

Detalhes da pesquisa

Objetivo	Pesquisa Consumidores: A busca por informações e o hábitos de compras
Amostra	1200 entrevistas em todo o Brasil com Consumidores maiores de 18 anos
Campo	Início em 14/10 e término 16/10
Margem de erro	2,8% pontos percentuais, para mais ou para menos, no intervalo de confiança de 95%
Metodologia	Quantitativa, por meio de painel

Descritivo

Alimentação

- A maioria dos respondentes preferem comprar pessoalmente os produtos, somente na categoria de Fast Food, existe a preferência de compra pela internet.
- Portanto, a categoria com o maior percentual de compras pela internet é a de Fast-Food/Comidas para consumo imediato (41,6%). E alimentos frescos com maior percentual de compra pessoalmente (93,3%)
- Cerca de metade dos entrevistados avaliam como importante (nota 1) a procedência dos alimentos e sua composição, durante a compra do produto.

Têxtil

- A forma de compras dentro da categoria têxtil se mantém bem distribuída, sendo que os produtos de roupas e calçados são preferência dos respondentes para a compra pessoalmente 51,6%
- O total de 35,4% dos entrevistados apontam que a medida dos produtos é um fator de maior relevância na compra.
- “Saber o processo de fabricação do produto” é a categoria considerada com menor importância durante a compra, totalizando 32,7%.

Saúde de Bem Estar

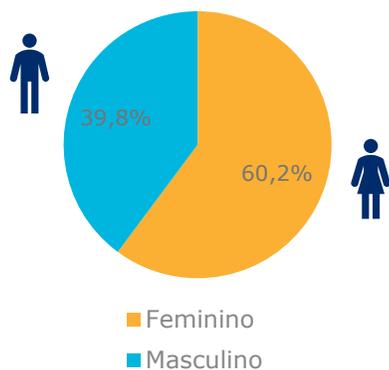
- A maioria dos respondentes preferem comprar pessoalmente os produtos. (66,3% itens de higiene e cuidados pessoais e 60,6% medicamentos)
- Os produtos de cosméticos e beleza possuem o maior percentual para as compras via internet (20,9%) e “tanto faz” (32,8%)
- A maioria dos entrevistados consideram a composição do produto como fator de maior relevância (32,0%)

Eletroeletrônicos

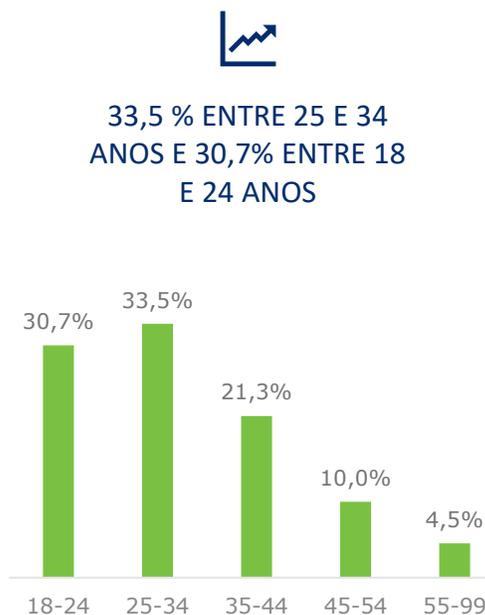
- A categoria eletro, teve uma distribuição homogênea quando comparado a todos os produtos analisados.
- Cerca de dois terços dos entrevistados compram produtos online, sendo que um terço prefere esse canal para efetuar as compras.
- Dentre as informações mais importantes para finalizar a compra estão a opinião de outros usuários e dados do fabricante.

Demográficos

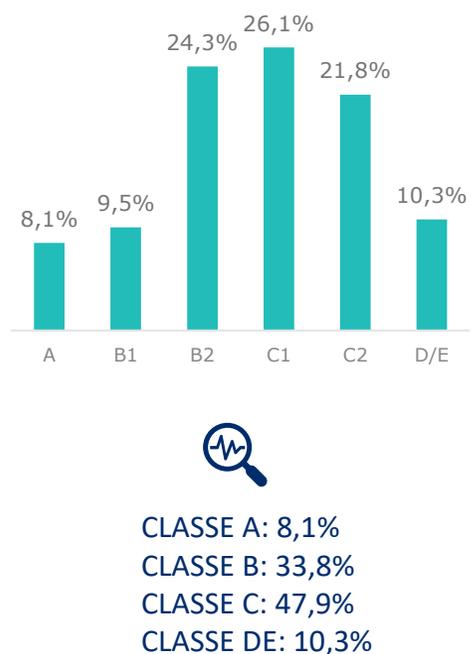
GÊNERO



IDADE



CLASSE SOCIAL



REGIÃO

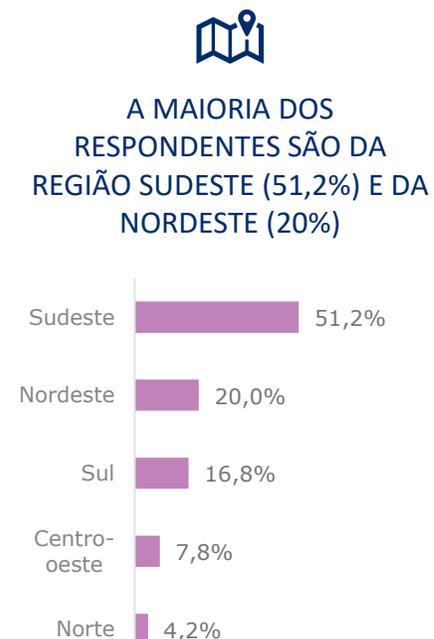
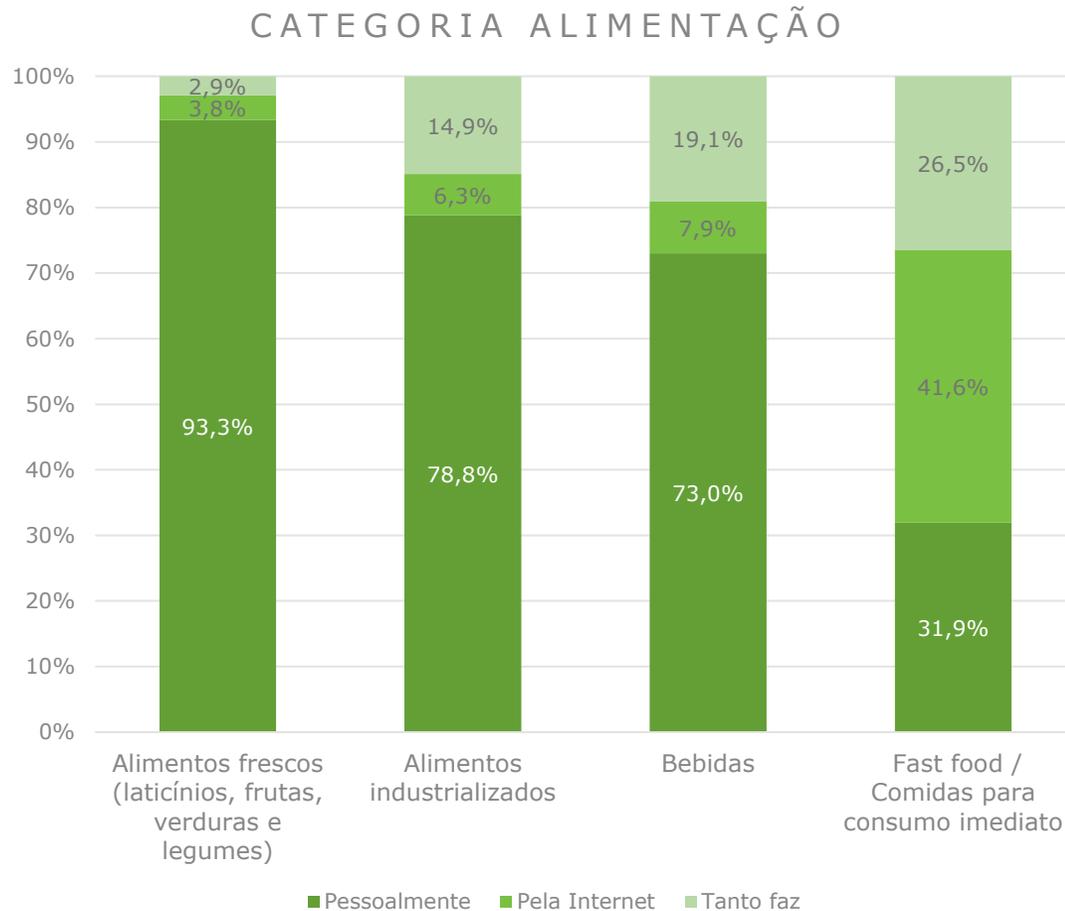


