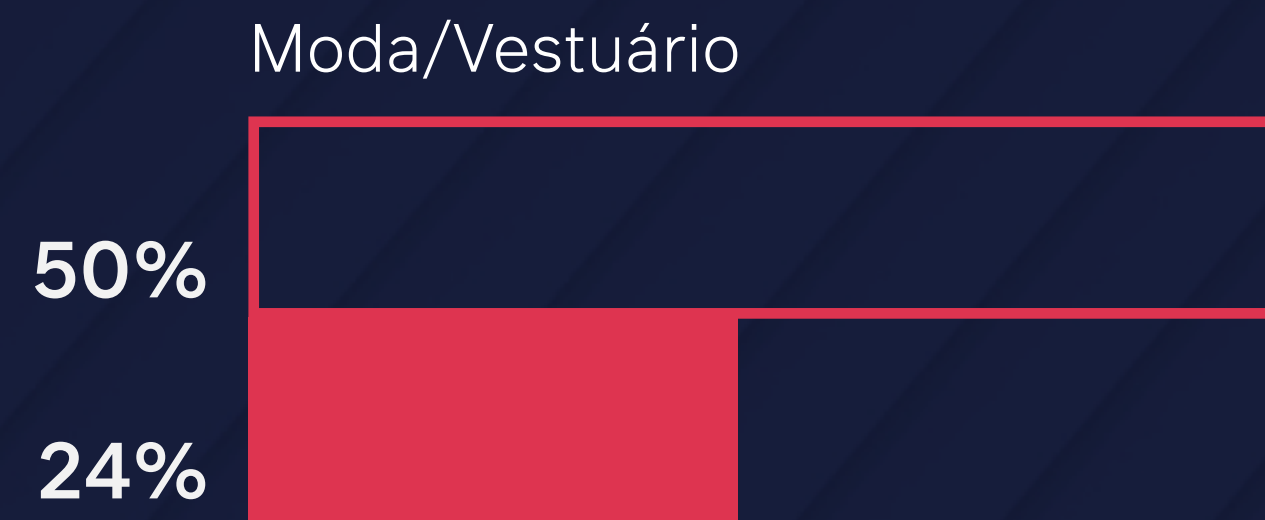




Para isso, analisamos 1.031 mensagens publicadas no **twitter entre os dias 22/01 e 22/02** (pré-quarentena), e **1.031 publicações entre os dias 15/03 e 15/04** que citaram a palavra “**comprei**”.



tipos de compra



crescimento de consumo

// EM RELAÇÃO AO PERÍODO
PRÉ-QUARENTENA



BEBIDAS

331%

de crescimento



LIMPEZA

200%

de crescimento



SAÚDE

275%

de crescimento



TABACARIA

100%

de crescimento



PET SHOP

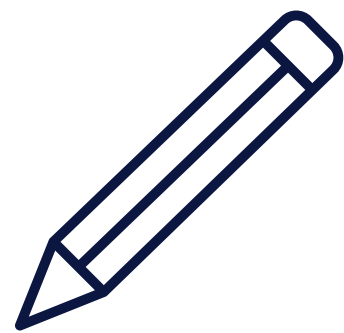
100%

de crescimento



queda de consumo

// EM RELAÇÃO AO PERÍODO
PRÉ-QUARENTENA



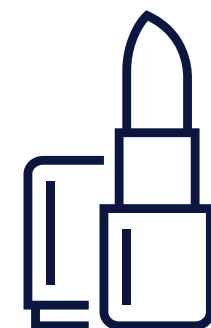
PAPELARIA

88%
de queda



MODA

51%
de queda



BELEZA

17%
de queda



ELETRÔNICOS

6%
de queda



o consumo de álcool

É preciso dar atenção ao aumento substancial de afirmações de compra de bebidas alcoólicas. Esse número reflete a preocupação da OMS em relação ao consumo de álcool durante a quarentena.

