

# CONSUMO POR MEIO DE APLICATIVOS



Julho 2017



# OBJETIVOS DO ESTUDO



- Investigar o perfil e hábitos de compra on line por aplicativos
- Aspectos específicos das **compras pelo whatsapp**: produtos mais comprados, escolha dos sites, motivadores de compra, vantagens e desvantagens.



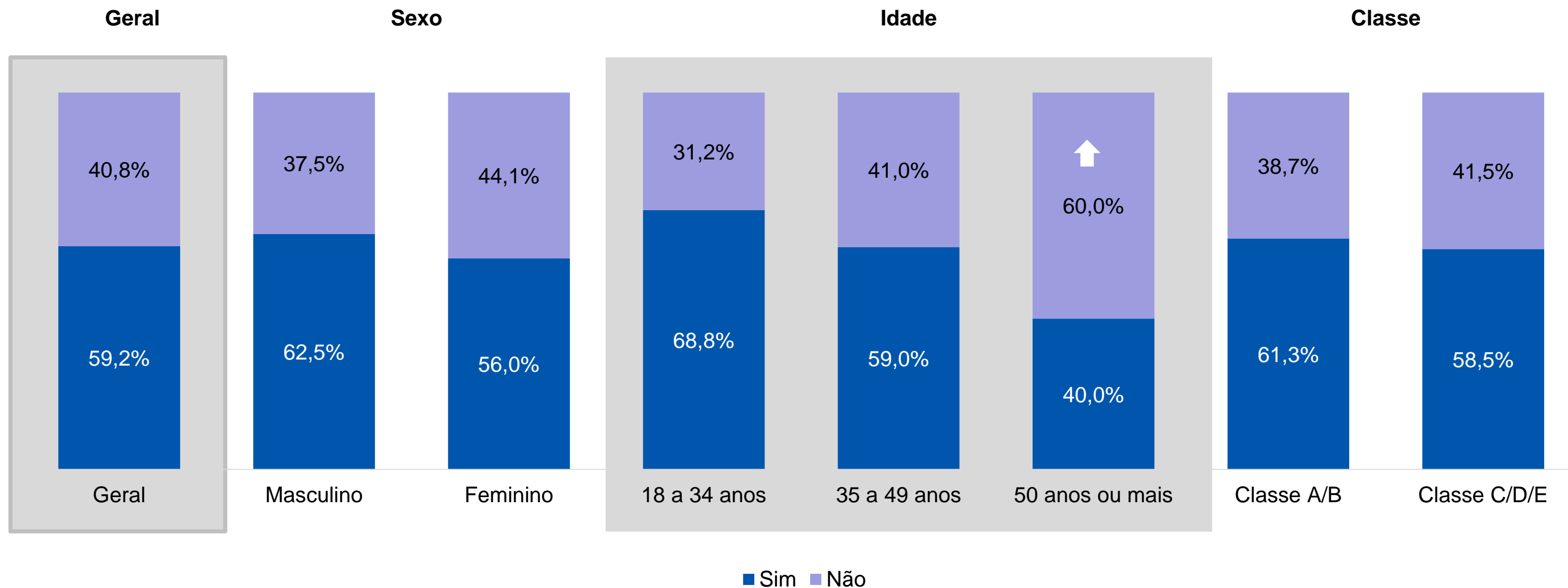
**Compras por  
aplicativo**

# COMPRAS POR APLICATIVOS



- 27% compram rotineiramente produtos/serviços por aplicativos no celular ou tablet. 32%, por sua vez, compram apenas de vez em quando. O principal motivo para comprar dessa forma é a facilidade no acesso (35%).
- Os aplicativos mais usados são os de compra e venda de produtos usados (46%) e os serviços de motorista particular (45%). 94% também usam aplicativos com outras finalidades, especialmente operações bancárias (68%) e geolocalização (68%).

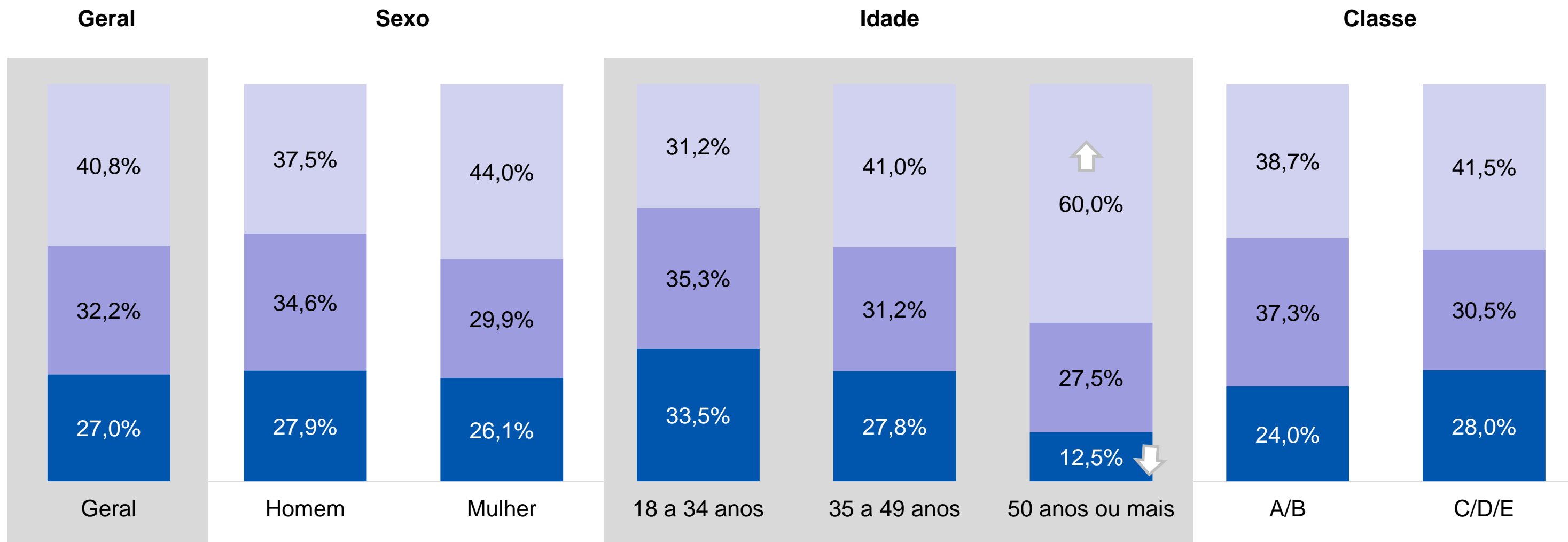
# JÁ COMPROU EM APLICATIVOS: 59% já compraram algum produto por meio de aplicativos