Gráfico:

Onde você prefere comprá-los, pessoalmente (na loja física) ou pela internet (por um site ou pelo celular) ?



É possível identificar que a compra de alimentos frescos na grande maioria é feita pessoalmente, mas vale lembrar que esse número em 2019 era de 97%, agora em 2020 passou para 93% uma queda de 4 pontos percentuais, do outro lado, passou de 1% para 3,8% agora em 2020 os consumidores que optam por comprar esses alimentos pela internet.

Já no segmento de Fast-Food, os consumidores preferem a compra sendo feita de forma digital, através de apps e restaurantes online, o número passou de 29% para 42% entre 2019 e 2020.

Gráfico:

Onde você prefere comprá-los, pessoalmente (na loja física) ou pela internet (por um site ou pelo celular) ?

Na categoria têxtil, percebe-se que o número de pessoas que dizia ter uma escolha ocasional entre comprar pessoalmente e pela internet, caiu em todos os seguimentos. No segmento "Roupas de Cama" por exemplo, cresceu 7,3 pontos percentuais os consumidores que optam pela compra através da internet, o seguimento de "artigos esportivos" cresceu 3,9 pontos percentuais e o de "roupas e calçados" 4,8 pontos. O número de pessoas que optam pela compra pessoalmente, se manteve.

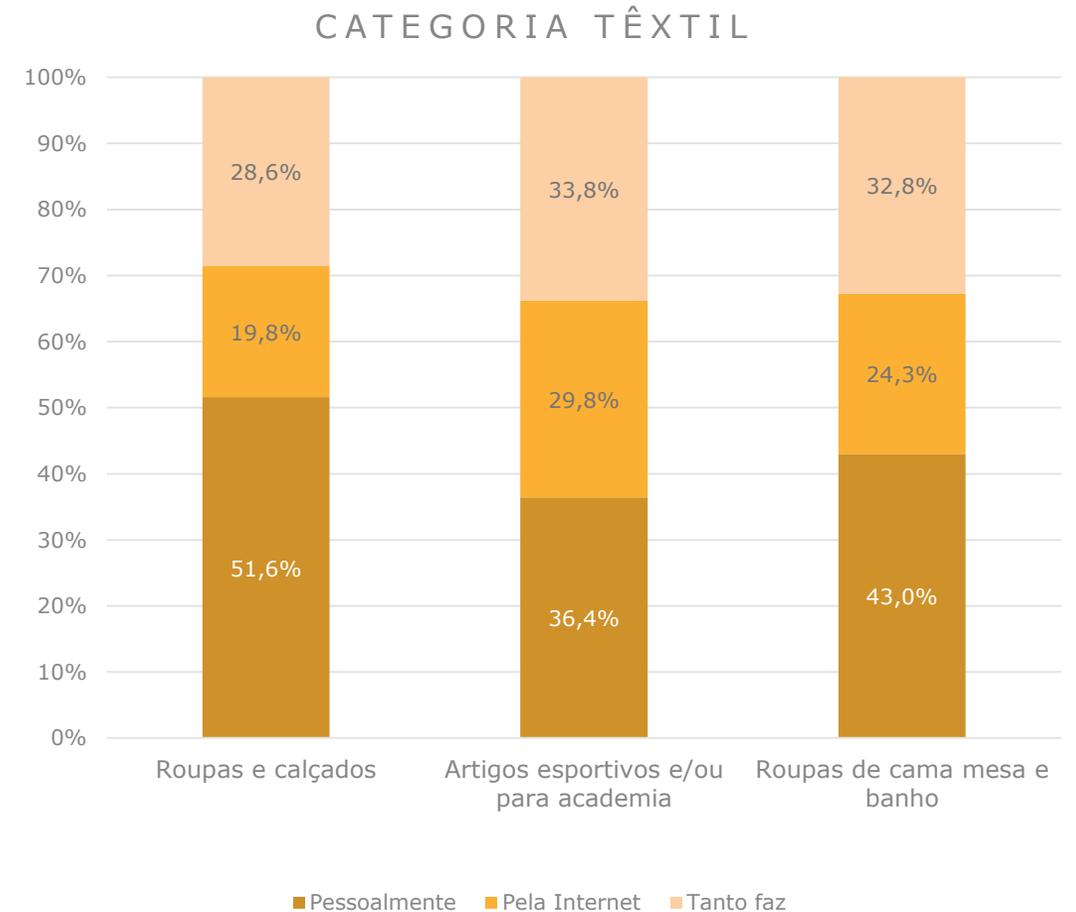
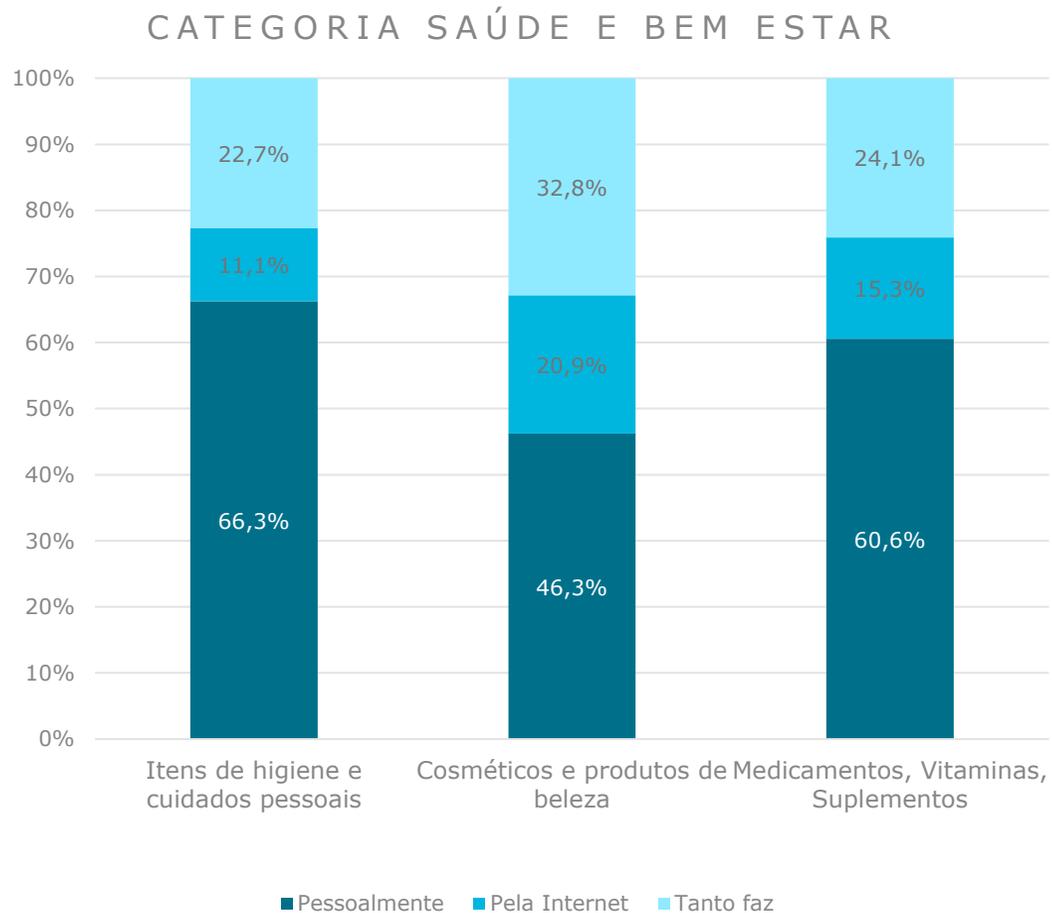


