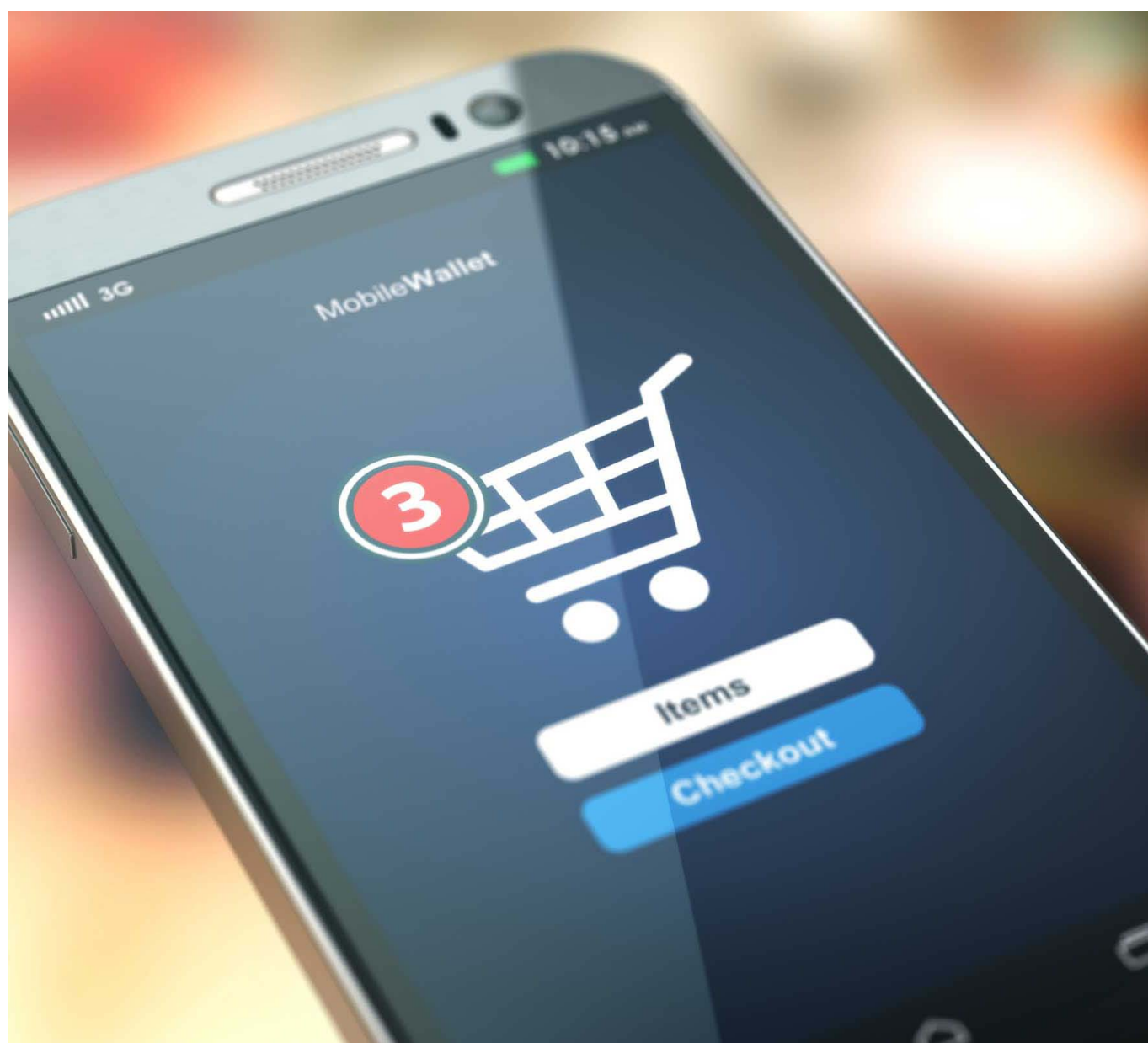