Grupo	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
611	287	324	297	211	103	276	335

# COMPRA DE PRODUTOS/SERVIÇOS POR MEIO DE

**APLICATIVOS DO CELULAR OU TABLET: 41% nunca compraram por meio de aplicativos do celular/tablet, principalmente a faixa etária de 50 anos ou mais. 32% já compraram algumas vezes e 27% já compraram várias vezes.**



■ Sim, já comprei várias vezes   ■ Sim, já comprei algumas vezes   ■ Não, nunca

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
611	287	324	297	211	103	276	335

**PORQUE COMPRA POR MEIO DE APLICATIVOS: 35% compram por meio de aplicativo pela facilidade de acesso, principalmente os homens e as classes A/B. Outros 28% compram por esse meio por ser mais prático e 14% por encontrar os melhores preços e ofertas.**



\* Aplicada somente para quem já comprou por meio de aplicativo

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Pela facilidade de acesso (posso acessar o celular de qualquer lugar)	35,3%	41,9% ↑	28,0%	36,0%	36,5%	30,4%	48,6% ↑	30,6%
É mais prático	27,5%	26,8%	28,2%	29,8%	24,2%	26,7%	23,4%	28,9%
Por encontrar os melhores preços e ofertas do mercado	13,6%	9,3%	18,3% ↑	11,5%	14,0%	20,2%	9,6%	15,0%
É mais rápido	12,5%	11,4%	13,8%	13,0%	12,3%	11,4%	12,0%	12,7%
Pela facilidade em organizar as compras segundo meus interesses/gostos	3,2%	2,9%	3,6%	3,4%	3,4%	2,1%	1,8%	3,7%
É mais divertido	3,0%	3,1%	2,8%	1,0%	5,9%	3,4%	1,2%	3,6%
Por disponibilizar um maior acervo de produtos/serviços	1,8%	0,6%	3,2%	3,2%	0,4%	0,0%	1,6%	1,9%
Não tenho acesso a computador/notebook / tablet, somente a celular	0,3%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Outros	2,8%	3,5%	2,1%	1,7%	3,4%	5,8%	1,7%	3,2%

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
387	188	199	211	128	48	179	208

# APLICATIVOS MAIS UTILIZADOS NA COMPRA DE PRODUTOS

**E SERVIÇOS: 46% utilizam aplicativos relacionados a compras e vendas de produtos usados, sobretudo os homens. Outros 45% utilizam aplicativos de serviço de motorista particular, com destaque para as mulheres e as classes A/B e 42% lojas de varejistas nacionais.**



\* Somente para quem já comprou por meio de aplicativo

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Compras e vendas de produtos usados (Mercado Livre, Enjoei, OLX, etc.)	46,5%	52,6% ↑	39,7%	46,1%	50,7%	38,1%	45,8%	46,7%
Serviços de motorista particular (taxi, Uber, Cabify, etc)	44,6%	38,0%	51,9% ↑	50,6%	35,6%	43,4%	53,3% ↑	41,5%
Lojas varejistas nacionais (Casas Bahia, Magazine Luiza, Ponto Frio, etc.)	42,4%	38,1%	47,1%	39,7%	47,9%	39,4%	42,8%	42,2%
De ofertas e descontos (Peixe Urbano, Groupon, etc.)	31,3%	31,1%	31,5%	36,0%	28,6%	20,5%	38,4%	28,7%
Serviços de Streaming (netflix, spotify)	30,6%	28,9%	32,4%	42,6% ↑	20,5%	10,6%	32,5%	29,9%
Lojas varejistas internacionais (Amazon, Ebay, Aliexpress, etc.)	29,8%	27,8%	32,0%	33,8%	26,1%	24,3%	36,2%	27,5%
Compras de comidas delivery (Ifood, Hellofood, PedidosJá, etc.)	29,6%	27,5%	31,9%	38,4%	15,4%	30,1%	35,1%	27,7%