O GLOBO SOCIEDADE

Coronavírus: OMS recomenda que governos limitem consumo de álcool durante pandemia

Organização destaca que, além de fazer mal para a saúde, a bebida alcoólica também aumenta a vulnerabilidade à violência

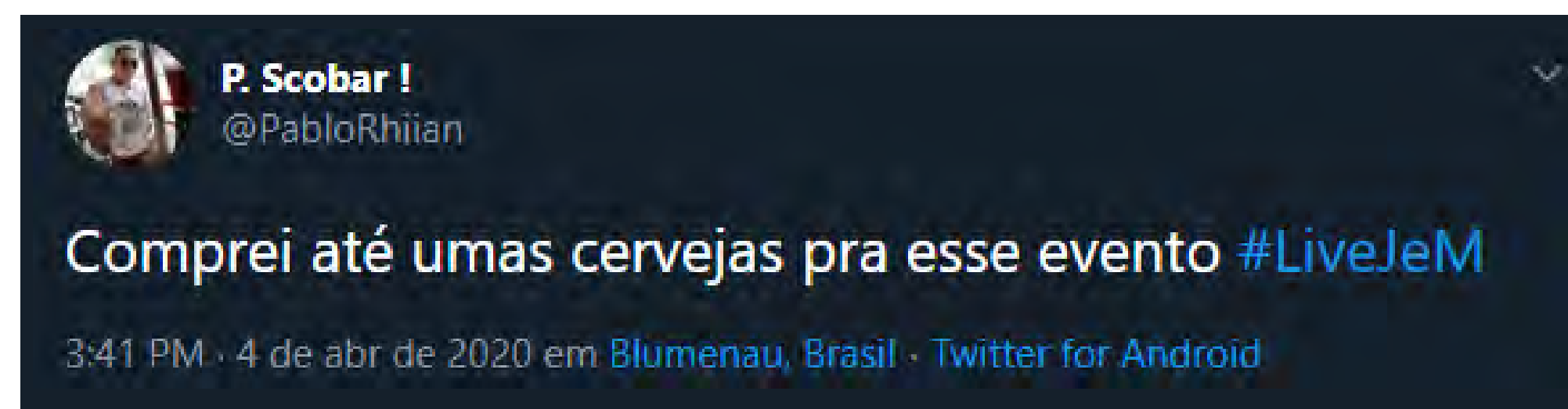
O Globo
15/04/2020 - 21:37



o consumo de álcool

Há alguma relação entre o **consumo de álcool** e as **lives de cantores** famosos brasileiros.

