

## **Confinamento altera a frequência de compras dos consumidores brasileiros**

### **Plataforma Tiendeo apresenta seu informe sobre como os brasileiros estão mudando sua forma de comprar**

26 de Junho de 2020. O confinamento está mudando a maneira como os brasileiros compram. As restrições derivadas do início da quarentena resultaram em mudanças importantes no dia a dia das pessoas e no modo como elas planejam suas compras.

Tiendeo.com.br, plataforma de ofertas e catálogos geolocalizados e empresa líder em soluções drive-to-store para o setor de varejo, apresenta seu primeiro Informe analisando o novo perfil de consumidor e com diversas informações valiosas para o varejo no Brasil.

#### Visitas mais rápidas ao supermercado

No final de Março, diversos Estados brasileiros decretaram uma quarentena obrigatória, reduzindo o contato social entre os cidadãos com o objetivo de diminuir ou desacelerar as infecções pelo novo Coronavírus.

Os brasileiros parecem estar cumprindo as medidas adotadas, e a prova disso é que o tráfego global para as lojas diminuiu um 56% e a afluência para os supermercados diminuiu apenas 3%, enquanto o tráfego nos demais setores diminuiu 67%.

O número de visitas ao supermercado permanece em 2 vezes ao mês, e o tempo gasto dentro dos estabelecimentos diminuiu apenas 2%, chegando a 30.5 minutos.

O fato de grande parte da população estar trabalhando em casa ou ter mudado, de alguma maneira, seus hábitos diários, influenciou diretamente nos dias e horários escolhidos para fazer compras: quintas e sábados se tornam os grandes favoritos, da mesma forma que as compras estão concentradas no período da tarde (das 15 às 18 horas). Antes do confinamento, os horários de maior tráfego nos supermercados eram distintos (às 12:00 e das 17:00 às 18:00).

4,4 quilômetros, a distância média até os supermercados

De acordo com o estudo, os brasileiros estão sendo responsáveis na hora de fazer suas compras. O relatório do Tiendeo revela que, em âmbito nacional, a distância média que os consumidores percorrem até os supermercados se mantém em até 4,4 quilômetros. Já em São Paulo, por ser uma das maiores cidades do país e, finalmente, aquela com a maior concentração demográfica, observa-se uma redução no raio de afluxo de até 18%.

A crise causada pela Covid-19 mudou e continuará mudando os hábitos dos consumidores brasileiros. O Tiendeo seguirá analisando as mudanças nos hábitos de consumo durante e após a crise por meio de relatórios setoriais periódicos.

**Datos de contacto:**

Mariana Revilla

+52 55 8881 8432

Nota de prensa publicada en: [México](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Televisión y Radio](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>