

Smartphone já é principal ferramenta de compra online para 33% dos internautas, aponta estudo do SPC Brasil e CNDL

74% dos internautas usam celular em ao menos uma etapa de compra online e 64% já desistiram de uma aquisição na internet na hora de realizar o pagamento, principalmente por causa do frete

O consumidor digital brasileiro está mais maduro e familiarizado com as mudanças tecnológicas no mercado. Um estudo feito em todas as capitais pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) descobriu que os **smartphones já são a principal ferramenta de compra para 33% dos internautas** que costumam adquirir produtos pela internet. O uso do dispositivo móvel para compras é ainda maior entre o público jovem (48%), pessoas das classes C, D e E (38%) e mulheres (37%). O computador, seja um desktop ou um notebook, ainda é o instrumento mais usado na hora de adquirir produtos na internet, com 66% de preferência.

Considerando o processo de compra pela internet como um todo, a pesquisa revela que o **celular já é utilizado por 74% da amostra** em ao menos uma de suas etapas, como pesquisa de produtos e serviços (32%), comparação de preços (28%) e pagamento (14%). Apenas 24% dos entrevistados admitem não contar com o auxílio do celular nas compras que faz online.

Para o presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, o protagonismo dos dispositivos móveis para o comércio online tende a aumentar ainda mais nos próximos anos, principalmente, com a popularização de pacotes de dados de internet móvel e do alcance maior da banda larga. "Com a evolução constante dos meios de pagamento online, ficará cada vez mais rápido e seguro comprar pelo celular. Basta lembrar que ele é mais acessível à população, pois, no geral, é mais barato investir em um smartphone do que em um computador ou notebook", explica o presidente.

Para os consumidores conectados, as lojas online já ocupam a primeira posição dos canais mais utilizados para fazer compras no último ano: 93% de menções, ficando à frente das lojas de rua (62%) e dos shopping centers (58%).

Frete grátis é o que mais estimula compras online; 67% pesquisam índice de reclamações quando planejam comprar em um site pela primeira vez

De acordo com a pesquisa, os fatores que os internautas mais levam em consideração ao escolher um site ou aplicativo de compras é a possibilidade de frete grátis (58%), o preço dos produtos (51%) e a reputação da loja (37%). Em cada dez entrevistados, **sete (68%) se sentem mais estimulados a comprarem pela internet quando não há cobrança de frete** e 42% quando o tempo de entrega é reduzido.

Na opinião dos internautas que têm como hábito consumir pela internet, a principal vantagem percebida nesse tipo de compra é o **preço mais baixo (53%), a comodidade de comprar sem sair de casa (43%)** e a flexibilidade de poder realizar compras no momento em que quiser (33%). Em contrapartida, as desvantagens mais notadas são o pagamento de frete (64%) e o fato de não poder experimentar ou tocar o produto (58%).

Segundo o levantamento, **64% dos internautas admitem que já desistiram de uma compra** pela internet no momento de concluir o pagamento e, nesses casos, o preço do frete, que encarece o valor final do produto (54%), é o principal empecilho. "O frete é um dos pontos mais sensíveis do comércio online. Muitas pessoas desistem da compra quando veem que a taxa pode encarecer o valor total a ser desembolsado, o que torna um desafio de custo e de logística para quem vende. Com o perfil cada vez mais exigente do consumidor digital, o frete grátis passa a ser um diferencial decisivo para os negócios dos varejistas na internet", analisa a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Outra informação observada na pesquisa é a fidelidade do cliente online. Quando a experiência de compra é positiva, o consumidor tende a visitar novamente a loja online para novas aquisições. Exemplo disso, é que **91% dos entrevistados já compraram mais de uma vez em um mesmo site ou aplicativo**, sobretudo em virtude da confiança na marca (53%) e pelos melhores preços (43%). Outro dado é que quando querem comprar um produto em uma loja online desconhecida, 67% pesquisam o seu índice de reclamação em sites e aplicativos.

