

## 89% dos internautas fizeram compras online no último ano, aponta estudo do SPC Brasil e CNDL

*43% dos consumidores online estão usando mais a internet para fazer compras do que há um ano; 87% ficaram satisfeitos com a última compra, mas 30% têm receio de não receber o produto*

Fazer compras pela internet já se tornou um hábito do internauta brasileiro, independentemente do gênero, idade ou classe social. É o que revela um estudo feito pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) nas 27 capitais do país. De acordo com esse levantamento, **89% dos internautas** realizaram ao menos uma compra online no último ano, percentual que se mantém elevado em todos os estratos sociais analisados, mas ganha destaque entre os homens (93%), pessoas de 35 a 49 anos (95%) e pertencem às classes A e B (99%). Apenas 4% das pessoas que têm acesso à internet admitiram nunca ter feito qualquer compra online.

Segundo a pesquisa, mesmo em um cenário de crise, a maior parte (43%) dos consumidores online (43%) aumentou a quantidade de produtos adquiridos pela internet na comparação com 2016. Para 38%, o volume se manteve estável, enquanto 18% diminuíram o número de compras feitas por esse meio.

A percepção de que os produtos vendidos pela internet são mais baratos do que nas lojas físicas é a vantagem que o internauta brasileiro mais identifica, razão mencionada por **58% desses consumidores**. Outros motivos também destacados são a comodidade por não ter de sair de casa (45%), o fato de poder fazer as compras no horário que quiser (31%) e a economia de tempo (29%). Há ainda 28% de entrevistados que citam a facilidade que a internet proporciona na comparação de preços.

O presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, analisa que a internet está moldando cada vez mais as relações de consumo entre clientes e lojistas, ao melhorar a experiência de compra dos consumidores e, também, ao potencializar transformações no modelo de negócio dos comerciantes. "A internet trouxe ao consumidor a liberdade de comprar quando e onde quiser. Se antes as pessoas

tinham de ir até as lojas e demais centros de consumo, agora são os varejistas quem precisam encontrar seus clientes, oferecendo plataformas amigáveis, ofertas convidativas e informações relevantes para reter por mais tempo a atenção de potenciais compradores”, explica o presidente.

Mas nem tudo é vantagem nas compras feitas pela internet. **Quase a metade (49%) dos consumidores sondados** enxerga o pagamento de frete como o lado mais negativo das compras online. Há também quem sinta falta de experimentar o produto (42%), não poder levá-lo para casa imediatamente após a compra (42%) ou então nem poder tocar ou sentir o cheiro daquilo que se está comprando (39%). A insegurança de que o produto de fato será entregue é preocupação de **30% dos internautas**.

### **65% usam cartão de crédito para fazer compras na internet; gasto médio é de R\$ 292**

A facilidade e a comodidade proporcionada pela compra online também podem estimular as compras impulsivas. De acordo com a pesquisa, **46% dos compradores** admitiram não ter planejado a sua última compra pela internet, seja porque se sentiram atraídos por promoções e funcionalidades do produto (38%) ou porque estavam movidos por aspectos emocionais naquele momento (10%), como ansiedade, baixa autoestima e necessidade de agradar a si próprio. Há, ainda, 5% de entrevistados que compraram online por não terem encontrado o produto nas lojas físicas.

Em média, o internauta brasileiro gastou **R\$ 292 na sua última compra online**, sendo que os homens (R\$ 343) gastaram mais do que as mulheres (R\$ 243). Levando em consideração os últimos 90 dias anteriores a pesquisa, os consumidores realizaram três compras pela internet, em média. E na hora de pagar, o parcelamento no cartão de crédito foi o meio mais utilizado: instrumento ao qual **65% dos compradores recorreram**. A média de prestações é de cinco parcelas.

Outros meios de pagamentos utilizados com frequência foram o boleto bancário (53%) e a parcela única em cartão (45%). Ferramentas como PayPal, Moip e Pag Seguro foram usados por 31% da amostra e somente 9% fizeram compras por

meio de vale-presentes. Para Marcela Kawauti, economista-chefe do SPC Brasil, o boleto bancário tem destaque importante entre os meios de pagamento preferidos pelo internauta. “Grande parte dos sites oferecem descontos no pagamento com boleto bancário. Além disso, ele pode ser uma boa alternativa para quem possui um limite pequeno para as compras com o cartão de crédito e não quer se comprometer com dívidas mais à frente”, explica a economista. A pesquisa mostra que entre quem pagou à vista, 44% relataram ter conseguido algum desconto.

### **Vestuário, ingressos, livros e celulares lideram ranking; um quarto teve problemas com as compras**

O ranking dos produtos mais adquiridos pela internet no Brasil comprova a diversidade de segmentos dos e-commerce no país. Considerando os últimos três meses, os itens mais comprados foram peças de **vestuário, calçados e acessórios (35%), ingressos para shows, teatro, cinema e eventos esportivos (27%)**, livros - sejam eles físicos ou digitais (27%)-, celulares (24%), produtos eletrônicos (24%), artigos para casa (24%), remédios ou produtos para saúde (22%) e cosméticos e perfumes (21%). A maior parte das compras é feita por meio de computadores ou notebooks (67%), mas 21% já utilizam os smartphones para comprar online.