**CONTINUA...**

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
387	188	199	211	128	48	179	208



# APLICATIVOS MAIS UTILIZADOS NA COMPRA DE PRODUTOS E SERVIÇOS (CONTINUAÇÃO)



\* Somente para quem já comprou por meio de aplicativo

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Especializado em moda/vestuário (Dafiti, C&A, Renner, Amaro etc)	18,9%	15,0%	23,1%	18,4%	17,4%	23,8%	24,8%	16,7%
Especializado em artigos esportivos (Kanui, Netshoes, etc.)	14,4%	17,2%	11,2%	14,1%	15,1%	13,6%	20,8% ↑	12,1%
Produtos de beleza, cosméticos, perfumes	12,0%	3,5%	21,3% ↑	9,6%	14,9%	14,0%	10,2%	12,6%
Especializado em viagens/turismo (Foursquare, Kayak, Trip Advisor, Airbnb, etc.)	8,8%	8,7%	8,9%	9,9%	7,9%	7,2%	13,1%	7,3%
Especializado em eletrônicos/informática (Geek, Kabum, etc.)	6,5%	8,2%	4,7%	8,0%	5,1%	4,5%	7,2%	6,3%
Outros	1,8%	1,2%	2,4%	2,9%	0,3%	1,2%	1,2%	2,0%

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
387	188	199	211	128	48	179	208

# UTILIZAÇÃO DE APLICATIVOS PARA OUTRAS TAREFAS:

**94% utilizam aplicativos com outras finalidades, além de compras, especialmente as classes A/B. As tarefas mais comuns são as operações bancárias (68%) e a geolocalização (67%), ambas mais recorrentes nas classes A/B. Destaca-se também o uso para comparação de preços.**



\* Aplicada somente para quem já comprou por meio de aplicativo

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Sim (Total)</b>	<b>93,6%</b>	<b>93,6%</b>	<b>93,6%</b>	<b>92,4%</b>	<b>92,5%</b>	<b>100,0%</b>	<b>97,9% ↑</b>	<b>92,1%</b>
<i>Sim, fazer operações e consultas bancárias</i>	67,7%	72,7%	62,1%	66,2%	66,6%	75,1%	77,2% ↑	64,3%
<i>Sim, geolocalização (waze, google maps etc)</i>	67,5%	72,7%	61,8%	69,4%	68,2%	59,4%	79,2% ↑	63,4%
<i>Sim, fazer comparação de preços</i>	49,1%	51,4%	46,5%	46,3%	47,9%	61,4%	56,8%	46,3%
<i>Sim, organizar as finanças</i>	19,7%	15,4%	24,3%	23,7%	15,1%	15,4%	17,1%	20,6%
<i>Sim, organizar as listas de compras</i>	15,5%	9,6%	22,1% ↑	17,3%	16,2%	7,6%	11,9%	16,8%
<i>Sim, outros</i>	4,2%	2,9%	5,6%	3,7%	5,0%	3,8%	3,5%	4,4%
<b>Não</b>	<b>6,4%</b>	<b>6,4%</b>	<b>6,4%</b>	<b>7,6%</b>	<b>7,5%</b>	<b>0,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>7,9% ↑</b>

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
387	188	199	211	128	48	179	208



**Compras  
pelo  
WhatsApp**

# COMPRAS PELO WHATSAPP



- 39% dos internautas já utilizaram o WhatsApp para se comunicar com a loja ou vendedor no processo de compras. Entre os 61% que nunca utilizaram o WhatsApp, o principal motivo é a falta de oferta deste canal de comunicação por parte das lojas/vendedores (40%) e conseguir resolver o que precisava no site ou aplicativo da empresa (32%);
- 52% dos que usam WhatsApp foram respondidos todas as vezes que entraram em contato com uma loja/vendedor pelo aplicativo;
- 59% já realizaram algum tipo de compra pelo aplicativo. Os produtos mais comprados por meio do aplicativo são: comida delivery (23%), vestuários, calçados e acessórios (22%) e cosméticos e perfumes (15%).
- 42% dos que usam WhatsApp consideram muito importante a disponibilização do aplicativo como meio de comunicação no processo de compra. O aplicativo é o canal de comunicação com o vendedor favorito para 45% dos consumidores.

# UTILIZAÇÃO DO WHATSAPP PARA SE COMUNICAR COM A LOJA/VENDEDOR NO PROCESSO DE COMPRAS\*: 39% dos

**internautas já utilizaram o WhatsApp para se comunicar com a loja/vendedores. Entretanto, 14% utilizam o aplicativo apenas raramente para este fim e 10% utilizam-no de vez em quando. 61% nunca utilizaram o aplicativo para comunicação com vendedores.**



\* Comunicar depois de receber uma oferta ou ver um produto que chamou atenção ou que estava precisando e tivesse o WhatsApp disponível para contato