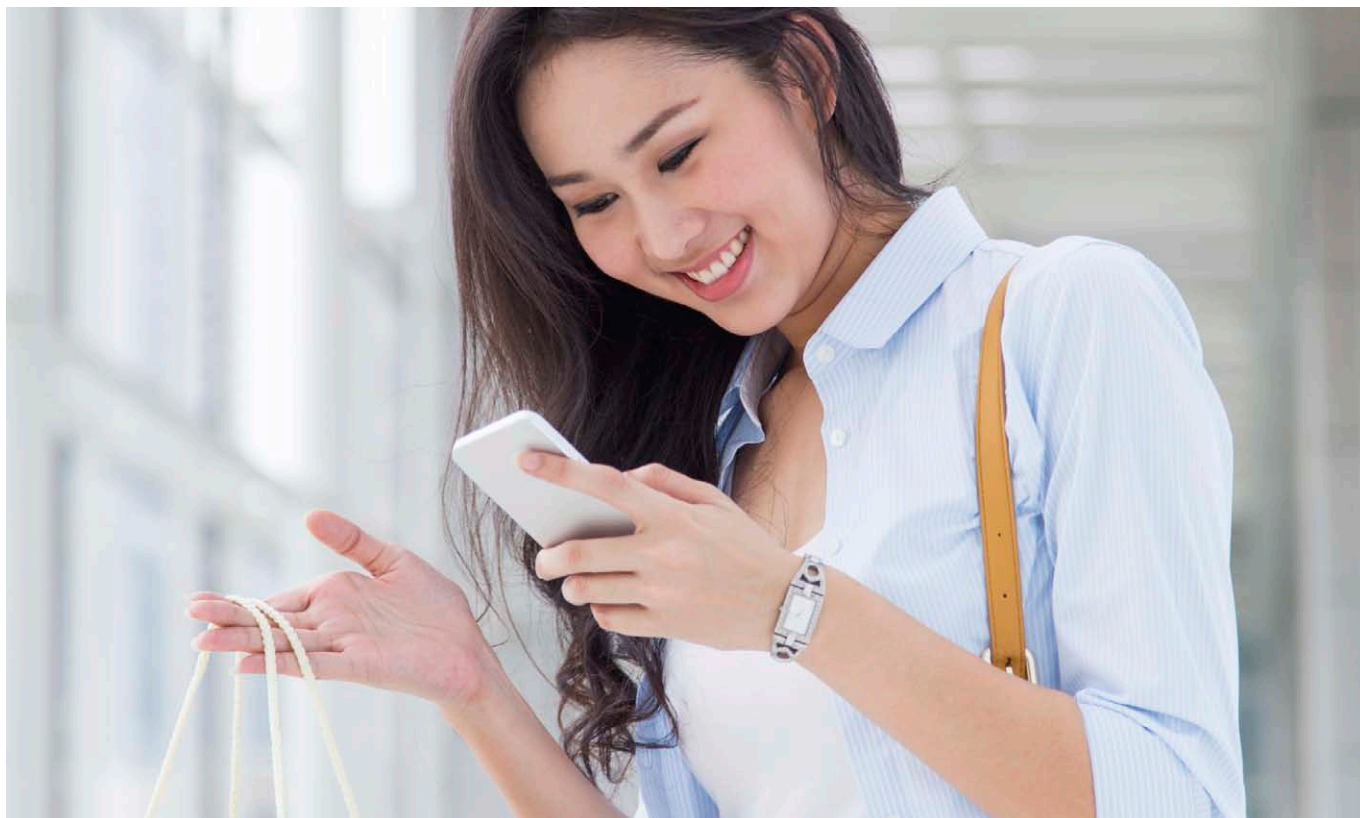