Gráfico:

Onde você prefere comprá-los, pessoalmente (na loja física) ou pela internet (por um site ou pelo celular) ?



Já para o setor de saúde e bem estar, percebemos que as categorias de **itens de higiene e cuidado pessoas e medicamentos, vitaminas, suplementos**, são preferidas pela maioria para comprar pessoalmente, com mais da metade dos consumidores optando por esse meio de compra.

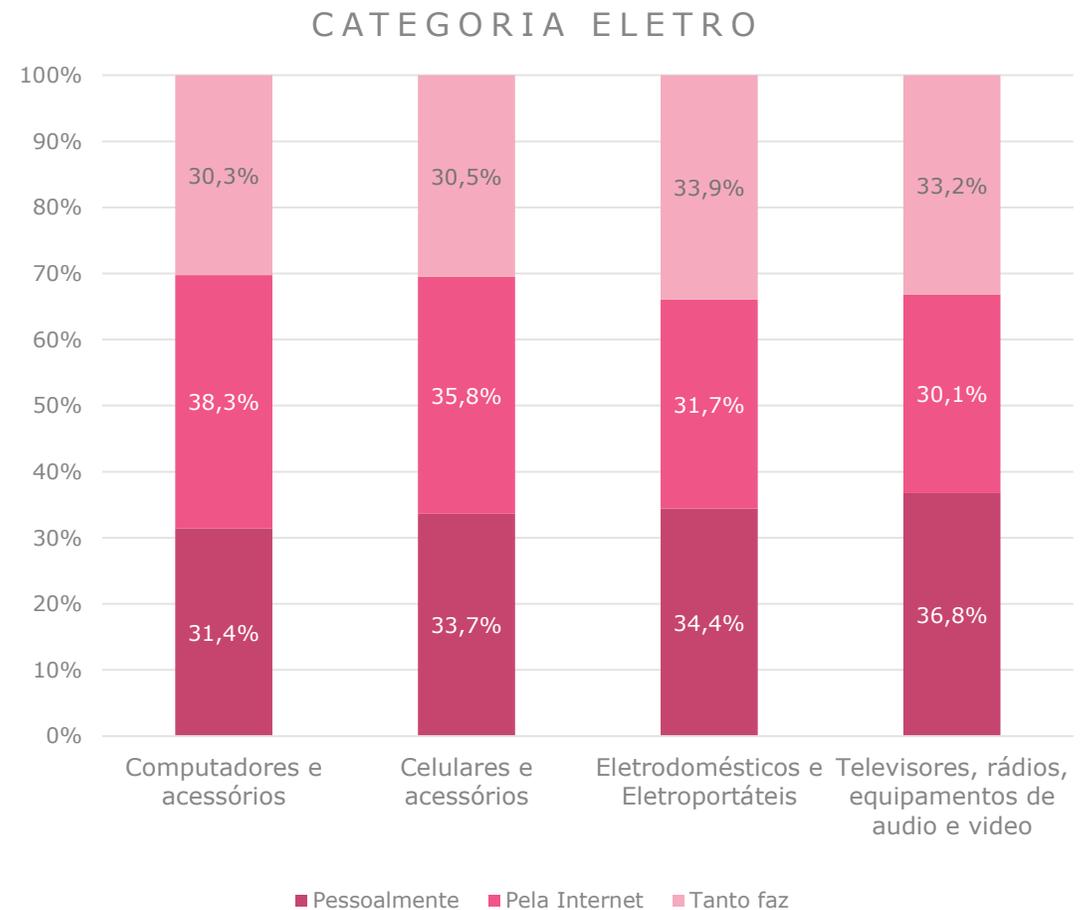
Já para **cosméticos e produtos de beleza**, vemos uma maior aderência para compras online.

Gráfico:

Onde você prefere comprá-los, pessoalmente (na loja física) ou pela internet (por um site ou pelo celular) ?

Tendo cerca de dois terços dos consumidores optando ou preferindo compras online, o segmento que apresenta em sua maioria produtos de maior valor agregado cada vez mais tem suas compras de forma digital.