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Sim (Total)</b>	<b>39,0%</b>	<b>38,2%</b>	<b>39,8%</b>	<b>46,2%</b>	<b>37,5%</b>	<b>26,6%</b>	<b>35,1%</b>	<b>40,4%</b>
<i>Sim, sempre faço isso</i>	7,1%	6,8%	7,5%	7,5%	7,8%	5,3%	3,4%	8,4% ↑
<i>Sim, na maioria das vezes faço isso</i>	7,0%	6,7%	7,2%	8,5%	8,0%	2,3%	4,4%	7,8%
<i>Sim, faço isso de vez em quando</i>	10,4%	10,3%	10,4%	12,3%	11,5%	4,9%	9,6%	10,7%
<i>Sim, mas faço isso muito raramente</i>	14,5%	14,4%	14,6%	17,9%	10,2%	14,0%	17,7%	13,4%
<b>Não, nunca fiz</b>	<b>61,0%</b>	<b>61,8%</b>	<b>60,2%</b>	<b>53,8%</b>	<b>62,5%</b>	<b>73,4%</b>	<b>64,9%</b>	<b>59,6%</b>

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
611	287	324	297	211	103	276	335

# MOTIVOS PARA NUNCA UTILIZAR O WHATSAPP NAS

**COMPRAS: 40% nunca tiveram o WhatsApp oferecido como canal de comunicação pelos lojistas. 32% conseguem resolver no site ou aplicativo da própria loja e 18% preferem resolver pessoalmente, sobretudo os que têm 50 anos ou mais.**



\* Somente para quem nunca utilizou o WhatsApp no processo de compras

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Nunca vi nenhum vendedor/loja oferecer esse canal de comunicação	40,0%	34,4%	45,6%	43,1%	44,3%	29,8%	34,9%	41,9%
Sempre consegui resolver o que eu precisava no site ou aplicativo da empresa	32,4%	33,9%	30,9%	42,1%	29,3%	21,9%	35,7%	31,1%
Prefere tratar desses assuntos pessoalmente	18,3%	20,4%	16,2%	14,1%	14,5%	29,5% ↑	22,2%	16,9%
Não confia no WhatsApp, tem medo que possa ser um golpe, ladrão, etc.	12,5%	10,7%	14,3%	16,6%	9,7%	9,9%	8,3%	14,0%
Prefere tratar desses assuntos por telefone	11,8%	17,1% ↑	6,4%	12,2%	11,7%	11,2%	17,2%	9,7%
Não tenho WhatsApp	3,9%	3,6%	4,2%	0,9%	2,1%	10,8% ↑	5,7%	3,3%
Não gosta do aplicativo	1,7%	1,2%	2,2%	3,1%	1,3%	0,0%	1,6%	1,7%
Outros	1,4%	0,7%	2,1%	1,9%	1,0%	1,3%	1,3%	1,5%

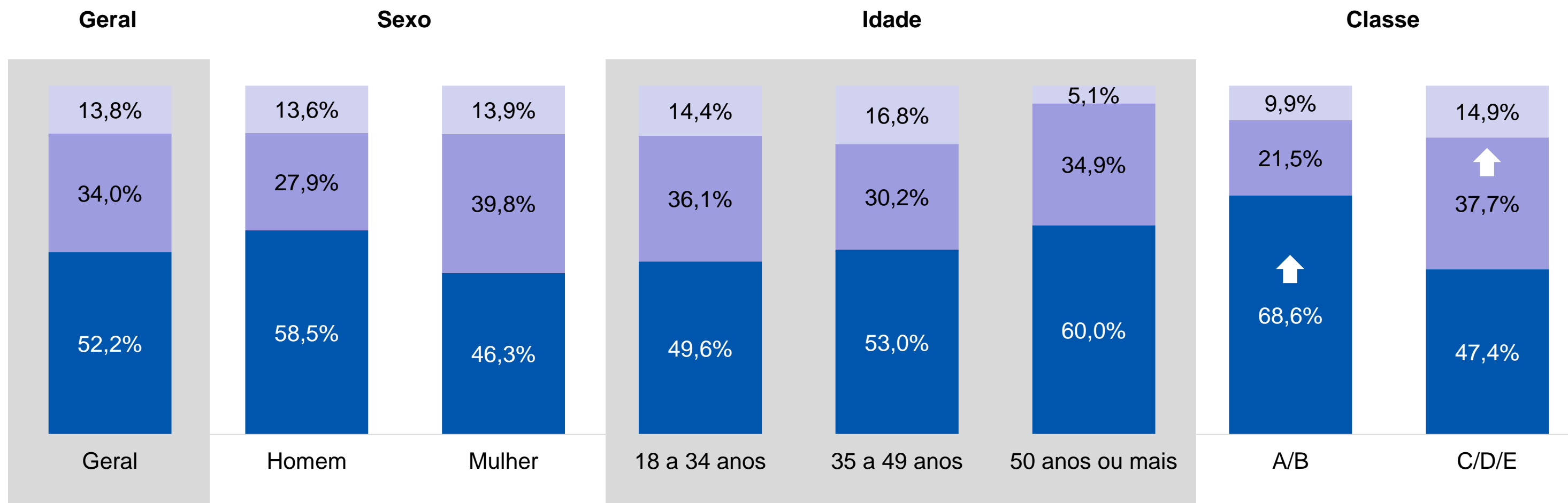
Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
351	177	174	157	124	70	161	190

# RETORNO DA LOJA/VENDEDOR AO UTILIZAR O WHATSAPP:



**52% tiveram o retorno da loja/vendedor sempre que entraram em contato, especialmente as classes A/B. 34% já deixaram de receber um retorno, embora raramente, sobretudo as classes C/D/E.**

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



- Sempre que entrei em contato tive retorno da loja/vendedor
- Já aconteceu de não ter tido retorno, mas isso é raro de acontecer
- Já aconteceu várias vezes de eu entrar em contato e não ter nenhum retorno

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
260	110	150	140	87	33	115	145

# REALIZAÇÃO DE ALGUM TIPO DE COMPRA POR MEIO DO

**WHATSAPP\*\***: 59% já realizaram algum tipo de compra por meio do Whatsapp, sendo os principais motivos a sensação de segurança ao ter contato com o vendedor (15%), a comodidade de comprar sem sair de casa (15%) e por poder receber imagens e vídeos dos produtos/serviços (14%).