CONSUMO POR MEIO DE APLICATIVOS

JULHO 2017



59% DOS INTERNAUTAS JÁ FIZERAM AO MENOS UMA COMPRA POR MEIO DE APLICATIVOS. 59% JÁ COMPRARAM PELO WHATSAPP



Em 2016, no Brasil, uma em cada cinco compras virtuais foi realizada por meio de smartphones ou tablets¹. O dado não deixa dúvidas quanto ao futuro do e-commerce, que passará cada vez mais pelos aplicativos em dispositivos móveis – utilizados não apenas para comunicar-se, mas também para adquirir produtos e serviços, pesquisar e comparar preços, encontrar maior variedade de itens, dialogar com fabricantes e marcas, expressar e compartilhar opiniões, dentre outras possibilidades.

Muitas vezes, a dinâmica do consumo é estabelecida pelos próprios usuários, que se apropriam da tecnologia e reinventam seu uso continuamente. Nesse sentido, é emblemático o caso do WhatsApp, um dos aplicativos mais populares no mundo e que, segundo dados da própria empresa, já ultrapassou a marca de um 1,2

bilhão de usuários mensalmente ativos – 120 milhões deles somente no Brasil. Concebido, inicialmente, para troca de mensagens, o app vem se tornando também uma ferramenta e, ao mesmo tempo, uma plataforma para negócios – desde encomendar pizzas ou comprar roupas e acessórios até a negociação com corretores de imóveis na busca por um apartamento.

A pesquisa “**Consumo por meio de Aplicativos**”, conduzida pelo SPC Brasil e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), revela que **mais da metade dos consumidores brasileiros com acesso à internet já utilizou alguma dessas ferramentas para comprar algo, sendo que muitos fazem isso cotidianamente**. O estudo mostra ainda quais são os itens mais adquiridos, além de estabelecer os principais motivadores dessas compras.

¹ Webshoppers Nº 35

CONSUMO EM APPS DIVERSOS



FACILIDADE DE ACESSO, PRATICIDADE E MELHORES PREÇOS JUSTIFICAM PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES

Assistir a filmes e séries de TV, ter acesso a milhares de músicas no smartphone sem precisar baixar nenhum arquivo, pedir um táxi ou desfazer-se de um computador usado para ajudar na compra de um mais moderno. Hoje, pode-se comprar ou vender praticamente qualquer produto ou serviço na internet a partir de um dispositivo móvel.

A pesquisa indica que 59,2% dos consumidores brasileiros com acesso à internet já fizeram ao menos uma aquisição em aplicativos, sendo que 27,0% compraram **várias vezes**. Por outro lado, 40,8% **ainda não adquiriram nada por meio de aplicativos** (aumentando para 60,0% entre os mais velhos), sugerindo que este canal ainda tem muito espaço para evoluir.

Ao justificarem as compras feitas com ajuda de aplicativos, 35,3% mencionam a **facilidade de acesso**

(aumentando para 41,9% entre os homens e 48,6% na Classe A/B), enquanto 27,5% julgam ser **mais prático** e 13,6% argumentam que deste modo **encontram os melhores preços e ofertas do mercado** (aumentando para 18,3% entre as mulheres).

Os **apps mais utilizados** são aqueles relacionados à **compra e venda de produtos usados** – como, por exemplo: **Mercado Livre, Enjoei, OLX, etc.** (46,5%, aumentando para 52,6% entre os homens), seguidos dos **serviços de motorista particular** – como: **taxi, Uber, Cabify, etc.** (44,6%, aumentando para 51,9% entre as mulheres e 53,3% na Classe A/B), **lojas varejistas nacionais - Casas Bahia, Magazine Luiza, Ponto Frio, etc.** (42,4%), **ofertas e descontos - Peixe Urbano, Groupon etc.** (31,3%), **serviços de Streaming, como Netflix, Spotify etc.** (30,6%, aumentando para 42,6% entre os mais jovens) e **compras de comidas por delivery** (29,6%).

O estudo também comprova o contexto de uso generalizado dos aplicativos, indo muito além do consumo: 93,6% da amostra garantem **utilizar apps para outras finalidades**, sendo que as mais mencionadas são **operações e consultas bancárias** (67,7%, aumentando para 77,2% na Classe A/B), **geolocalização/GPS – Waze, google maps etc.** (67,5%, aumentando para 79,2% na Classe A/B), **comparar preços** (49,1%) e **organizar as finanças** (19,7%).