O crescimento é percebido nos últimos anos para todos os produtos, inclusive, no sub-seguimento de “computadores, celulares e acessórios” por exemplo, teve um crescimento de 5,8 pontos percentuais se comparado com 2019.



Pesquisa Consumidores

Canais de Compras - Resumo

Alimentação

- Preferência para comprar alimentação pronta de forma online.
- Alimentos frescos, mantém compras presenciais acima de 90%.

Têxtil

- Compras online se tornam natural para metade dos entrevistados.
- Artigos esportivos são os mais adquiridos pela internet.

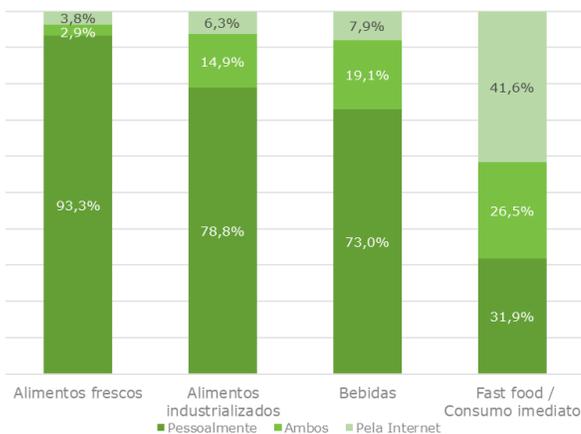
Bem Estar

- Cosméticos e produtos de beleza são os mais adquiridos de forma online tendo mais da metade dos consumidores comprando pela internet.

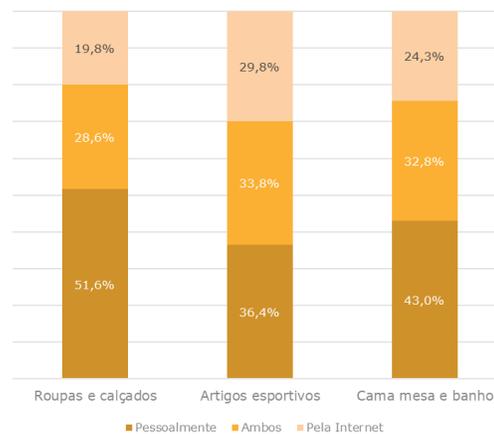
Eletroeletrônicos

- A categoria com mais compras online, eletroeletrônicos tem dois terços dos consumidores comprando em ambos canais ou preferindo comprar pela internet.