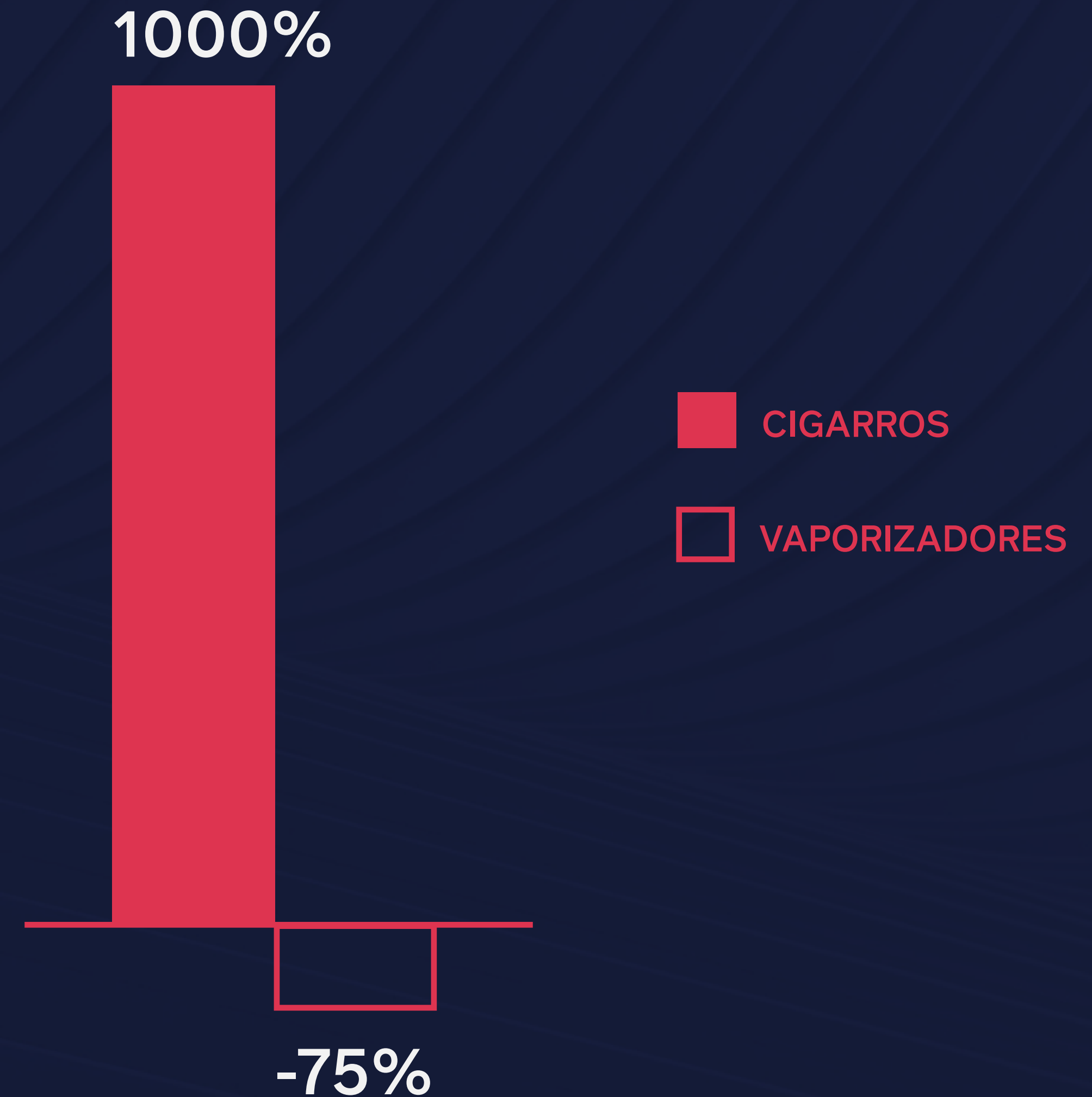
Em 14% das mensagens, pudemos identificar que a **principal motivação para a compra da bebida era alguma live**, em especial Marília Mendonça e Jorge e Matheus.



consumo de cigarros

As afirmações de compra na categoria de tabacaria **dobraram** em relação ao período pré-quarentena.