O mobile já é visto como tendência irreversível no consumo. Vale lembrar que até alguns anos atrás o

lojista ficava sempre atento à concorrência, observando preços, novidades e estratégias de venda, mas hoje essa relação ganhou um novo componente. O cliente também está de olho nos lojistas, sempre à procura do melhor preço e da oportunidade mais vantajosa, pois basta um smartphone conectado à internet para pesquisar e comprar. É preciso, portanto, desenvolver experiências que cativem os consumidores e facilitem o engajamento, pensando ainda no uso das redes sociais. Tudo mostra que a consolidação dos dispositivos móveis serão o caminho a seguir no comércio eletrônico, nos próximos anos.

COMPRAS PELO WHATSAPP



78% CONSIDERAM IMPORTANTE DISPONIBILIZAR O WHATSAPP COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO COM A LOJA/VENDEDOR

A essência do WhatsApp é facilitar a comunicação entre as pessoas e o compartilhamento de informações nos mais diversos contextos pessoais, que acabou por se estender aos profissionais. Assim, é natural, portanto, que varejistas e prestadores de serviços tenham

percebido o potencial da ferramenta para abordar e ser abordado por clientes, sanar dúvidas, divulgar novidades, gerar interesse e, conseqüentemente, concretizar mais vendas.



39%
**DOS INTERNAUTAS JÁ
UTILIZARAM O WHATSAPP
PARA COMUNICAR-SE COM
A LOJA/VENDEDOR NUM
PROCESSO DE COMPRA**

Deste modo, a pesquisa revela que 39,0% dos internautas **já utilizaram o WhatsApp para comunicar-se com a loja/vendedor num processo de compra**, sendo que 14,5% admitem fazer isso **raramente**. Por outro lado, 61,0% garante que **nunca o fizeram**.

Praticamente seis em cada dez consumidores com acesso à internet já **realizaram ao menos uma compra pelo WhatsApp** (58,7%), sendo que as principais **motivações** são o fato de **sentir-se mais seguro ao entrar em contato com o vendedor/loja** (15,0%), a comodidade de **poder comprar sem sair de casa** (14,6%) e **poder receber imagens e até vídeos dos produtos/serviços** (14,2%).



**REALIZAÇÃO DE ALGUM TIPO DE COMPRA POR MEIO
DO WHATSAPP****

SIM (TOTAL)	59%
Sim, porque sinto mais segurança ao ter contato com o vendedor/loja	15%
Sim, porque posso comprar sem sair de casa	15%
Sim, porque posso receber imagens e até vídeos dos produtos/serviços	14%
Sim, porque as informações ficam armazenadas, fica mais fácil de acessá-las depois	14%
Sim, porque é mais fácil e rápido do que pessoalmente ou pelo telefone	10%
Sim, porque sempre recebo ofertas de produtos e serviços espontaneamente, e acabo não resistindo	8%
Sim, Outros	1%
NÃO, NUNCA FIZ	61%