Os sites das grandes redes varejistas figuram como o principal local de compra na internet (81%), seguidos dos classificados de compra e venda (42%), dos sites especializados em roupas, sapatos e acessórios (30%) e dos sites de ofertas e desconto (28%). Os sites internacionais são preferência de 28% dos compradores online.

De forma geral, **87% internautas ficaram satisfeitos** com a sua última aquisição na internet, contra apenas 4% de pessoas que ficaram insatisfeitas ou arrependidas com a experiência. Ainda assim, o estudo aponta que nem sempre o processo de compra transcorre de forma tranquila. Quase **um quarto (26%) dos compradores online** disse ter enfrentado algum problema ao realizar uma compra pela internet nos últimos 12 meses, sendo que os contratemplos mais comuns foram a entrega fora do prazo (11%), não receber o produto (6%) e

receber algo diferente do que havia comprado (6%). Há, ainda, 4% de pessoas que receberam o produto danificado.

Entre os que tiveram problemas, **37% não conseguiram ter o problema resolvido** e arcaram sozinhos com o prejuízo. Outros 60% garantiram ter conseguido solucionar o problema, geralmente com a devolução do dinheiro investido (26%) ou com a troca do produto (11%).

### **97% tomam cuidado para fazer compras online; nota para segurança é 7,9**

Além dos problemas no processo de entrega dos produtos. Outro problema que aflige os internautas é a questão da segurança. Nesse caso, os consumidores online dão **nota 7,9** para o grau de segurança nas compras. Embora a nota seja elevada, **apenas 20% dos entrevistados** garantem sentir-se totalmente seguros para fazer compras na internet. “É preciso tomar cuidado com criminosos que enganam usuários com sites falsos e anúncios maliciosos que roubam dados sigilosos dos consumidores sem que eles saibam. O mercado de e-commerce já amadureceu o suficiente no Brasil para oferecer compras seguras, desde que o consumidor aja de maneira consciente. Em geral ofertas muito generosas devem ser encaradas com extremo cuidado, pois podem ser sinal de fraude”, alerta o educador financeiro do portal [‘Meu Bolso Feliz’](#), José Vignoli.

Os especialistas do SPC Brasil também alertam que os empresários varejistas que atuam na internet devem encarar o investimento em segurança digital como um dos pilares de seu negócio, seja qual for o tamanho ou ramo de atuação, a fim de garantir a integridade de seus sistemas e dos dados pessoais e bancários de seus clientes. Nesse sentido, a pesquisa demonstra que o internauta brasileiro está consciente quanto as medidas de precauções: **97% dos compradores** tomam algum tipo de cuidado, como sempre comprar em sites conhecidos ou indicados (60%), imprimir ou arquivar todos os passos de compra, inclusive e-mails de informação (40%) e evitar cadastrar dados do cartão de crédito para compras futuras (37%).

A pesquisa também procurou descobrir quais são os produtos que os entrevistados jamais comprariam pela internet. A contratação de seguros (27%),

joias (27%), bebidas (16%), remédios ou produtos para a saúde (16%) e produtos eróticos (15%) são as categorias de produtos que mais afastam os consumidores nas compras pela internet. O medo de ser vítima de fraudes (39%), como adulterações e falsificações são os motivos mais mencionados entre os que rejeitam esses tipos de produtos. Há ainda pessoas que preferem ver ou sentir o produto antes de adquiri-lo (34%) e o receio de que o produto enviado seja diferente do que foi apresentado na propaganda (33%).

“Adaptar-se rapidamente as demandas crescentes dos consumidores é o grande desafio para os varejistas que atuam no e-commerce. O consumidor online está em busca de experiências de compra que combinam praticidade, percepção de valor e satisfação com cada produto. O cenário atual sugere que é fundamental ampliar e inovar nas estratégias comerciais, incorporando a internet aos canais de atendimento, venda e pós-venda. As empresas, portanto, precisarão demarcar seu espaço no universo online a fim de não perderem relevância e competitividade. Quem dita boa parte das regras nesse negócio são os clientes. Eles vão às compras no momento que julgam ser mais adequado e sempre estão em busca de preços competitivos, sem abrir mão da qualidade do produto”, afirma o presidente Roque Pellizzaro Junior.

### **Metodologia**

A pesquisa ouviu 673 internautas nas 27 capitais. A margem de erro é de 3,4 pontos a uma margem de confiança de 95%.

Baixe a íntegra da pesquisa em <http://meubolsofeliz.com.br/>

Faça o teste e descubra se você é um bom comprador online em <http://meubolsofeliz.com.br/teste/voce-e-um-bom-comprador-virtual/>

### **Informações à Imprensa**

Vinicius Bruno  
(11) 3251 2035 | 9 7142 0742

Renan Miret  
(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355  
[renan.miret@inpresspni.com.br](mailto:renan.miret@inpresspni.com.br)

Cinara Lopes  
(61) 3213 2006 | (61) 9 8154 9557  
[cinara.lopes@inpresspni.com.br](mailto:cinara.lopes@inpresspni.com.br)