\* 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

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Sim (total)</b>	<b>58,7%</b>	<b>59,0%</b>	<b>58,5%</b>	<b>57,1%</b>	<b>55,9%</b>	<b>70,6%</b>	<b>52,6%</b>	<b>60,6%</b>
<i>Sim, porque sinto mais segurança ao ter contato com o vendedor/loja</i>	15,0%	14,6%	15,4%	17,9%	14,1%	6,8%	8,2%	17,0%
<i>Sim, porque posso comprar sem sair de casa</i>	14,6%	16,0%	13,3%	13,7%	10,1%	27,3%	16,4%	14,0%
<i>Sim, porque posso receber imagens e até vídeos dos produtos/serviços</i>	14,2%	13,6%	14,8%	16,9%	11,4%	10,9%	10,5%	15,4%
<i>Sim, porque as informações ficam armazenadas, fica mais fácil de acessá-las depois</i>	14,0%	16,9%	11,2%	13,7%	9,9%	23,5%	18,3%	12,7%
<i>Sim, porque é mais fácil e rápido do que pessoalmente ou pelo telefone</i>	10,2%	8,7%	11,7%	9,9%	9,8%	12,0%	11,4%	9,9%
<i>Sim, porque sempre recebo ofertas de produtos e serviços espontaneamente, e acabo não resistindo</i>	7,8%	9,4%	6,3%	5,9%	13,0%	4,0%	7,9%	7,8%
<i>Sim, Outros</i>	1,2%	1,7%	0,7%	1,5%	1,2%	0,0%	2,5%	0,8%
<b>Não</b>	<b>41,3%</b>	<b>41,0%</b>	<b>41,5%</b>	<b>42,9%</b>	<b>44,1%</b>	<b>29,4%</b>	<b>47,4%</b>	<b>39,4%</b>

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
260	110	150	140	87	33	115	145



# PRODUTOS/SERVIÇOS COMPRADOS COM AUXÍLIO DO

**WHATSAPP:** Os principais produtos comprados com auxílio do WhatsApp são as **comidas delivery (23%, com menor incidência entre a faixa etária acima de 50 anos), vestuários, calçados e acessórios (22%, principalmente entre as mulheres), cosméticos e perfumes (15%) e acessórios para celular/tablet/computador (15%).**



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

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Comida delivery (entrega em domicílio)	23,2%	20,1%	26,2%	26,6%	25,6%	6,0% ↓	16,0%	25,3%
Vestuário, calçados, acessórios (cintos, bolsas, etc.)	22,0%	11,0%	32,5% ↑	22,8%	26,0%	10,9%	22,3%	22,0%
Cosméticos / Perfumes	15,5%	10,9%	19,8%	16,2%	16,5%	10,7%	11,0%	16,8%
Acessórios para celular/tablet ou computador (capas, películas, carregadores, pen drive)	15,2%	21,8% ↑	8,9%	20,0%	12,8%	3,1%	11,5%	16,3%
Celulares/smartphone	14,4%	21,4% ↑	7,8%	18,6%	12,7%	3,1%	8,1%	16,2%
Eletrônicos (tablets, notebooks, câmera digital, etc)	14,2%	18,4%	10,2%	14,3%	11,6%	19,2%	14,1%	14,2%
Artigos para casa (cama, mesa, banho, decoração)	11,1%	6,3%	15,6%	11,8%	11,1%	8,6%	16,6%	9,5%
Remédios e produtos de cuidados da saúde	9,7%	6,1%	13,2%	8,6%	12,5%	8,0%	8,8%	10,0%
Eletrodomésticos (geladeira, TV, máquina de lavar, fogão, aspirador de pó, etc)	7,6%	13,2% ↑	2,4%	7,3%	8,3%	7,6%	11,1%	6,6%
Livros físicos ou digitais	7,5%	7,6%	7,5%	10,7%	2,4%	7,4%	8,4%	7,3%
Cursos	7,3%	6,8%	7,7%	6,4%	9,8%	4,9%	5,4%	7,8%
Viagens (Reserva em hotéis, pousadas, passagens aéreas, ônibus, trem, navios, pacotes turísticos)	7,2%	6,0%	8,3%	7,2%	6,8%	7,7%	9,2%	6,6%
Bebidas	6,5%	9,8%	3,3%	3,3%	12,4%	5,1%	6,0%	6,6%

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
260	110	150	140	87	33	115	145