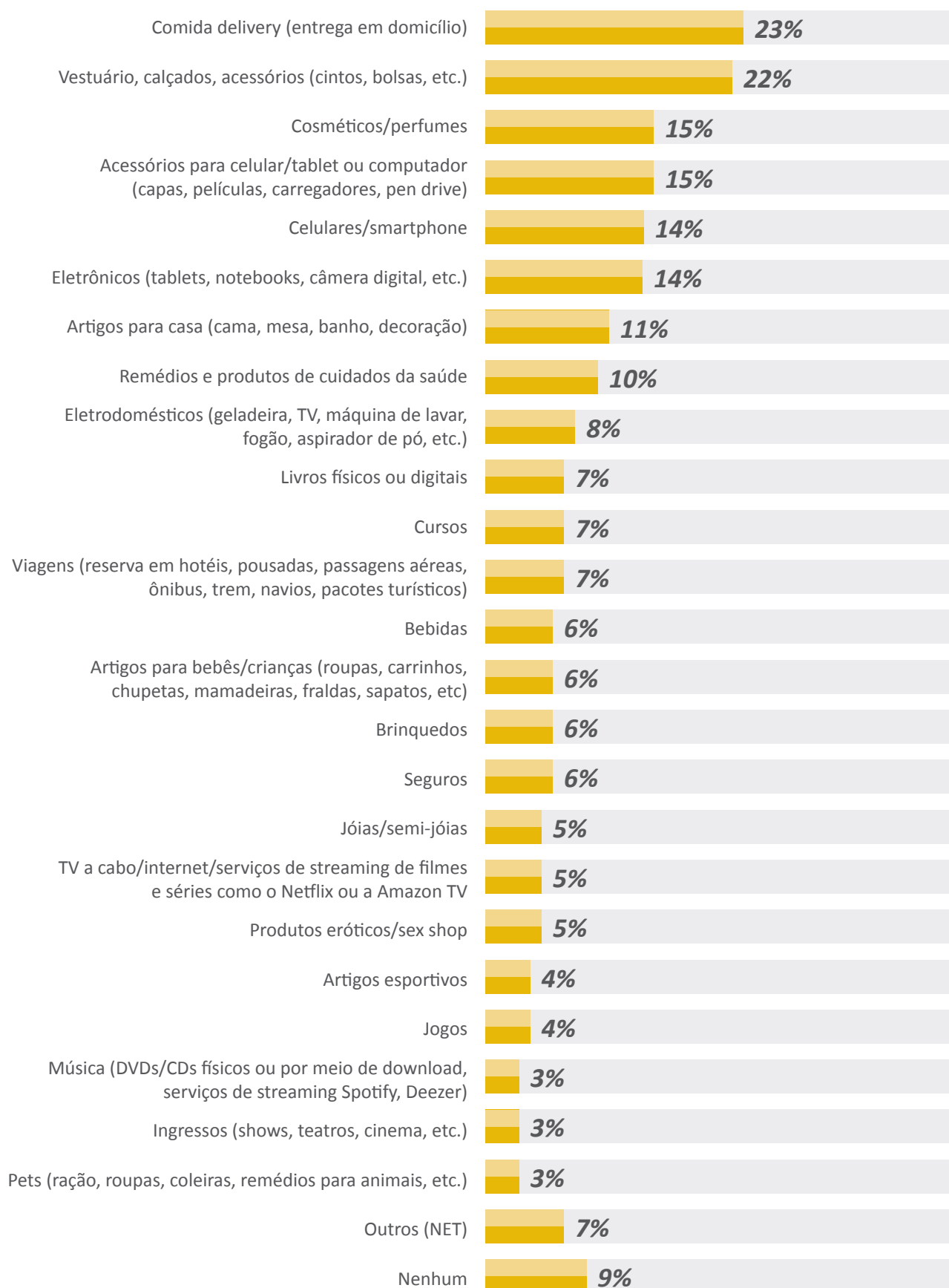
* Aplicada somente para quem já utilizou o WhatsApp no processo de compras

