

Preço e frete grátis são os principais fatores levados em conta nas compras online, mostra pesquisa do SPC Brasil e CNDL

51% já compraram de marcas ou em sites desconhecidos para aproveitar uma promoção. 97% tomam precauções de segurança nas compras online. Nove em cada dez entrevistados utilizam algum serviço online com o objetivo de economizar

Fazer compras pela internet já se tornou um hábito de grande parte dos brasileiros, mas quais são os fatores determinantes na decisão de compra? De acordo com a pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), para 60% dos entrevistados o preço é o principal fator – já 39% citam o frete grátis e 27% tomam como base as avaliações de outros consumidores.

O levantamento, feito com internautas que realizaram compras online no último ano nas 27 capitais, mapeia o processo de compras pela internet dos brasileiros e mostra que 97% já compraram mais de uma vez pelo mesmo site ou aplicativo, principalmente, devido a uma experiência anterior positiva (52%), a confiança na loja e/ou na marca (42%) e por possuir os melhores preços (37%). Na hora de escolher o site ou aplicativo para a compra, 56% dão preferências às lojas que já têm o costume de comprar, 49% buscam marcas conhecidas e 37% fazem pesquisa em sites que comparam preços e escolhem o de menor valor.

Para a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, é natural que o consumidor encare o preço de um produto como aspecto determinante para suas compras. “As pessoas tendem a selecionar, dentre as marcas que admira ou gosta, aquela que oferece a melhor relação entre custo e benefício. Portanto, o preço é fator decisivo nesse processo de escolha. Ao lado disso, vale lembrar que há outros parâmetros que o consumidor também leva em conta, como a forma de pagamento, o atendimento, a reputação da loja ou as menções à marca em órgãos governamentais ou sites de reclamação”, afirma.

O levantamento identifica como os consumidores brasileiros lidam com quatro fases do processo de compra: economia, planejamento, pesquisas e segurança.

Economia: 51% já compraram em sites desconhecidos para aproveitar uma promoção

De acordo com os dados, 87% dos entrevistados utilizam algum programa ou serviço online com o objetivo de economizar no dia a dia, sendo os principais:

- 51% streaming de filmes;
- 50% aplicativos para ligar para parentes e amigos;
- 44% download de músicas;
- 44% venda de produtos novos ou usados;
- 31% compra de passagens e pacotes turísticos;
- 31% download de jornais, revistas e ebooks.

Porém, 51% confessam já terem comprado produtos em sites ou marcas desconhecidas para aproveitar uma oportunidade.

Planejamento: e-mails marketing e Facebook impulsionam compras não planejadas

A grande maioria (83%) afirma planejar as compras virtuais antes de realizá-las. Entretanto, 16% não planejam as compras, e 44% dos entrevistados comprou de forma não planejada ao receber um e-mail de loja e 31% e 30% ao ver produtos no Facebook, seja no perfil das lojas ou quando compartilhados por amigos ou pessoas públicas, respectivamente.

O principal motivo para a realização da compra não planejada após ver um anúncio em sites ou redes sociais é o produto estar em promoção (56%) e não querer perder as oportunidades de preços baixos (43%). Os produtos mais comprados por impulso são os vestuários, calçados e acessórios (30%), livros (24%), cosméticos (15%) e comida delivery (14%).

Sete em cada dez consumidores (69%) já desistiram de uma compra no momento do pagamento, especialmente depois de verificarem o valor do frete (33%), um prazo de entrega demorado (21%) ou não ter certeza da compra (15%). Segundo o educador financeiro do SPC Brasil e do Meu Bolso Feliz, José Vignoli, "o consumidor sabe que comprar pela internet envolve muito mais do que simplesmente escolher o menor preço. Embora o custo seja uma preocupação sempre presente, as pessoas também procuram informar-se sobre o prazo para receber o produto, sua qualidade e como é o relato de outros compradores sobre determinado item."

Pesquisa: produtos mais pesquisados são de tecnologia e telefonia

Quase toda a amostra (99%) afirma realizar algum tipo de pesquisa de preço antes de comprar em um site ou aplicativo e 68% se informam sobre as

reclamações de outros consumidores em sites especializados quando compram um produto em uma loja desconhecida.

Os produtos mais pesquisados antes da compra virtual são os de informática e tecnologia (25%) e serviços de telefonia, celular e internet (23%). Os tipos de informação mais pesquisados são preços (60%), comentários de outros clientes (60%) e qualidade dos produtos (52%).

Nove em cada dez entrevistados (88%) costumam comprar com desconto, especialmente por meio de promoções (59%) e por meio de cupons de desconto (44%). “Não há dúvida de que a internet potencializa o acesso à informação e amplia suas possibilidades de escolha, auxiliando na tomada de decisões, a partir de opiniões compartilhadas entre compradores e formadores de opinião”, explica Kawauti. “Por outro lado, as pessoas são bombardeadas com ofertas e anúncios customizados a partir de seus hábitos de navegação e diversas ações de marketing que estimulam e facilitam as compras por impulso. O consumidor online, portanto, deve sempre refletir antes de clicar em “comprar” pois nenhuma promoção é boa o bastante se aquilo que for adquirido extrapolar o orçamento”, analisa a economista.

Segurança: 97% tomam precauções em suas compras online

Uma grande preocupação de quem faz compras pela internet se refere à segurança dos procedimentos online: 97% tomam alguma precaução em suas compras virtuais, sendo as mais recorrentes fazer suas compras apenas em sites e aplicativos conhecidos ou indicados (60%), arquivar todos os passos da compra, inclusive e-mails de confirmação (40%) e evitar cadastrar cartão de crédito para compras futuras (37%).

Metodologia

A pesquisa ouviu 673 internautas das 27 capitais que realizaram compras pela internet no último ano. A margem de erro é de 3,4 pontos a uma margem de confiança de 95%.

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

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



Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355
renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | 9 7142 0742
vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Cinara Lopes

(61) 3213 2006 | (61) 9 8154 9557
cinara.lopes@inpresspni.com.br