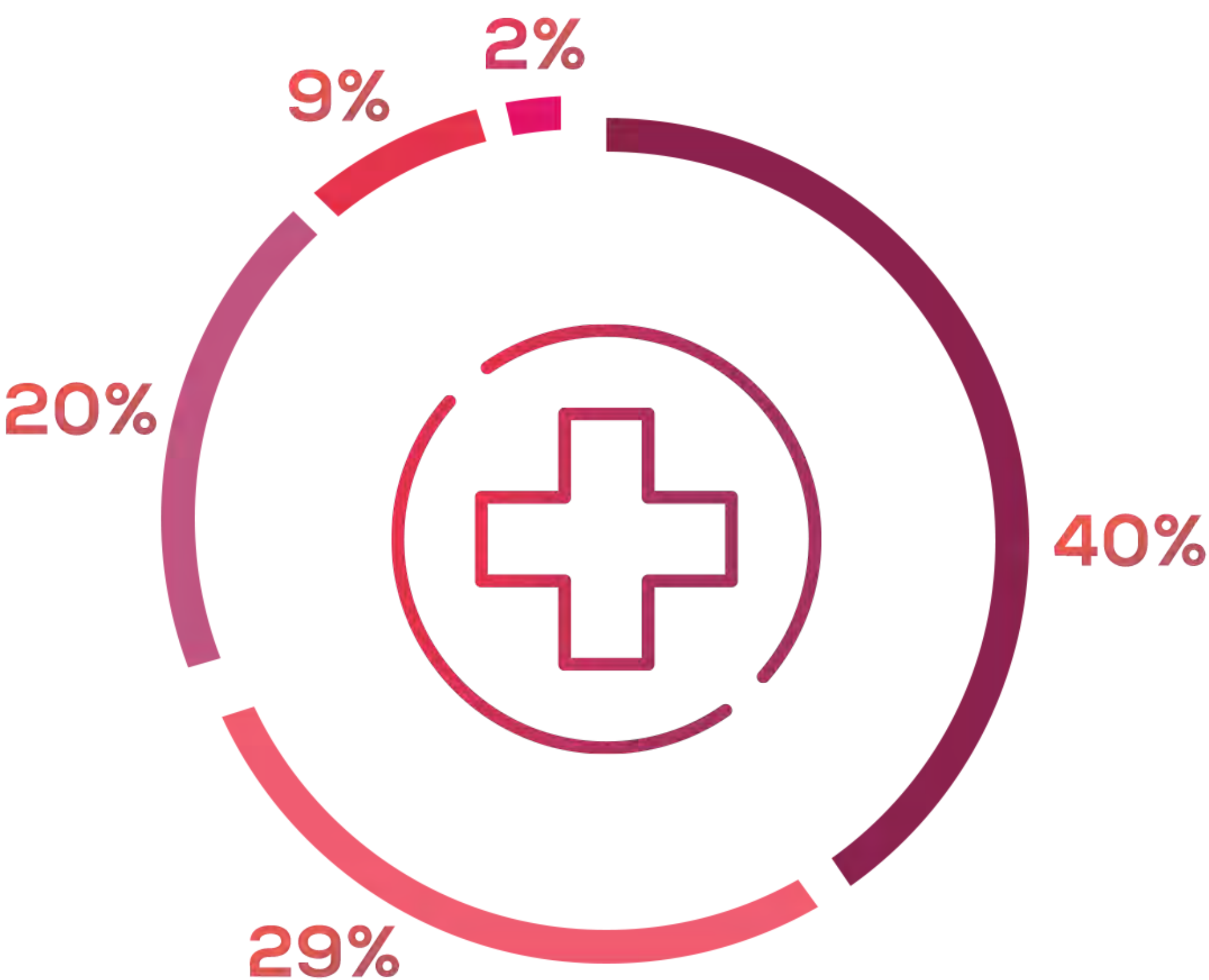
Houve também uma mudança de comportamento. Enquanto no período anterior os vaporizadores eram os mais citados, após a quarentena, **afirmações de compra de cigarros passaram a ser predominantes, com um crescimento de 1000%.**



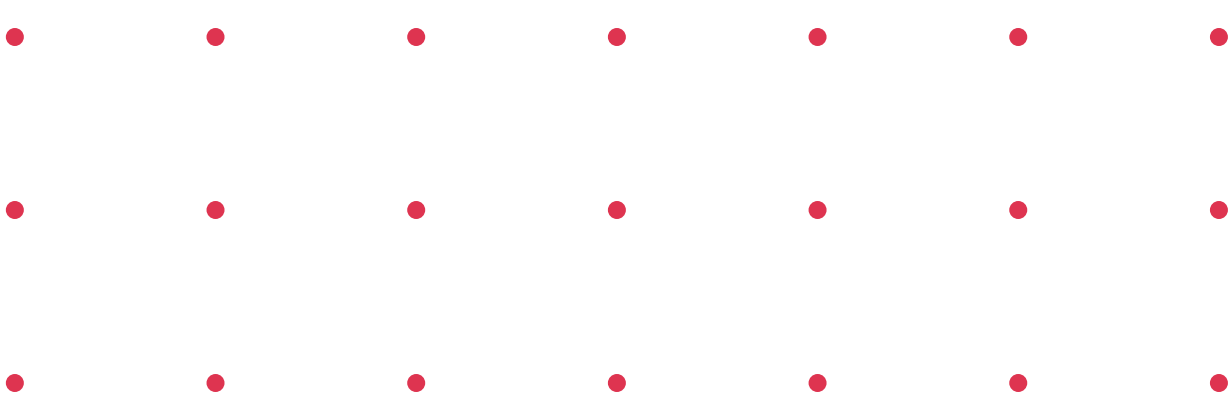
produtos de saúde

A preocupação com a saúde fica evidente com o crescimento de compras de produtos da categoria.