** Ainda que não tenha realizado o pagamento e todos os contatos com o vendedor ou loja pelo aplicativo

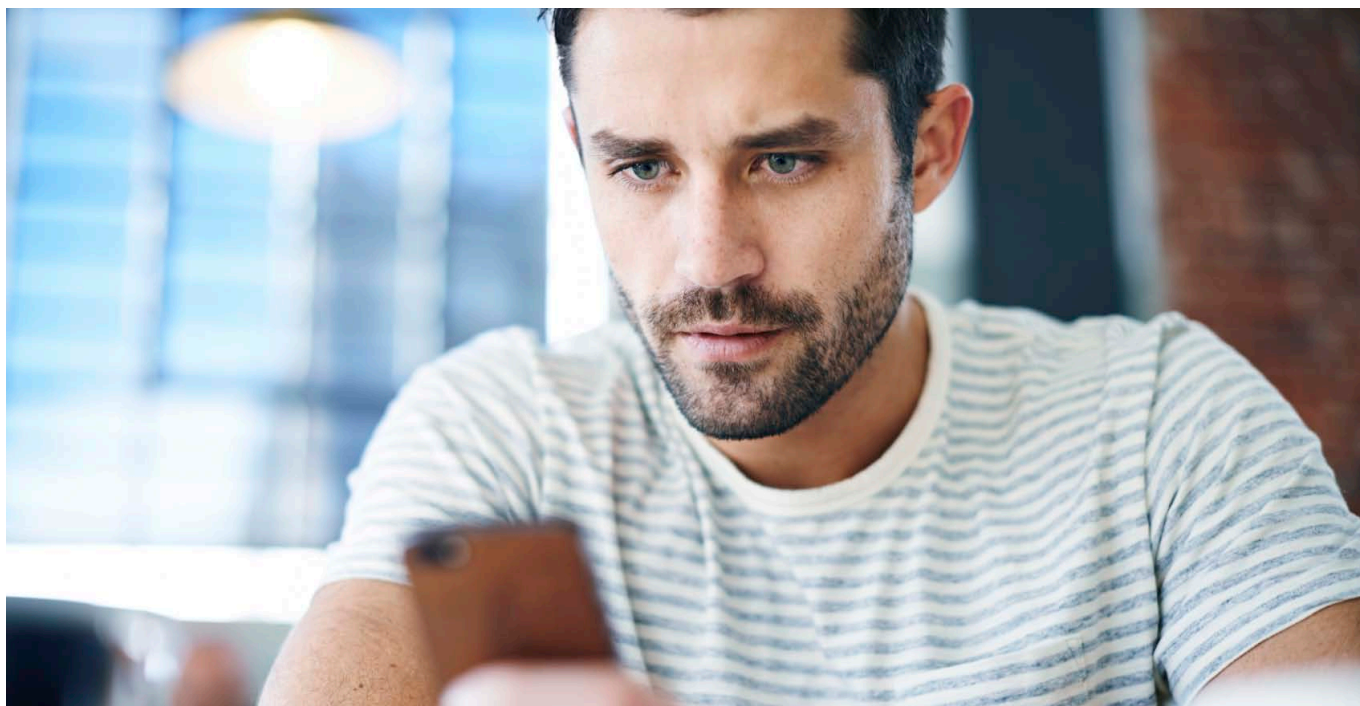
Os principais **produtos** comprados com auxílio do WhatsApp são **comida delivery** (23,2%), **vestuário, calçados e acessórios** (22,0%, aumentando para 32,5%

entre as mulheres), **cosméticos e perfumes** (15,5%) e **acessórios para celular/tablet/computador** (15,2%, aumentando para 21,8% entre os homens).

PRODUTOS/SERVIÇOS COMPRADOS COM AUXÍLIO DO WHATSAPP



* Somente para quem já utilizou o WhatsApp no processo de compras



Pouco mais da metade dos consumidores que entraram em contato com a loja/vendedor por meio do WhatsApp **obteve retorno em todas as ocasiões** (52,2%, aumentando para 68,6% na Classe A/B), mas 34,0% disseram que **já ficaram sem resposta, embora tenha sido algo raro**. Além desses, 13,8% garantem que **várias vezes entraram em contato com a loja/vendedor e ninguém retornou**.

Tendo em vista a **relevância de disponibilizar o WhatsApp como meio de comunicação no processo de compra**, a pesquisa indica que 78,0% dos entrevistados consideram **importante** e apenas 15,3% pensam não ter **importância**. Isto pode ser confirmado quando se percebe que quatro em cada dez consumidores já enxergam o aplicativo como o **meio preferido para comunicar-se com a loja/vendedor** (44,8%) – sobretudo na faixa etária de 35 a 49 anos (58,2%). Ao mesmo tempo, 26,3% são **indiferentes** a qualquer tipo de canal desde que seja atendido, ao passo em que 14,5% preferem o **telefone**.

Finalmente, considerando apenas os que ainda não se valeram do WhatsApp para compras, 40,0% **nunca viram nenhum vendedor/loja oferecer esse canal de comunicação**, ao passo em que 32,4% **sempre conseguiram resolver o que precisavam no site ou aplicativo da empresa** e 18,3% **preferem tratar os**

assuntos pessoalmente (aumentando para 29,5% entre os mais velhos). A esse respeito, é necessário admitir que a emergência do WhatsApp como meio de estreitar o relacionamento entre vendedores e compradores é um fenômeno recente, e muitos lojistas ainda estão procurando a melhor forma de incorporar a ferramenta à rotina da empresa.