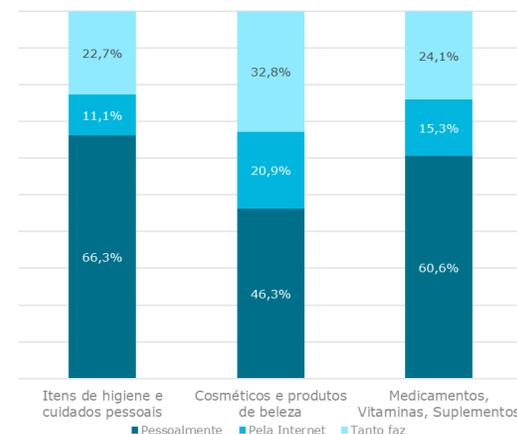
CATEGORIA ALIMENTAÇÃO



CATEGORIA TÊXTIL



CATEGORIA SAÚDE E BEM ESTAR



CATEGORIA ELETRO

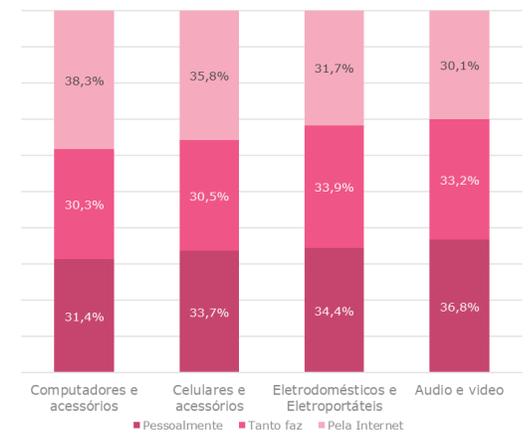


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

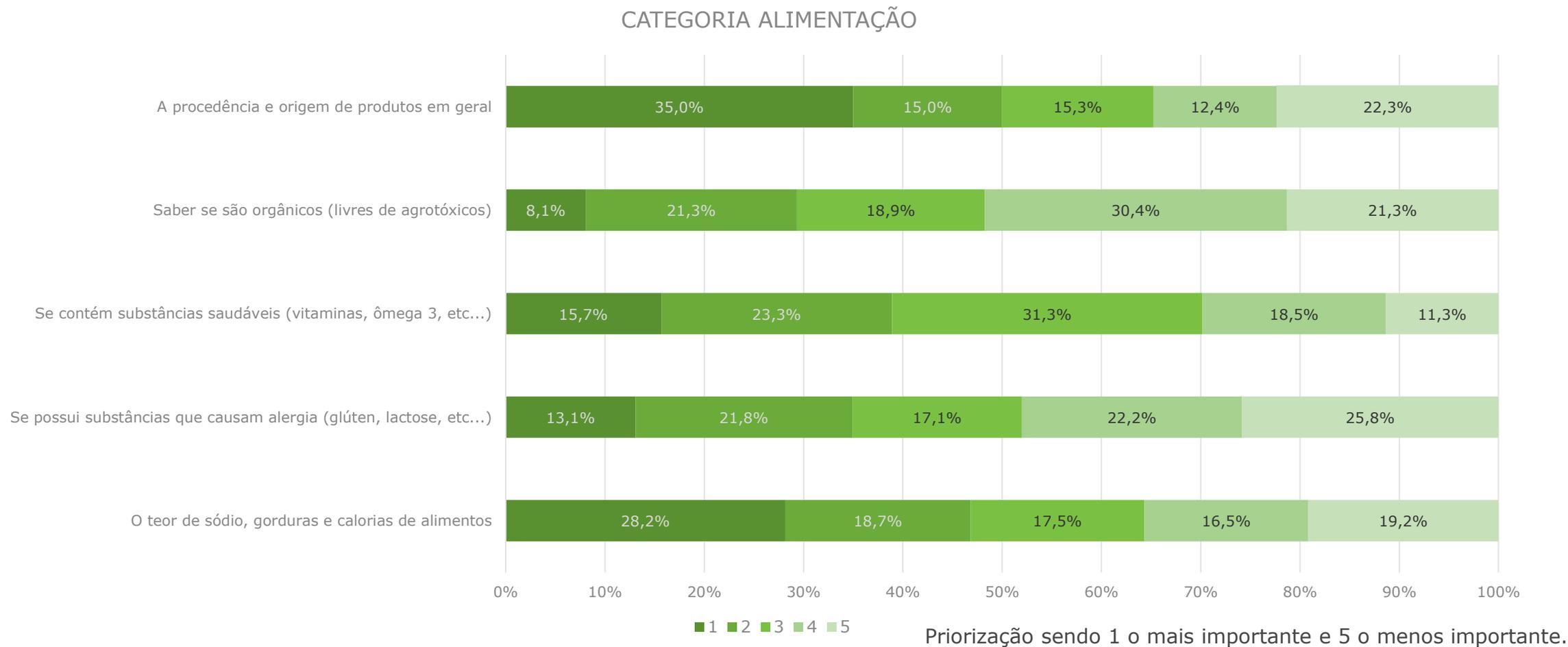


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