O aumento, no entanto, não está restrito apenas ao consumo de álcool em gel e máscaras: **afirmações de compras de remédios aumentaram 63% após o início da quarentena**



- Remédios
- Vitaminas
- Álcool em Gel
- Fraldas
- Máscaras



diferenças na alimentação

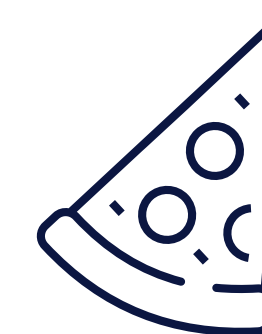
Houve mudanças também no comportamento de alimentação. As pessoas vão mais ao mercado atrás de itens de alimentação básica.

O isolamento também faz com que aumentasse a busca por chocolates e doces. No entanto, nada se compara ao aumento na porcentagem de compra de pipoca.



DOCES

80%*
de aumento



PIZZAS, LANCHES, PETISCOS, ETC.

25%*
de aumento



MERCADO

206%*
de aumento



PIPOCA

1500%*
de aumento

*em relação ao período pré-quarentena

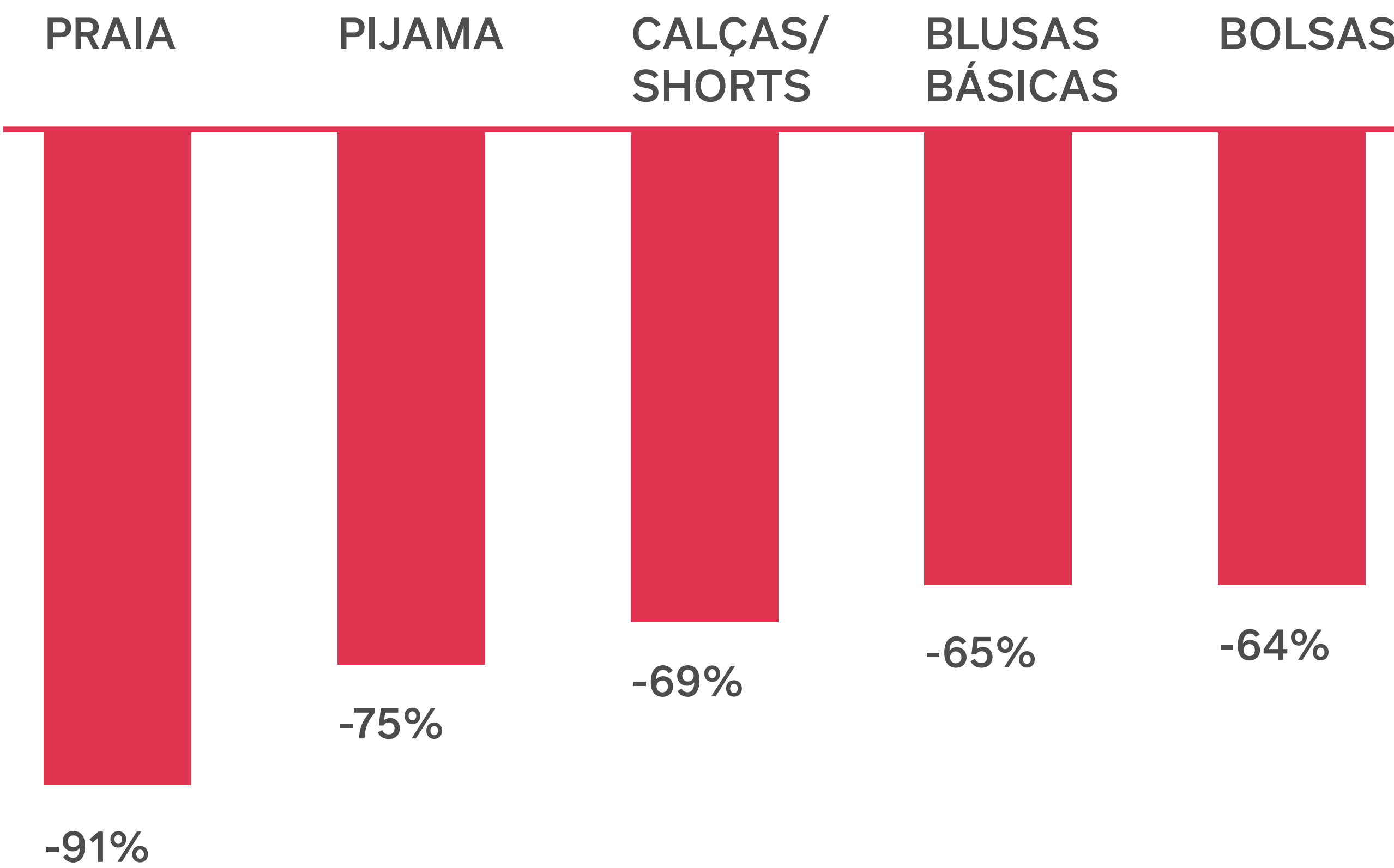