A lógica básica das relações de consumo não mudou, embora a tecnologia exija capacidade de adaptação. Ninguém gosta de ser mal atendido, ficar sem resposta ou ter dúvidas e não ter a quem perguntar quando está em busca de um produto ou serviço. Nesse sentido, o WhatsApp é um canal de comunicação bastante efetivo e de implementação rápida. Portanto, dependendo do segmento de atuação, ignorar as pessoas que desejam comunicar-se por essa ferramenta é perder a oportunidade de fidelizar clientes, vender mais ou aprimorar o processo de pós-venda, por exemplo.

Porém, nem sempre é fácil lidar com o volume de contatos gerados pelo WhatsApp. O lojista ou vendedor precisa preparar-se para prestar o serviço adequadamente, por meio de treinamento e acompanhamento constante. Do contrário, terá de lidar com clientes insatisfeitos e comentários negativos sobre a empresa, o que pode ser desastroso para qualquer negócio.

CONCLUSÕES



COMPRAS POR APLICATIVOS DIVERSOS





- » 59,2% dos consumidores brasileiros com acesso à internet já fizeram ao menos uma aquisição em aplicativos, sendo que 27,0% compraram várias vezes.
- » Ao justificarem as compras feitas com ajuda de aplicativos, 35,3% mencionam a facilidade de acesso, enquanto 27,5% julgam ser mais prático e 13,6% argumentam que deste modo encontram os melhores preços e ofertas do mercado.
- » Os apps mais utilizados são aqueles relacionados à compra e venda de produtos usados (46,5%), seguidos dos serviços de motorista particular (44,6%), lojas varejistas nacionais (42,4%), ofertas e descontos (31,3%) e serviços de Streaming (30,6%).
- » 93,6% garantem utilizar apps para outras finalidades, sendo que as mais mencionadas são operações e consultas bancárias (67,7%), geolocalização (67,5%), comparar preços (49,1%) e organizar as finanças (19,7%).

COMPRAS POR WHATSAPP



- » 39,0% dos internautas já utilizaram o WhatsApp para comunicar-se com a loja/vendedor num processo de compra. 14,5% admitem fazer isso raramente, enquanto 61,0% garante que nunca o fizeram.
- » 58,7% já realizaram ao menos uma compra pelo WhatsApp, sendo que as principais justificativas são o fato de sentir-se mais seguro ao entrar em contato com o vendedor/loja (15,0%), a comodidade de poder comprar sem sair de casa (14,6%) e poder receber imagens e até vídeos dos produtos/serviços (14,2%).
- » Os principais produtos comprados com auxílio do WhatsApp são comida delivery (23,2%), vestuário, calçados e acessórios (22,0%), cosméticos e perfumes (15,5%) e acessórios para celular/tablet/computador (15,2%).
- » 52,2% dos consumidores que entraram em contato com a loja/vendedor obtiveram retorno em todas as ocasiões. 78,0% dos entrevistados consideram importante que as empresas disponibilizem esta ferramenta para comunicação com os clientes.
- » Considerando apenas os que ainda não se valeram do WhatsApp para compras, 40,0% nunca viram nenhum vendedor/loja oferecer esse canal de comunicação; 32,4% sempre conseguiram resolver o que eu precisava no site ou aplicativo da empresa e 18,3% preferem tratar desses assuntos pessoalmente.

METODOLOGIA

PÚBLICO-ALVO	MÉTODO DE COLETA	TAMANHO AMOSTRAL DA PESQUISA	DATA DE COLETA DOS DADOS
 <p>Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que fizeram compra pela internet no último ano.</p>	 <p>Pesquisa realizada via internet e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.</p>	 <p>673 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas que compraram pela internet nos últimos 12 meses. Em seguida, continuaram a responder o questionário 611 casos, que fizeram alguma compra ao longo deste período. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,4 p.p e 4,0 p.p para um intervalo de confiança a 95%.</p>	 <p>18 a 27 abril de 2017.</p>