Na hora de ir às compras, os conteúdos que os clientes mais esperam encontrar na internet sobre o produto ou serviço desejado são a ficha técnica e

especificações (60%), depoimentos de pessoas que já compararam (56%) e fotos dos detalhes e ângulos do produto (44%).

“No mundo digital, os protagonistas são os consumidores e não as marcas. São eles quem participam ativamente do processo de construção de reputação das empresas, que devem promover um relacionamento mais próximo e de confiança com seus clientes. É o compartilhamento de experiências que influencia a decisão de outras pessoas e não, meramente, a propaganda” explica Pellizzaro Junior.

85% dos internautas ficaram satisfeitos com sua última compra online; entrega fora do prazo e não recebimento do produto são principais queixas

De modo geral, os resultados da pesquisa apontam que o comércio online já conquistou a confiança de grande parte dos consumidores conectados. Levando em conta a última aquisição que fizeram pela internet, **85% dos internautas ficaram satisfeitos**, contra apenas 10% de compradores que se dizem arrependidos.

Além disso, em cada dez consumidores ouvidos, **oito (78%) afirmam não ter enfrentado problemas** em sua última compra feita pela internet. Outros 21% não passaram por uma experiência positiva, sendo que as queixas mais comuns foram a entrega fora do prazo (12%) e o não recebimento do produto (6%). Entre os que lidaram com algum contratempo, 44% conseguiram, de algum modo, solucionar o problema. Nesse caso, 16% receberam o produto com atraso, 14% tiveram o dinheiro devolvido e 7% ficaram com crédito na loja. Outros 45% não conseguiram resolver o problema, sendo que 19% até mesmo desistiram da situação.

Internauta fez, em média, quatro compras online no último trimestre; 57% receberam oferta de desconto caso pagassem à vista

A pesquisa revela que, nos últimos três meses, cada comprador online fez, em média, **quatro aquisições na internet**. Os itens mais adquiridos nesse período foram peças de vestuário, calçados e acessórios (40%), artigos para casa (26%), eletrodomésticos (26%), ingressos para atividades de lazer (25%), perfumes e cosméticos (25%) e também celulares (23%). E o valor desembolsado para levar os produtos para casa na última compra foi, em média, de R\$ 323,84. Para o

pagamento, 58% utilizam o cartão de crédito parcelado diretamente com a loja e 56% o boleto bancário.

A pesquisa ainda mostra que a internet ganha força quando o assunto é parcelar as compras. Entre os consumidores que realizaram compras nos últimos três meses, **sete em cada dez (71%)** dividiram alguma dessas aquisições, sendo que, em média, foram cinco prestações.

Apesar de a maioria ter optado pelo parcelamento nesse período, **57% dos internautas disseram ter recebido oferta de desconto** caso o pagamento fosse à vista, principalmente no boleto bancário (40%) e no cartão de crédito em parcela única (21%). “O parcelamento é um mecanismo útil para o consumidor adquirir bens de maior valor, mas é comum varejistas oferecerem descontos para pagamento à vista nas compras online, especialmente via boleto bancário. Se a pessoa pesquisar, pode ser mais vantajoso optar por esse meio de pagamento, desde que o valor não ultrapasse os limites do orçamento pessoal. Mas se a opção for o parcelamento, vale ficar atento para não ceder às compras por impulso que desajustam as finanças”, alerta o educador financeiro do portal ‘[Meu Bolso Feliz](#)’, José Vignoli.

Metodologia

A pesquisa ouviu 815 consumidores de ambos os gêneros, todas as classes sociais, capitais e acima de 18 anos que fizeram alguma compra online nos últimos 12 meses. A margem de erro é de no máximo 3,43 pp a uma margem de confiança de 95%. Baixe a íntegra da pesquisa em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas>

Informações à Imprensa

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

Andrea Giardino
(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303
andrea.giardino@spcbrasil.org.br

Viviane Marques
(61) 3213-2017 | (61) 98121-5984
viviane.marques@inpressoficina.com.br