**CONTINUA...**

# PRODUTOS/SERVIÇOS COMPRADOS COM AUXÍLIO DO WHATSAPP (CONTINUAÇÃO)



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

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Artigos para bebês / crianças (roupas, carrinhos, chupetas, mamadeiras, fraldas, sapatos, etc)	6,2%	5,1%	7,1%	7,9%	6,1%	0,0%	4,5%	6,6%
Brinquedos	6,1%	8,5%	3,8%	10,1%	0,8%	3,1%	8,2%	5,5%
Seguros	5,9%	8,4%	3,6%	7,7%	4,4%	2,9%	7,0%	5,6%
Jóias/semi jóias	5,4%	0,9%	9,6% ↑	8,9%	0,4%	3,5%	4,9%	5,5%
TV a cabo/ Internet / Serviços de streaming de filmes e séries como o Netflix ou a Amazon TV.	4,9%	4,2%	5,5%	8,3%	0,9%	1,1%	4,4%	5,0%
Produtos eróticos/sex shop	4,7%	6,1%	3,5%	3,9%	8,3%	0,0%	5,8%	4,4%
Artigos esportivos	4,2%	6,1%	2,3%	2,6%	6,8%	3,9%	4,1%	4,2%
Jogos	4,1%	7,6% ↑	0,7%	7,1%	0,8%	0,0%	4,5%	3,9%
Música (DVDs / CDs físicos ou por meio de download, serviços de streaming Spotify, Deezer)	3,4%	6,0%	1,0%	5,4%	0,7%	2,1%	6,0%	2,6%
Ingressos (shows, teatros, cinema, etc)	3,1%	2,2%	3,9%	4,8%	1,6%	0,0%	2,6%	3,2%
Pets (ração, roupas, coleiras, remédios para animais, etc)	2,9%	2,1%	3,7%	4,6%	1,5%	0,0%	2,5%	3,1%
Outros (NET)	6,6%	5,1%	8,0%	5,4%	5,7%	12,2%	11,4%	5,1%
Nenhum	8,6%	9,3%	7,9%	6,2%	10,6%	12,8%	7,0%	9,1%

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
260	110	150	140	87	33	115	145

# IMPORTÂNCIA DA DISPONIBILIZAÇÃO DO WHATSAPP COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE COMPRA:



**78% dos que usam WhatsApp consideram importante a sua disponibilização como meio de comunicação no processo de compra, principalmente os homens.**

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

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Muito importante	41,6%	53,4% ↑	30,5%	33,3%	54,8%	43,1%	37,7%	42,8%
Importante	36,4%	29,0%	43,5% ↑	40,7%	26,6%	41,9%	40,2%	35,3%
Pouco importante	14,9%	11,5%	18,1%	18,4%	11,9%	8,5%	15,8%	14,6%
Nada importante	0,4%	0,0%	0,8%	0,5%	0,4%	0,0%	1,8% ↑	0,0%
Tanto faz/indiferente	6,7%	6,2%	7,1%	7,0%	6,2%	6,5%	4,6%	7,3%

Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
260	110	150	140	87	33	115	145

# CANAL DE COMUNICAÇÃO PREFERIDO PARA SE COMUNICAR COM A LOJA/VENDEDOR: O WhatsApp é o canal de comunicação favorito de 45% dos consumidores que já utilizaram esse aplicativo no processo de compra, especialmente entre a faixa etária de 35 a 49 anos. Mas, 26% são indiferentes ao tipo de canal.



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

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
WhatsApp	44,8%	47,3%	42,4%	40,7%	58,2% ↑	30,9%	43,6%	45,1%
Tanto faz, desde que seja atendido	26,3%	27,2%	25,5%	29,5%	19,8%	28,6%	28,6%	25,6%
Telefone	14,5%	13,5%	15,5%	15,3%	14,4%	11,9%	10,1%	15,8%
Outros canais, como o Facebook, Chat Online, etc	11,8%	10,8%	12,7%	11,5%	6,2%	24,7%	14,2%	11,1%
Mensagem pelo celular – SMS	2,6%	1,2%	4,0%	3,0%	1,5%	3,9%	3,5%	2,4%