queda em **vestuário**



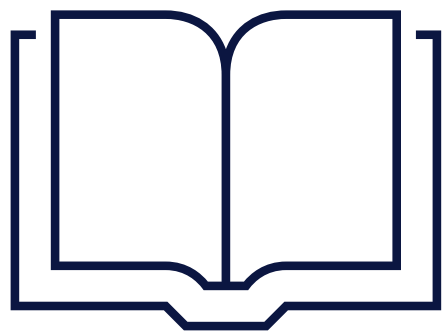
MODA
51%
de queda

Apesar de ainda ser a categoria mais citada entre as afirmações de compra, a categoria “**Moda e Vestuário**” apresentou uma das maiores quedas em relação ao período pré-quarentena.



mudança **no lazer**

As afirmações de compra de Lazer **aumentaram 40% durante a quarentena**. Destaca-se o aumento de compras de itens de livros, jogos e materiais esportivos que podem ser utilizados dentro de casa.

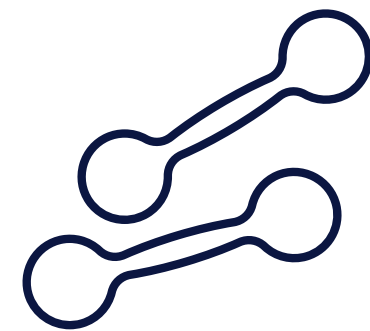


LIVROS

65%*

de aumento

Físicos e e-books

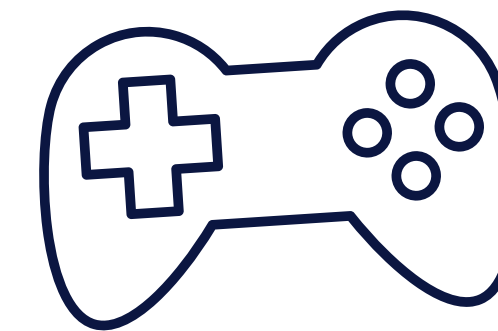


MATERIAIS ESPORTIVOS

75%*

de aumento

Cordas, saco de boxe, tapete de yoga...



JOGOS

60%*

de aumento

Jogos para consoles, PC e analógicos.

