

Consumidores satisfeitos com a compra de produtos eróticos pela internet chega a 81%, aponta pesquisa

Valor médio gasto é de R\$ 249,00 e 52% dos consumidores virtuais compram em sites nacionais. Ainda assim, o segmento enfrenta rejeição de 15%

Uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) sobre o consumo virtual indica que os hábitos de compra do brasileiro já abrangem diversos segmentos, incluindo o mercado de produtos eróticos. No estudo, 6% dos consumidores virtuais entrevistados compraram pelo menos um produto desta categoria no ano passado e o valor médio gasto na compra foi de R\$ 249,00. O índice de satisfação com a compra desse segmento chega a 81%.

Outro dado importante observado é alto índice de rejeição à compra de produtos eróticos pela internet, quando comparado a outras categorias: cerca de 15% dos entrevistados jamais compraria produtos eróticos de forma virtual. A necessidade de ver o produto antes (25%), o medo de não conseguir trocar o item se necessário (14%), e o receio de não receber o produto (5%) são os principais motivos.

Apenas 5% dos entrevistados afirmaram terem tido problemas com a compra de produtos desse segmento pela internet.

Sites nacionais saem na frente

De acordo com a pesquisa do SPC Brasil, a maior parte das compras online do mercado erótico é feita em sites nacionais (52%), ainda que as compras virtuais em sites internacionais também tenham destaque (19%). Ainda aparecem no ranking os sites de compras coletivas (10%), sites de compra e venda entre os consumidores (7%), e o aplicativo de mensagens Whatsapp (2%).

A Abeme – Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico e Sensual registra um crescimento anual do setor de 8,5% ao ano e mostra que o Facebook é o meio online usado por 95% dos empresários do mercado erótico para atrair novos clientes com foco no crescimento do setor.

Os dados mostram que o mercado de produtos eróticos está cada vez mais abrangente nas plataformas online de venda, e que a internet pode ter um papel importante e decisivo na hora da compra.

Metodologia

Foram ouvidas 676 pessoas das 27 capitais brasileiras, com idade igual ou superior a 18 anos, de ambos os sexos, de todas as classes sociais e que já fizeram alguma compra virtual. A margem de erro é de 3,7 pontos percentuais e a confiança é de 95%.

Informações à imprensa

Renan Miret

(11) 3254 8810 | 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br