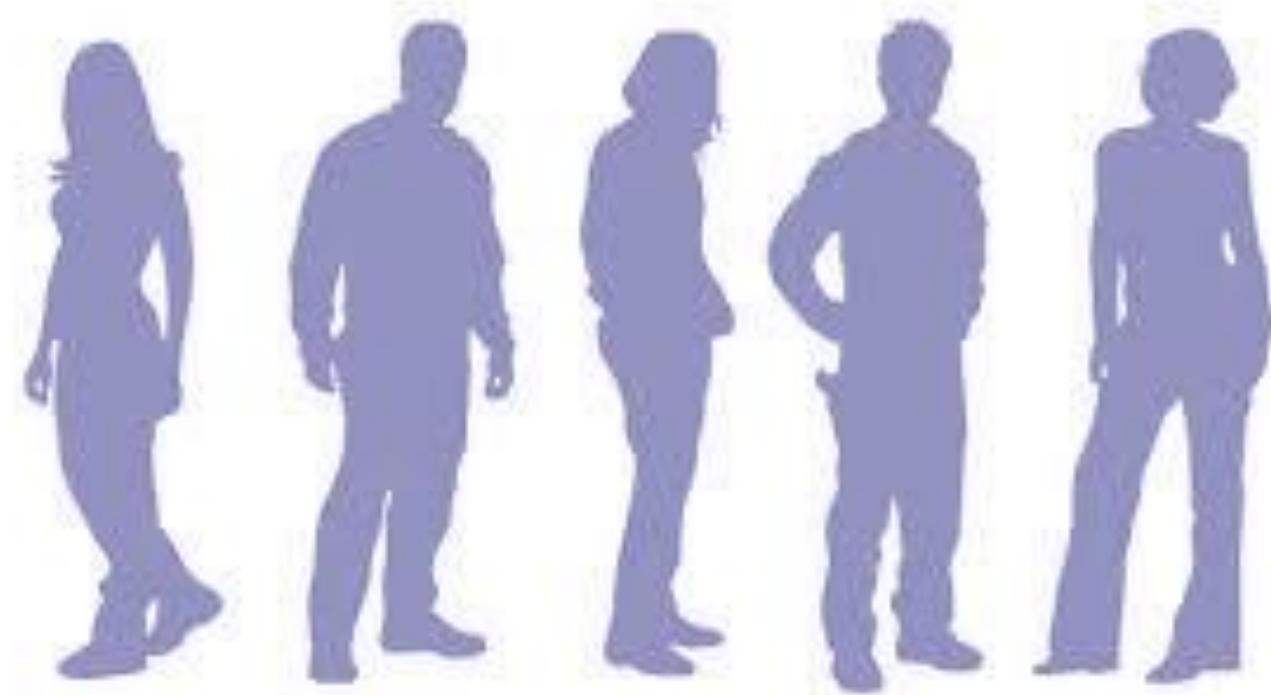
Geral	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 50	50 ou mais	A/B	C/D/E
260	110	150	140	87	33	115	145

**Público alvo:** 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.

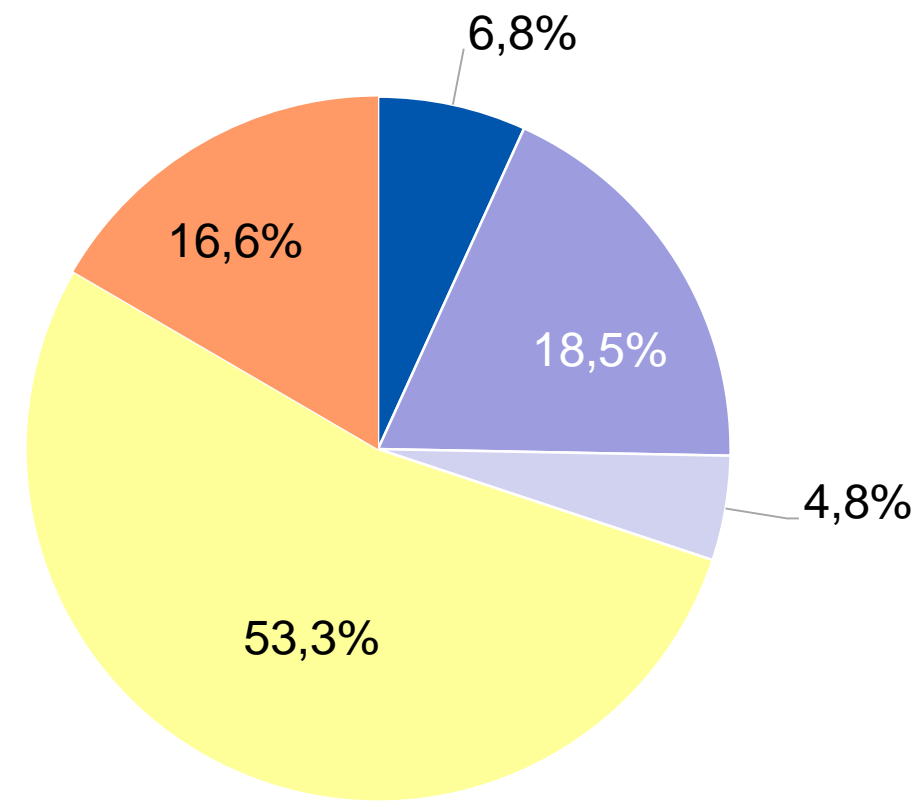
**Método de coleta:** pesquisa realizada via internet e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.

**Tamanho amostral da Pesquisa:** 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%.

**Data de coleta dos dados:** 18 a 27 abril de 2017.



# Caracterização da Amostra



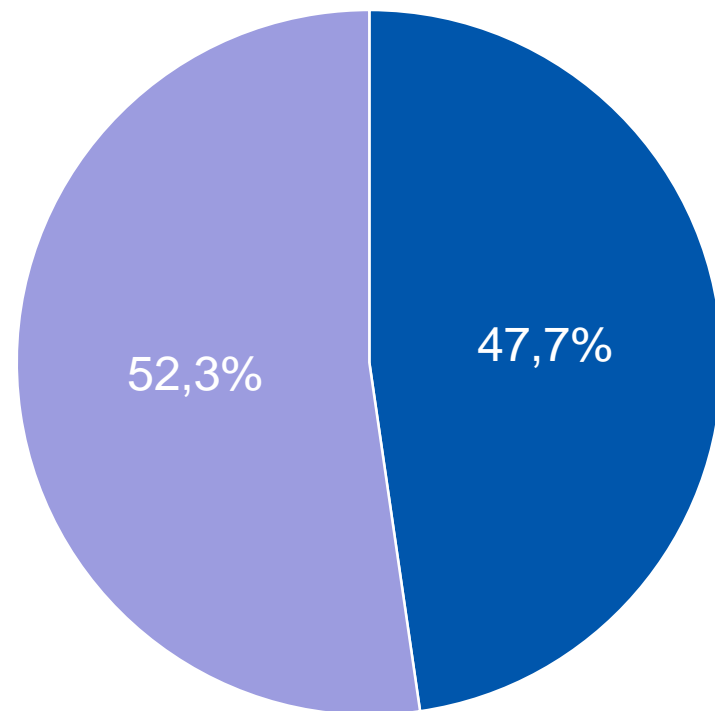
■ Centro-Oeste ■ Nordeste ■ Norte ■ Sudeste ■ Sul