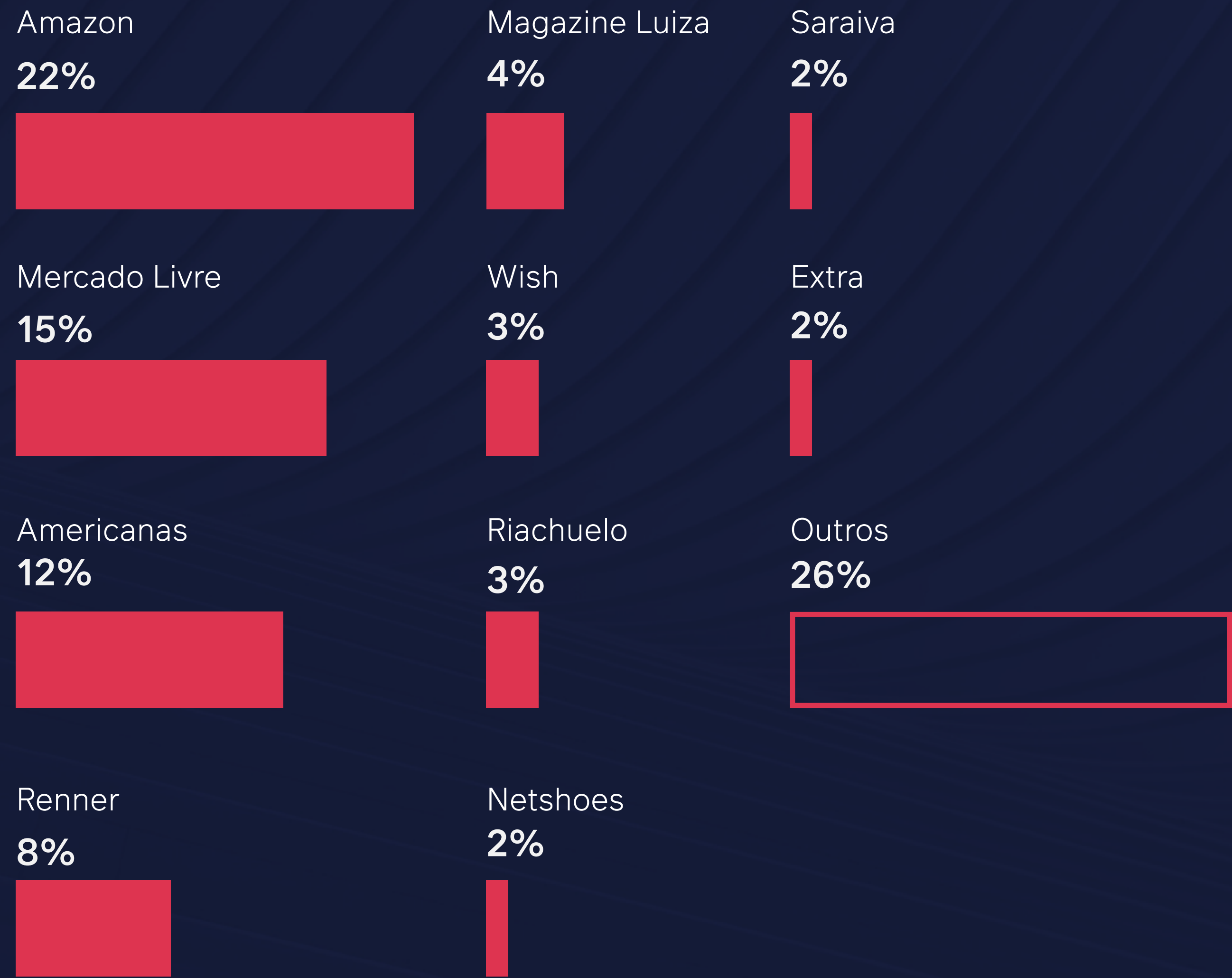
*em relação ao período pré-quarentena



lojas mais citadas

*DURANTE O PERÍODO
DA QUARENTENA*

Cerca de 4% das afirmações
de compra citam alguma loja.
As mais citadas foram:



conclusões//

As mudanças foram significativas entre o público analisado - ou pelo menos como eles têm falado sobre consumo nas redes sociais.

Entre altas e baixas em diversos segmentos, o ponto mais alto e significativo é o **crescimento no consumo de bebidas alcóolicas**. Um dado que acaba gerando consequências negativas relacionadas também à saúde e violência doméstica.

Por outro lado, a preocupação com o **bem-estar, físico e mental**, é percebido através do aumento no consumo de livros e materiais esportivos.

A expectativa é que estes números sofram **novas e significantes alterações** com o aumento de cidades em quarentena e com a possibilidade de lockdown em algumas regiões. Até mesmo o prolongado **tempo de isolamento social** pode gerar cada vez mais mudanças, afinal, as necessidades de alguém dentro de casa durante 30 dias tende a ser diferente de alguém socialmente isolado por mais de 90 dias. Dessa forma, é essencial entender e **acompanhar novos padrões** de consumo do público para desenvolver conexão e empatia com suas maiores necessidades.



Gauge é uma consultoria digital focada em estratégia de negócios e operações de analytics, mídia, comunicação e experiência do usuário. Promovendo engajamento e melhoria na interação com as marcas através de pesquisas, testes, análise de dados e comportamento.

Este material foi criado pelo time do Social Lab da Gauge, que inclui as áreas de criação, conteúdo, insights e social listening, e busca levantar discussões e trazer percepções dos consumidores através das redes sociais.



CO-CREATING
WITH **stefanini**

contato@gauge.com.br

