

## Uso de aplicativos nas compras online

### Frequências de uso de aplicativos

Entrega de comida	Frequência	Porcentagem
Diariamente	27	4,3%
eventualmente	172	27,4%
mensalmente	64	10,2%
nunca	37	5,9%
quinzenalmente	94	15%
semanalmente	230	36,7%
Ausentes	2	0,3%
Total	626	100%

O uso de aplicativos para entrega de comida é utilizado semanalmente por mais de 35% da amostra, sendo que outros 15% utilizam quinzenalmente, demonstrando a força destes apps nas compras online.

## Importância dos atributos nas compras online

As questões deste bloco foram respondidas em uma escala de 1 a 5, em que 1 era "nada importante" e 5 "muito importante". Os itens 2, 3 e 4 representaram níveis intermediários de importância. A tabela a seguir apresenta as médias e desvios-padrão acerca da importância de cada um dos itens abaixo para consumidor no que tange a compras online.

	Válidos	Média	Desvio Padrão
Comprar online me economiza tempo	626	3,8	1,208
Comprar online facilita a busca por produtos	626	4,1	1,059
Comprar online facilita a comparação de preços	626	4,2	0,957
Comprar online me permite buscar informações sobre o varejista	626	3,5	1,208

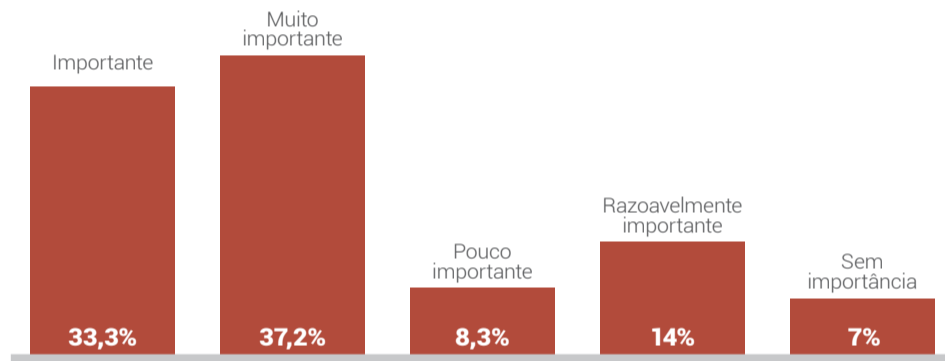
Os atributos tidos como mais importantes nas compras online foram relativos à capacidade de busca de produtos e comparação de preços, ambos com médias superiores a 4.

## Comportamento de consumo loja física x online

As questões deste bloco foram respondidas em uma escala de 1 a 5, em que 1 era "discordo totalmente" e 5 "concordo totalmente". Os itens 2, 3 e 4 representaram níveis intermediários de concordância. A tabela a seguir apresenta as médias e desvios-padrão acerca da concordância com cada um dos itens abaixo para o consumidor no que tange a compras integradas nos canais físico e online. Esta questão teve como respondentes apenas a amostra de consumidores coletados através das bases de dados do JC, assim, o total de respondentes válidos é menor aqui.

	Válidos	Média
Eu costumo ver um produto na loja física e depois buscar e comprar online (showrooming)	227	3,1
Eu costumo pesquisar um produto online para depois ir experimentar e comprar na loja física (webrooming)	227	3,2
Eu compro produtos online para entrega ou retirada na loja física	227	2,7
Eu me sinto seguro em disponibilizar meus dados pessoais para compras online	227	2,7

Interessante observar que não existe alta concordância acerca de comportamentos de webrooming e showrooming por parte da amostra pesquisada. Os consumidores também não costumam praticar o chamado click and collect e nem se sentem seguros com a disponibilização de dados pessoais online. Ou seja, ainda há muito espaço para os consumidores se tornarem omnicanais no varejo.



## Avaliação de importância de compras online

Comprar online me economiza tempo	Frequência	Porcentagem
Importante	209	33,3%
Muito importante	233	37,2%
Pouco importante	52	8,3%
Razoavelmente importante	88	14%
Sem importância	44	7%
Total	626	100%

# Na Farmácia São João tem

## SERVIÇOS CLÍNICOS FARMACÊUTICOS

Apenas algumas gotas de sangue coletadas do dedo

Resultados em poucos minutos

**GRAVIDEZ**

**PERFIL LIPÍDICO**  
(Colesterol e Triglicérides)

**BIOIMPEDÂNCIA**  
(Balança para verificação da composição corporal)

**TSH** (Tireóide)

**HEMOGLOBINA GLICADA** (Diabetes)

**CONSULTE A FILIAL MAIS PRÓXIMA DE VOCÊ.**

\* Estes procedimentos não substituem a consulta médica, são testes de triagem inicial e não possuem fins de diagnóstico