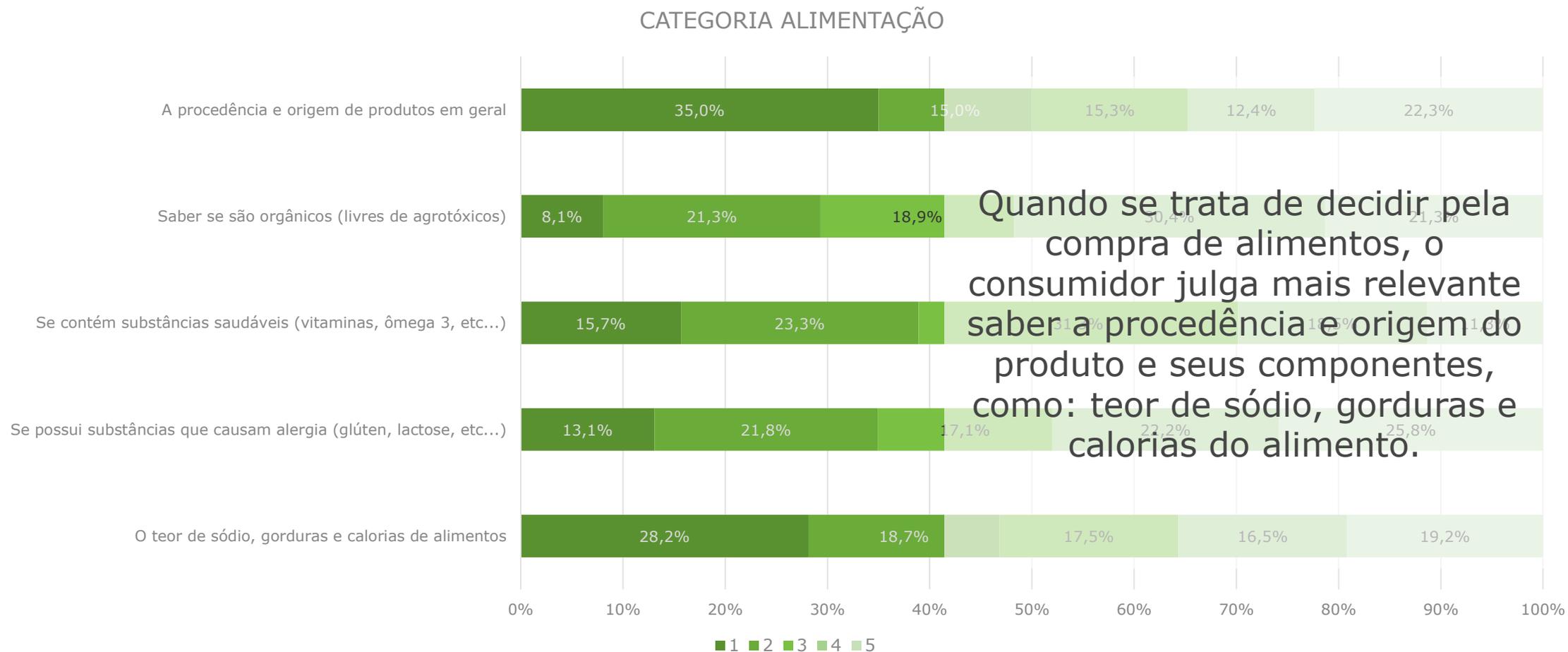


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

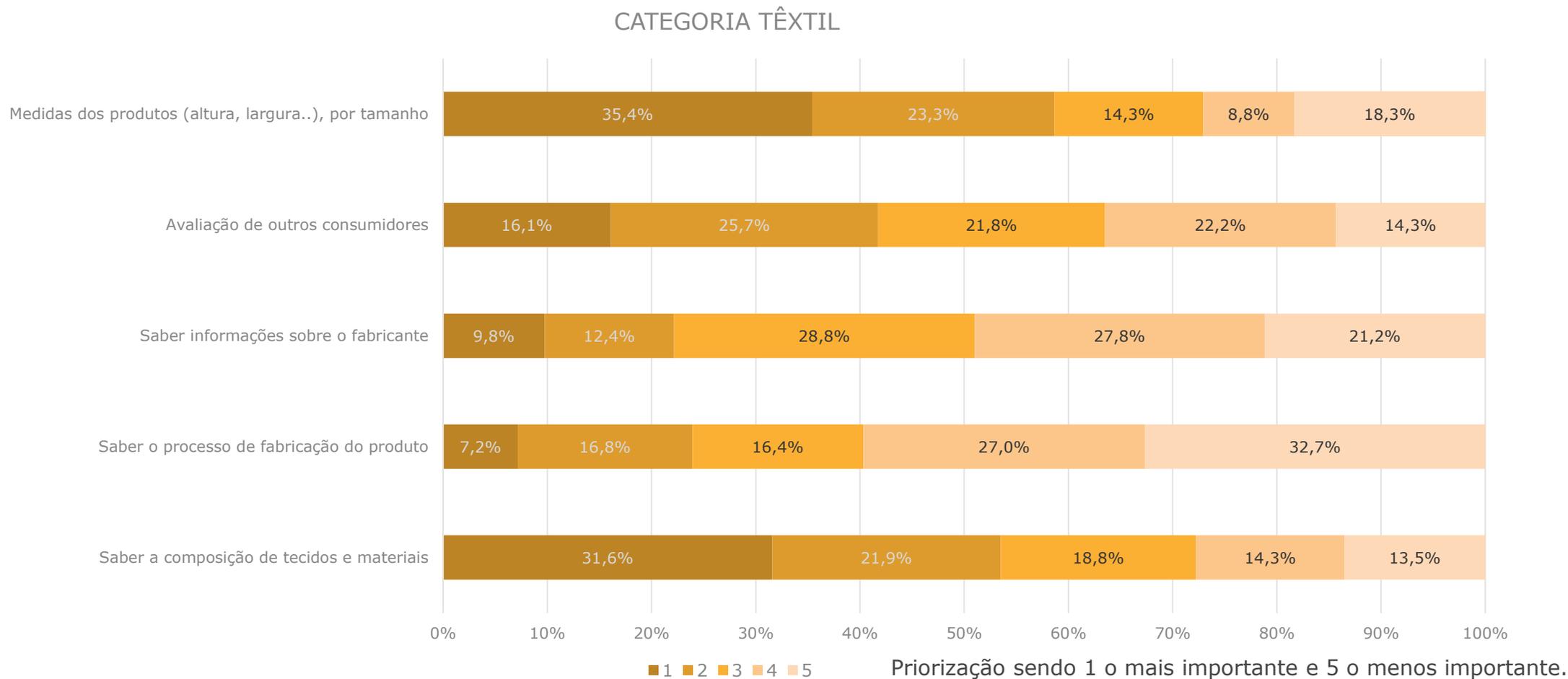


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

CATEGORIA TÊXTIL

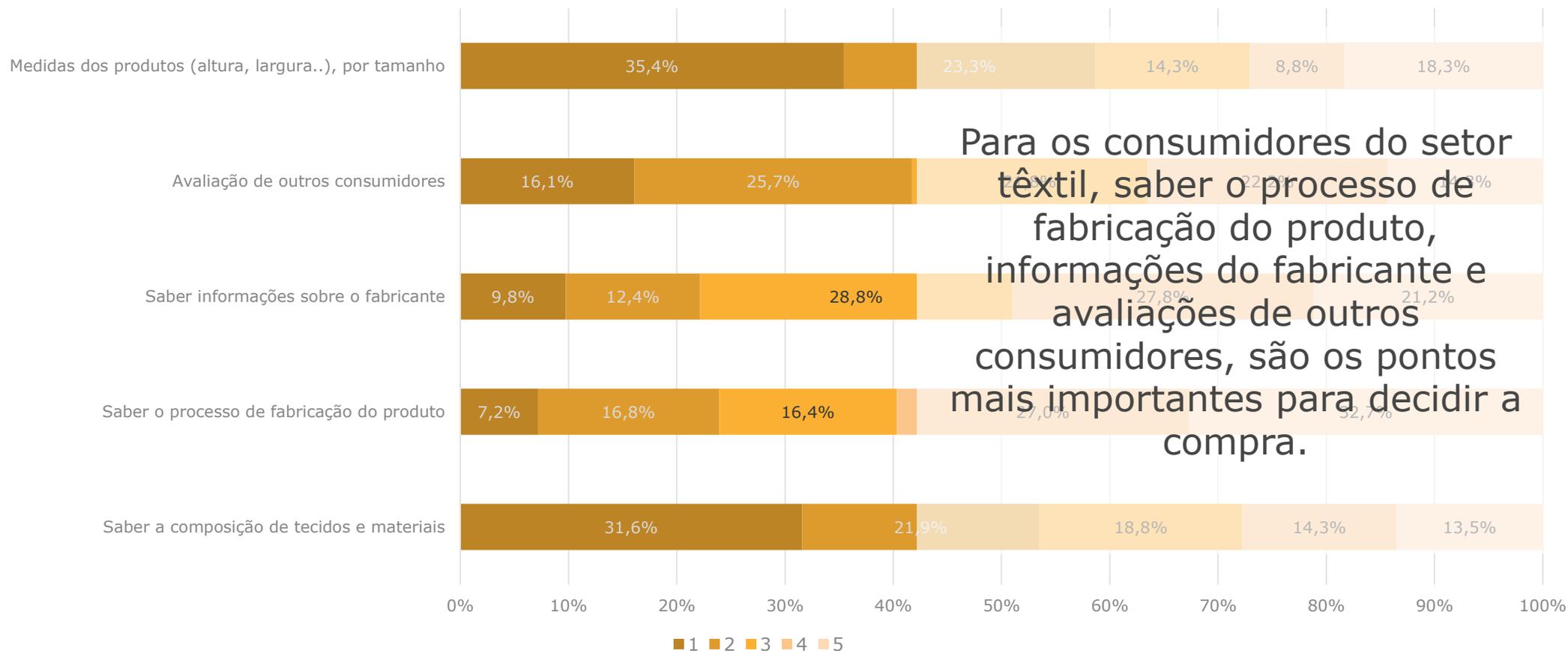


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

CATEGORIA SAÚDE E BEM ESTAR

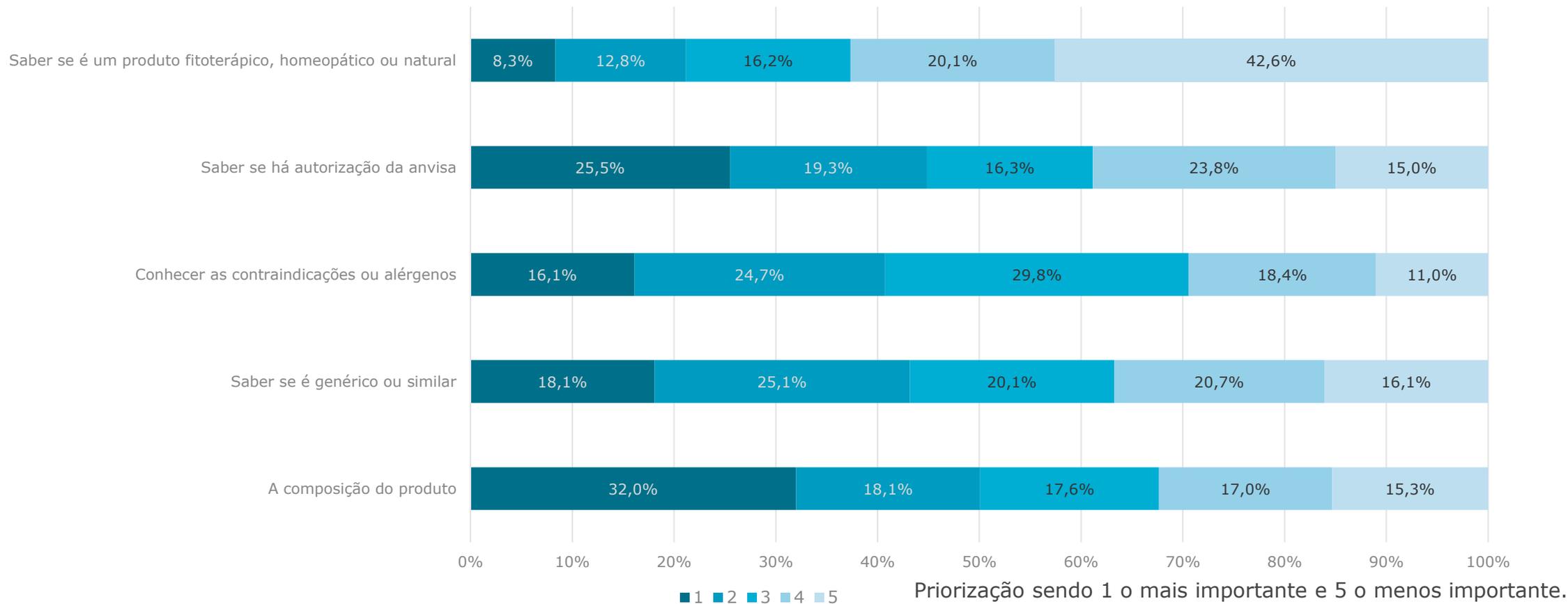
