

Levantamento da Ticket com 12 mil trabalhadores aponta mudança de hábitos no consumo em supermercados

De acordo com 52% dos trabalhadores que participaram da pesquisa, adoção das compras online será um hábito permanente, mesmo após a pandemia

A Ticket, marca de benefícios de refeição e alimentação da Edenred, realizou, entre os dias 21 e 28 de agosto, um levantamento com mais de 12 mil usuários do Ticket Alimentação em todo o Brasil, para entender os hábitos de compra de alimentos online pelos trabalhadores brasileiros, durante a pandemia.

O estudo comprova que o isolamento social foi um fator de propulsão para uma mudança de comportamento do consumidor, que incorporou a aquisição de produtos via e-commerce à sua rotina. Mais da metade dos participantes no levantamento indicaram que a prática de adquirir itens de supermercado pela internet foi iniciada juntamente com a necessidade de permanecer mais tempo em casa, como consequência da crise sanitária provocada pela covid-19.

O estudo também identifica, de maneira inédita, um potencial de crescimento relevante para o segmento, já que 66% dos respondentes afirmam serem adeptos de compras online de maneira geral, mas apenas 34% relatam a realização de compras de supermercado através da internet.

"A mudança na dinâmica do trabalho, com a introdução do home office pelas empresas durante o período de isolamento social, trouxe impactos imediatos à rotina de compras dos trabalhadores também nos aspectos relacionados à sua alimentação e nutrição. Quando confrontamos o percentual de 34% das pessoas relatando a mudança de comportamento com o levantamento de 2019 do Ebit / Nielsen Webshoppersem, que aponta a categoria 'Alimentos e Bebidas' com índice de 3% de importância para o e-commerce brasileiro, é possível perceber, com mais clareza, o impacto da pandemia no comportamento das pessoas", ressalta Felipe Gomes, Diretor-Geral da Ticket.

Outro fator de grande relevância apontado pelo levantamento está relacionado ao fato de os consumidores entenderem que essa alteração no perfil de consumo é permanente: apenas 10% dos entrevistados afirmaram que não pretendem manter as

compras online em supermercados, passada a pandemia. Em contrapartida, 52% das pessoas que responderam à pesquisa garantiram que este será um hábito mantido mesmo com o fim do isolamento social.

O levantamento também contribui com informações relevantes para que os estabelecimentos possam avaliar alternativas de vendas e de atendimento às demandas dos consumidores. Entre os que relataram mudança de hábitos nas aquisições de alimentos em mercado por causa da covid-19, 48% disseram ter aderido às compras online e 27% disseram ter aumentado a frequência com que consomem por meio de plataformas digitais. O estudo aponta que apenas 24% dos consumidores adeptos ao e-commerce preferem as lojas online dos próprios estabelecimentos.

Quando questionados sobre fatores que favorecem esse hábito, as promoções são o principal fator, apontadas por 50% dos entrevistados. No sentido contrário, o custo do frete, os preços mais altos e a necessidade de desenvolver mais confiança na qualidade dos produtos comercializados pela internet são os aspectos principais para aqueles que disseram manter ou preferir a realização das compras presencialmente.

Em outro levantamento realizado pela Ticket, desta vez com os estabelecimentos comerciais, a marca identificou que 44% dos comerciantes percebeu um aumento nos pagamentos com benefícios durante a pandemia. O estudo também identifica aspectos relacionados à operação de pontos de alimentação, durante a quarentena. De acordo com os dados, para que fosse possível manter as atividades, 89% dos respondentes admitiu ter aderido a novas estratégias de vendas.

Consumo em casa

Para apoiar consumidores e estabelecimentos durante o isolamento social, a Ticket, desenvolveu uma plataforma em que estão relacionados os estabelecimentos credenciados pela marca que tem realizado atendimentos via delivery – seja ele próprio ou por meio de aplicativos –, o que facilita o *match* com os usuários. O **Ticket em Casa** pode ser acessado pelo link <https://www.ticket.com.br/portal-usuario/ticket-em-casa/> e reúne informações como benefícios aceitos, endereço, telefone e website.

A iniciativa foi desenvolvida para servir de apoio aos 7 milhões de usuários da marca, disponibilizando dados essenciais para que possam manter uma alimentação saudável durante a quarentena. "Utilizamos toda nossa tecnologia e inteligência para desenvolver



uma plataforma com grande valor agregado tanto os comerciantes, especialmente os PMEs, quanto para os trabalhadores. Conectamos todos esses interlocutores em apenas um clique, em uma plataforma de acesso fácil e rápido, contribuindo com a sociedade por meio do agrupamento de informações de utilidade pública que contribuem para o dia a dia de empresas e dos trabalhadores", ressalta Gomes.

As informações foram mapeadas considerando estabelecimentos localizados nos 27 estados brasileiros. A identificação dos estabelecimentos que têm mantido as atividades com delivery é resultado de consulta direta aos comerciantes associada à expertise tecnológica da própria Ticket.

A Ticket tem mais de 130 mil empresas-clientes e 330 mil comerciantes credenciados no Brasil, contando com as principais adquirentes do mercado. Os benefícios oferecidos pela marca são utilizados por 7 milhões de empregados, no País.

Informações Ticket

RPMA Comunicação

Carina Eguia

Kelly Queliroz

edenred@rpmacomunicacao.com.br

RPMA Comunicação

Tel.: 11 5501-4655 | 5152-4146

www.rpmacomunicacao.com.br