

47% dos internautas sempre buscam informações online antes de comprarem em lojas físicas, mostra levantamento do SPC Brasil e CNDL

Em sentido oposto, 23% dos internautas têm o hábito de visitar uma loja física antes de fecharem uma compra online; para entrevistados, preço e comodidade se sobressaem nas compras online, mas pós-venda e facilidade de troca ainda são pontos fortes das lojas físicas

Consultar a internet antes de ir às compras já se tornou um hábito comum. Dados de uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em todas as capitais do país mostram que **47% dos consumidores com acesso à internet** assumem o costume de sempre fazer pesquisas online antes de concretizar uma compra em loja física. Os tipos de informações mais buscadas são os preços (30%), os detalhes e as características dos produtos ou serviços (12%) e a opinião de outros clientes (5%). Apenas 13% dos entrevistados compram em lojas físicas sem fazer qualquer consulta prévia no ambiente online. Outros 40% recorrem à consulta eventualmente, a depender do tipo de produto ou serviço a ser adquirido.

Os celulares (59%) são os que mais geram pesquisas eventuais na internet antes de se efetivar a compra na loja física. Em seguida aparecem os eletrodomésticos (54%), eletrônicos (50%) e acessórios para celulares, tablets e computadores (25%). Os livros são citados por 19%, assim como as viagens. Itens de vestuário, calçados e acessórios, como bolsas e cintos têm 17% de menções.

Os sites que oferecem ferramentas de comparação de preços e de características dos produtos são os mais procurados pelos internautas (62%) nessas horas, seguidos pelos sites que mensuram o índice de reclamação de determinada marca ou produto (54%). As lojas online de grandes varejistas e os sites ou aplicativos de marcas concorrentes são consultados por 50% e 35%, respectivamente. As redes sociais (23%) e os blogs especializados (20%) completam a lista dos mais acessos na busca por referências.

Se consultar a internet antes de realizar uma compra em lojas físicas tornou-se um hábito do internauta brasileiro, o inverso também acontece, embora em uma proporção menor. **Quase um quarto dos internautas (23%) sempre visita**

uma loja física antes de adquirir um produto pela internet. Nesses casos, os itens que os entrevistados mais procuram ver presencialmente são eletrodomésticos (48%), eletrônicos (47%), celulares (44%), vestuários e calçados (25%) e perfumes e cosméticos (18%).

“Cada vez mais os consumidores se utilizam da internet não apenas para adquirir produtos e serviços, mas também para comparar, informar-se e buscar a opinião de outros compradores, pesquisando a reputação das marcas e lojas. Esse processo vem ocorrendo já há algum tempo e já alterou profundamente o equilíbrio de forças entre lojistas e clientes. As lojas físicas precisam ficar atentas as necessidades dos clientes, que são multicanais. Ou seja, transitam simultaneamente por plataformas online e físicas”, afirma o presidente do SPC Brasil Roque Pellizzaro Junior.

Preço e comodidade são destaque para compras online, mas relacionamento no pós-venda e facilidade de troca são ponto forte das lojas físicas

O estudo revela também, em detalhes, em que circunstâncias as lojas físicas ganham a preferência do consumidor e em quais momentos a compra virtual se sobressai. No geral, a internet é o meio preferido de 60% dos internautas na hora de fazer compras, enquanto 14% ainda preferem as lojas físicas e 26% se dizem indiferentes.

Dentre os que tem preferência pelo ambiente online para fazer compras, mais da metade (55%) justificam ter a impressão de que os produtos tendem a ser mais baratos na internet do que nas lojas físicas. Outras razões ainda mencionadas são a comodidade (51%) e a rapidez (26%). Já os que preferem comprar em lojas físicas argumentam que, dessa maneira, evitam, decepções com o produto, pois veem tudo pessoalmente (49%). A satisfação de ter o produto em mãos imediatamente após a compra é citada por 43% desses entrevistados e 35% gostam de aproveitar a compra como momento de lazer.

Para 79% dos internautas os preços das lojas online são melhores do que os das lojas físicas e 79% disseram que há mais comodidade quando se comprar pela internet. O ambiente online também se sobressai quando os entrevistados respondem sobre a maior variedade de produtos (70%), disponibilidade de informações (61%), possibilidade de personalização da compra (61%), rapidez

na aquisição (60%), facilidade para escolher produtos (60%) e melhores formas de pagamento (47%).

O quadro, contudo, se altera no momento em que os consumidores refletem sobre a segurança e o pós-venda. Neste caso, 38% apontam o predomínio das lojas físicas quando se analisa a qualidade do relacionamento que se estabelece entre lojistas e clientes (38%) e a facilidade de realizar eventuais trocas (69%). Além disso, 50% se sentem mais seguros e menos ansiosos quando fazem compras físicas do que online.

“As lojas físicas precisarão investir cada vez mais na qualidade do tempo que o cliente passa dentro delas, oferecendo meios mais criativos de testar os produtos, por exemplo. O grande diferencial ainda é o aspecto material e sensorial. Ou seja, a possibilidade de ver, trocar, experimentar. Ao mesmo tempo, o atendimento deve ser de qualidade, com vendedores tecnicamente bem preparados, capazes de aconselhar e tirar dúvidas dos compradores”, afirma a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Metodologia

A pesquisa ouviu 673 internautas de ambos os gêneros, acima de 18 anos e de todas as classes sociais das 27 capitais. Em seguida, continuaram a responder o questionário 611 casos, que fizeram alguma compra ao longo dos últimos 12 meses. 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>

Informações à Imprensa

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

Renan Miret
(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303
renan.miret@inpresspni.com.br

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