

## Nove em cada dez consumidores virtuais consultam a internet antes de realizar uma compra

Por outro lado, 63% dos consumidores afirmam ter o costume de visitar lojas físicas antes de realizar compras virtuais. *Para 85%, os melhores preços estão nas lojas online*

A internet tem se consolidado como fonte de pesquisa na hora do brasileiro ir às compras. De acordo com um estudo realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal de educação financeira '[Meu Bolso Feliz](#)', nove em cada dez consumidores brasileiros com acesso à internet (90%) assumem o hábito de fazer pesquisas online antes de realizar compras em lojas físicas. A pesquisa aponta que o comportamento é frequente em todas as faixas etárias, mas surge com mais força entre os indivíduos com idade entre 18 e 34 anos (93%).

De acordo com o levantamento, os produtos eletrônicos (75%) são os que mais geram pesquisas na internet antes de se efetivar a compra na loja física. Em seguida aparecem os eletrodomésticos (58%), calçados (32%), vestuário (29%), livros (26%) e cosméticos e perfumes (24%). Os sites que oferecem ferramentas de comparação de preços e de características dos produtos são os mais procurados pelos internautas (62%) nessas horas, seguidos pelos sites que mensuram o índice de reclamação de determinada marca ou produto (54%). O estudo indica que os consumidores virtuais também valorizam a troca de experiências e estão atentos à opinião técnica de especialistas: sites de e-commerce (47%), redes sociais (39%) e blogs especializados (36%) completam a lista dos mais consultados.

“Com a facilidade de alguns clicks o consumidor pode obter uma infinidade de informações sobre tendências de mercado, lançamento de produtos, fazer comparações entre marcas e preços e até mesmo ler as experiências positivas ou negativas de outros consumidores com o produto desejado. A internet é um importante instrumento que dá maior poder de escolha ao consumidor”, explica a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

### **Compras on e offline**

Se consultar a internet antes de realizar uma compra em lojas físicas tornou-se um hábito do brasileiro, o estudo indica que o inverso também é verdade. Seis em cada dez (63%) consumidores virtuais afirmam ter o costume de visitar lojas físicas antes de realizar compras virtuais. O percentual sobe para 66% entre a parcela masculina

de entrevistados. As categorias de produtos que lideram entre os que têm como hábito buscar informações presencialmente nas lojas, mas realizam a compra virtualmente, são os eletrônicos (63%), eletrodomésticos (53%), calçados (37%) e peças do vestuário (30%).

Para a economista-chefe do SPC Brasil, esse hábito cria uma oportunidade para o varejo aumentar o fluxo de clientes, demonstrando e oferecendo novos produtos e vantagens aos consumidores. “A convergência do processo de compras entre lojas físicas e virtuais potencializam a geração de novos negócios para os varejistas. Mesmo quando uma compra é feita em um canal, o outro geralmente é consultado e possivelmente tem uma influência significativa na decisão de compra. Desta forma, mesmo que a compra não seja feita na primeira loja visitada, representa ainda assim uma oportunidade para o consumidor conhecer outros produtos e serviços disponíveis”, destaca a economista.

### **Vantagens das compras virtuais**

A compra virtual é uma realidade para um número cada vez maior de brasileiros. Quatro em cada dez (41%) consumidores entrevistados disseram que já realizam ao menos 30% de todas as suas compras mensais no comércio eletrônico. Um percentual menor, mas significativo de 10%, disse que entre 90% e 100% de suas compras são feitas virtualmente.

O estudo revela também, em detalhes, quais são as vantagens percebidas numa compra virtual e em que circunstâncias as lojas físicas ganham a preferência do consumidor. Quatro em cada dez (45%) consumidores virtuais preferem a modalidade online de compra contra 18% da preferência pelas lojas físicas. Preços mais em conta (85%), comodidade de comprar tudo com apenas alguns clicks (83%), maior variedade de produtos (76%), mais disponibilidade de informações (64%), agilidade no ato da compra (59%), facilidade para escolher os produtos (57%) e melhores formas de pagamento (56%) são citados pelos entrevistados como as principais vantagens das compras realizadas na internet.

Por outro lado, a ansiedade (67%) e a insegurança (61%) por não contarem com o produto em mãos de imediato, além da dificuldade para trocar o produto adquirido são as principais desvantagens da compra online. Para 76% dos entrevistados é

mais fácil fazer a devolução de um produto adquirido numa loja física do que numa loja virtual. Dentre os consumidores que preferem as lojas físicas em detrimento das virtuais, 36% justificam que as compras presenciais evitam decepções no futuro. Há também aqueles que apreciam sair da loja com a sacola em mãos (27%) e os que sentem prazer ao ter de sair de casa para escolher o produto (26%). “Os sites de comércio eletrônico demonstram grande competitividade nos aspectos práticos envolvidos numa compra, mas o contato sensorial com o produto ainda gera uma segurança maior para o consumidor no momento da compra”, afirma a economista.

## **Metodologia**

Realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal de educação financeira [‘Meu Bolso Feliz’](#), o estudo buscou compreender os padrões de comportamento nas compras online e as preferências dos consumidores virtuais tanto em lojas físicas quanto em sites. Foram ouvidos 678 consumidores acima de 18 anos e de todas as classes sociais nas 27 capitais. A margem de erro é de 3,7 pontos percentuais com margem de confiança de 95%.

Baixe a pesquisa na íntegra em <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

## **Informações à imprensa:**

Vinícius Bruno

(11) 3251-2035 | (11) 9-7142-0742 | (11) 9-4161-6181

[vinicius.bruno@spcbrasil.org.br](mailto:vinicius.bruno@spcbrasil.org.br)

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303

[renan.miret@inpresspni.com.br](mailto:renan.miret@inpresspni.com.br)