Geral
673

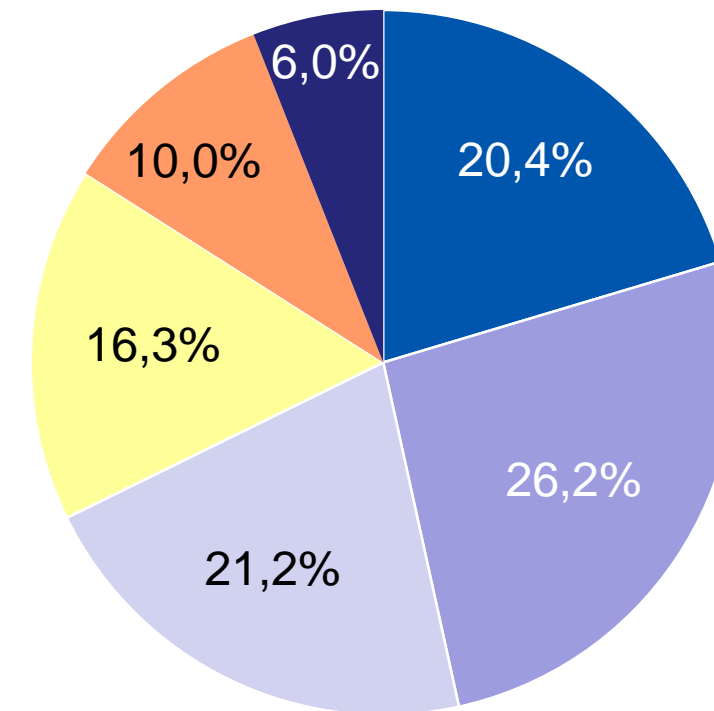


Cidade onde mora	%	Cidade onde mora	%
Aracajú	0,7%	Manaus	1,3%
Belém	2,0%	Natal	1,7%
Belo Horizonte	5,1%	Palmas	0,3%
Boa Vista	0,1%	Porto Alegre	7,7%
Brasília	3,3%	Porto Velho	0,8%
Campo Grande	1,4%	Recife	2,7%
Cuiabá	0,5%	Rio Branco	0,1%
Curitiba	7,9%	Rio de Janeiro	18,9%
Florianópolis	1,0%	Salvador	5,0%
Fortaleza	4,9%	São Luís	1,2%
Goiânia	1,6%	São Paulo	29,1%
João Pessoa	0,6%	Teresina	0,6%
Macapá	0,2%	Vitória	0,2%
Maceió	1,1%		





■ Homem      ■ Mulher

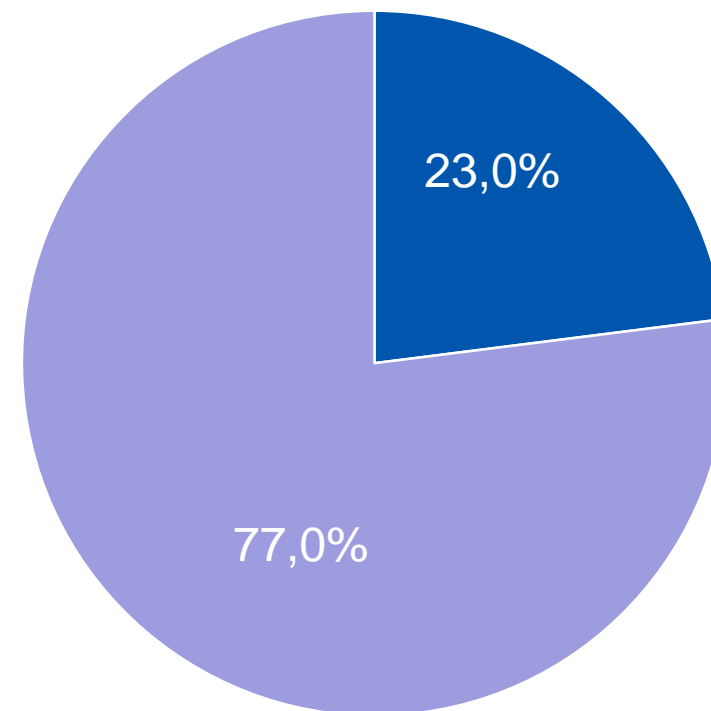


■ 18 a 24 anos      ■ 25 a 34 anos  
■ 35 a 44 anos      ■ 45 a 54 anos  
■ 55 a 64 anos      ■ 65 anos ou mais

Média de idade: **38 anos**



Geral
673



■ A/B ■ C/D/E

Média de moradores por domicílio: **3,11**

Geral
673

