

47% dos consumidores de compras coletivas reduziram a frequência de consumo, diz SPC Brasil

Segundo pesquisa, um terço dos consumidores virtuais deixa de utilizar ao menos um cupom adquirido. 46% tiveram problemas na experiência de compra

Uma pesquisa inédita realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal de educação Financeira [Meu Bolso Feliz](#) sobre o consumo em sites de compras coletivas mapeou o perfil e os hábitos de compra destes consumidores que utilizam estes sites e identificou uma relativa queda na demanda destes sites.

De acordo com o panorama geral da pesquisa, quatro em cada dez (42%) consumidores virtuais adquiriram produtos e serviços nos sites de compras coletivas, e 61% deles garantiram realizar ao menos uma compra a cada seis meses. Apesar de expressivos, os resultados indicam que os sites de compra coletiva passam por um momento de relativa baixa demanda: 65% daqueles que fizeram compras coletivas em 2014 admitiram ter reduzido a frequência de consumo (47%) ou ter feito o mesmo número de compras (18%) que nos anos anteriores.

1/3 dos consumidores virtuais não utiliza todos os cupons adquiridos

Segundo a pesquisa, pouco mais de um terço não chega a usufruir totalmente os produtos e/ou serviços (34%). As razões alegadas para isso têm a ver com prazo do cupom expirado (58%); com o local para utilizar o produto ou serviço comprado que era muito distante (16%); com a falta de atenção ao regulamento da compra (15%); com as dificuldades no agendamento do serviço (15%); com o fato de o consumidor não ter gostado ou ter desconfiado do local de prestação do serviço (9%).

“Todas essas razões sugerem que às vezes as compras coletivas são feitas de maneira impulsiva, sem que o consumidor avalie as condições e se realmente precisa ou terá tempo e condições de utilizar o serviço”, analisa o educador financeiro do SPC Brasil, José Vignoli.

46% já tiveram problemas durante ou após a compra

O estudo também mostra que quase metade (46%) dos consumidores já teve problemas na experiência de compra. Segundo os entrevistados, as principais queixas dizem respeito à qualidade ruim do serviço ou do produto (21%), ao atendimento que deixou desejar (20%) e à dificuldade de conseguir dia/horário para usufruir o produto ou serviço (14%).

“Outro motivo para a estabilização ou queda da demanda é a relação com o processo de compras coletivas passadas”, diz Marcela Kawauti, economista-chefe do SPC Brasil. “Caso a compra anterior tenha resultado em uma experiência positiva para o consumidor, ele tende a comprar novamente; caso a experiência tenha sido negativa ou problemas tenham acontecido, provavelmente ele buscará outro site ou alternativas”, diz a economista.

Panorama geral dos consumidores de compras coletivas

Segundo os dados, o uso dos sites de compras coletivas é maior entre os mais jovens com idade entre 18 e 34 anos (46%), os pertencentes às classes A e B (46%), os mais escolarizados com ensino superior e pós-graduação (49%), e os que compram virtualmente com alta frequência (56%).

Entre produtos e serviços, os itens mais procurados nos sites de compra coletiva são restaurantes, bares, pizzarias e rodízios (71%). Logo depois aparecem ingressos para shows, teatros, cinemas e casas noturnas (53%), tratamentos estéticos (36%) e viagens (29%). O preço médio gasto é de R\$ 196,00.

A pesquisa foi realizada em todas as capitais em relação ao consumo em sites de compras coletivas em 2014. Foram entrevistadas 662 pessoas com idade igual ou superior a 18 anos, de ambos os sexos e todas as classes sociais.

Dicas para realizar boas compras coletivas:

- Evitar comprar produtos/serviços desnecessários para o momento. Não é porque alguma coisa está na moda que se deve comprar imediatamente;
- Ler atentamente ao regulamento descrito no site da compra. Momentos de impulsos podem resultar em problemas futuros;
- Atenção às datas de utilização do produto/serviços;
- Ver o endereço do local onde o serviço será prestado e fazer as contas de quanto será gasto para ir e voltar, seja com gasolina/álcool do carro ou nas passagens de ônibus e metrô. O seu tempo perdido também vale dinheiro;
- Fazer um planejamento das finanças para saber o quanto é possível gastar mensalmente com produtos e serviços de lazer – incluindo gastos em sites de compra coletiva – sem prejudicar contas fixas e dívidas.

Informações à imprensa

Renan Miret

(11) 9-9136-3355 | (11) 3251-2035

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | 9-7142-0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br