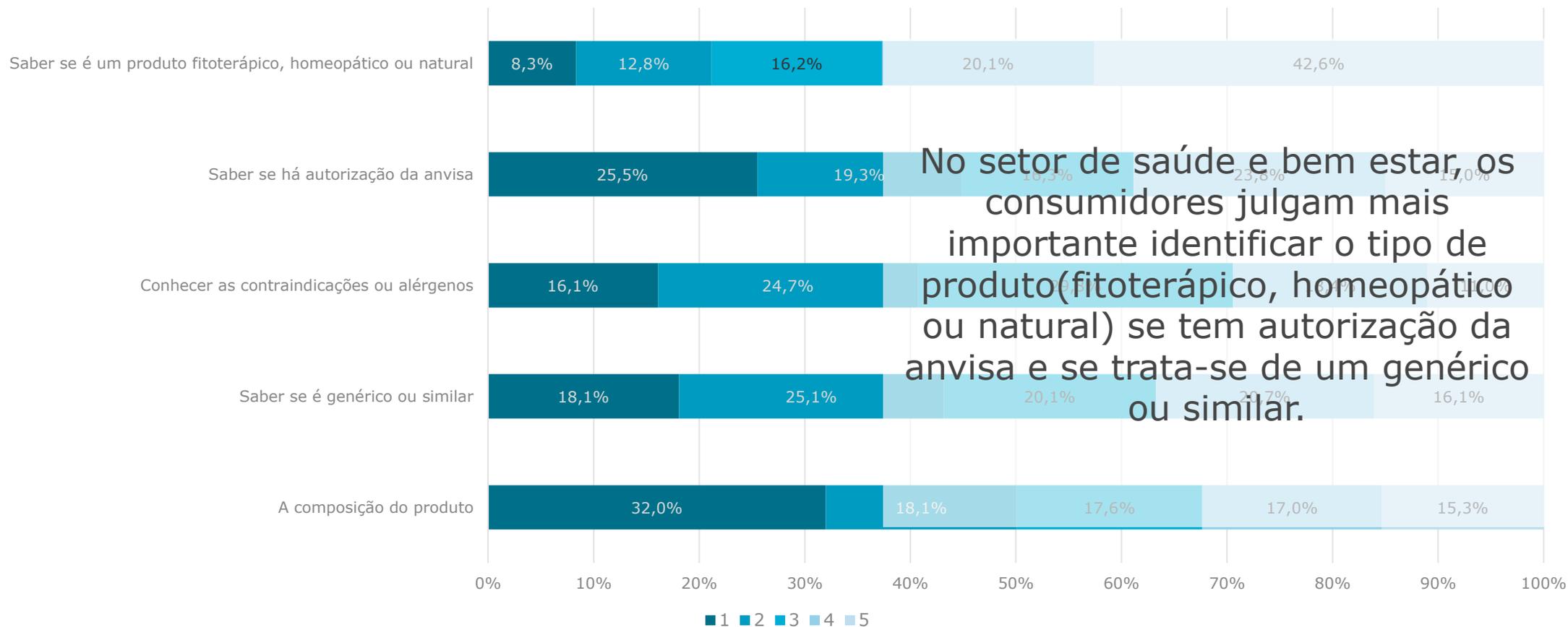


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

CATEGORIA SAÚDE E BEM ESTAR



No setor de saúde e bem estar, os consumidores julgam mais importante identificar o tipo de produto (fitoterápico, homeopático ou natural) se tem autorização da anvisa e se trata-se de um genérico ou similar.

Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

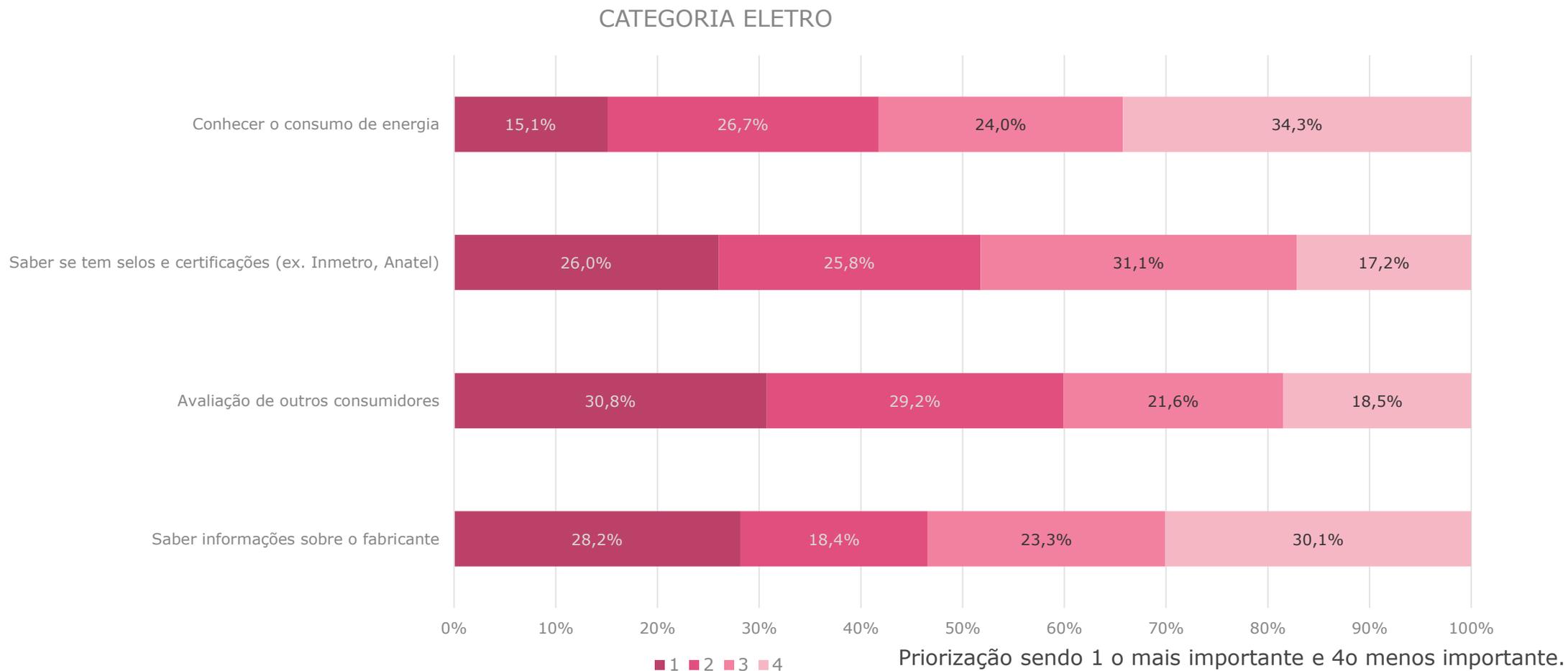
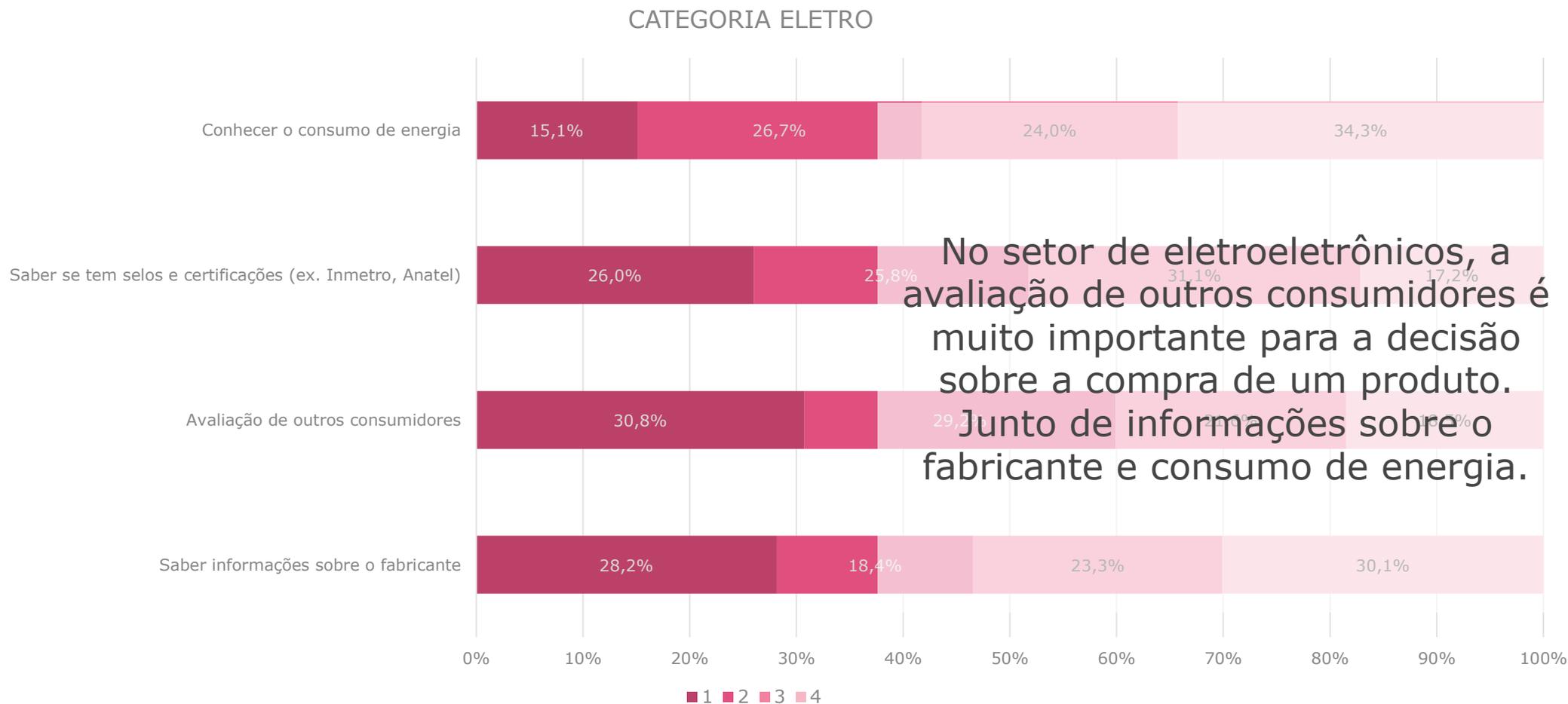


Gráfico:

Quanto essas categorias são importantes para você antes de decidir pela compra?

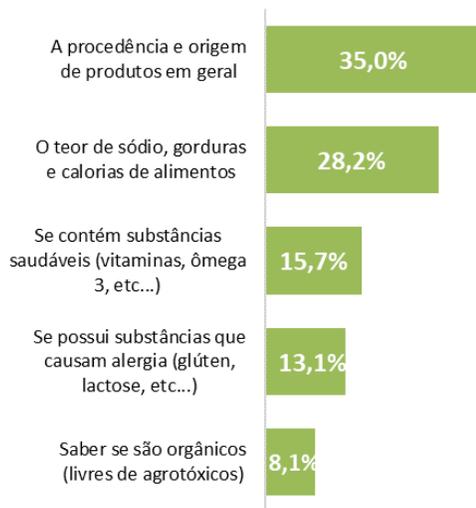


Pesquisa Consumidores

Informações mais importantes na hora da compra - Resumo

Alimentação

- Saber a procedência e origem dos produtos foi considerado a informação mais importante pelos consumidores, seguido do teor de sal, gordura e calorias.



Têxtil

- Quando tratamos de produtos têxteis e calçados, o consumidor está preocupado em saber as medidas e a composição dos materiais dos produtos.



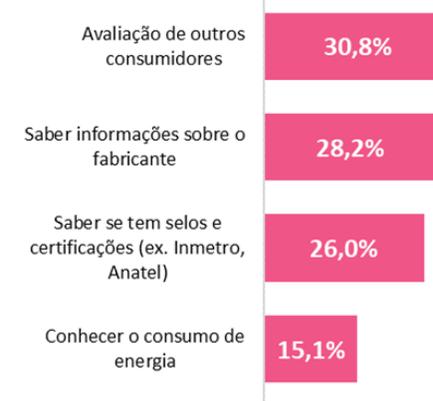
Bem Estar

- A preocupação do consumidor com sua saúde se comprova quando a composição do produto e a autorização de venda são os itens mais importantes para ele.



Eletroeletrônicos

- Para produtos eletroeletrônicos, os consumidores querem saber a avaliação de outros consumidores e informações sobre o fabricante.



Pesquisa Consumidores

O que o Consumidor pensa ...

Compras online

62,3% utilizaram canais online para comprar coisas que antes só compravam presencialmente.

62,8% pretendem continuar com as compras online desses produtos.

50,7% afirmam que as compras online não eram um hábito, mas passou a ser.

Identificação de produtos

86,5% Acreditam que as informações dos produtos devem ser idênticas tanto na loja física quanto na online.

58,5% comparam o código de barras para ter a certeza de que estão visualizando o mesmo produto nas lojas físicas e online.

78,2% assumem que o produto na loja física como na online devem ter o mesmo código de barras para identificação do produto.

