

Meios de pagamento e compras no varejo

Questão de múltipla escolha

	Frequência	Porcentagem
Pix - Varejo físico	318	50,7%
Pix - Compras em ambientes online	351	56%
Cartão de crédito - Varejo físico	479	76,5%
Cartão de crédito - Compras em ambientes online	492	78,5%
Cartão de débito - Varejo físico	430	68,6%
Cartão de débito - Compras em ambientes online	151	24,1%
Boleto - Varejo físico	61	9,7%
Boleto - Compras em ambientes online	306	48,8%
Paypal - Varejo físico	15	2,3%
Paypal - Compras em ambientes online	164	26,1%
Transferência bancária - Varejo físico	78	12,4%
Transferência bancária - Compras em ambientes online	123	19,6%
Dinheiro - Varejo físico	45	55,1%
Dinheiro - Compras em ambientes online	34	5,4%
Outros - Varejo físico	7	1,1%
Outros - Compras em ambientes online	8	1,2%

Quando se observam os meios de pagamento utilizados pelos consumidores tanto no varejo físico quanto no online, há ainda uma prevalência grande do cartão de crédito em ambos os ambientes, cerca de 80% dos consumidores relatam seu uso. O cartão de débito, por outro lado, é referência apenas no varejo físico, assim como o boleto no ambiente online. Outro meio presente nas compras físicas e online é o Pix.

Escolaridade dos consumidores

Escolaridade	Frequência	Porcentagem
Fundamental completo	2	0,3%
Fundamental incompleto	2	0,3%
Médio completo	46	7,3%
Médio incompleto	6	0,9%
Pós-graduação incompleto ou completo	201	32,1%
Superior completo	160	25,5%
Superior incompleto	209	33,3%
Total	626	100%

Apesar de jovem, a base de dados respondente do estudo tem bom nível de formação, cerca de 59% está cursando ou já concluiu o curso superior. Outros 32% têm pós-graduação. Esses dados refletem uma base oriunda tanto de leitores do JC como de contatos de estudantes de graduação. Assim, são um recorte qualificado do consumidor do varejo, mas não correspondem ao corte educacional da população de Porto Alegre no geral.

Formação das famílias

Filhos	Frequência	Porcentagem
Não	406	64,8%
Sim	220	35,1%
Total	626	100%

Convergente com a questão etária e relacional, cerca de 65% da amostra relata não ter filhos, o que certamente impacta a forma como o consumo no varejo vai ser reportado e interpretado por estas pessoas.

Qual a jornada de compra?

Eu costumo ver um produto na loja física e depois buscar e comprar online (showrooming)	Frequência	Porcentagem
Discordo totalmente	23	10,1%
Discordo	39	17,1%
Nem discordo nem concordo	58	25,5%
Concordo	90	39,6%
Concordo totalmente	17	7,4%
Total	227	100%



Investimentos

Questão de múltipla escolha

Investimentos financeiros em	Frequência	Porcentagem
Renda fixa - Poupança, CDB, fundos de renda fixa, previdência privada etc.	387	61,8%
Renda variável - Fundos de renda variável, ações, etc.	158	25,2%
Investimentos imobiliários - compra de terrenos e imóveis	92	14,6%
Investimentos em criptomoedas - Bitcoin, NFTs, etc.	60	9,5%
Não possui investimentos	187	29,8%
Não informaram os investimentos	239	38,1%

Sobre os investimentos financeiros, mais de 60% da amostra relata ter investimentos em renda fixa. Por outro lado, mais de 38% não responderam a esta questão e cerca de 30% relataram não ter investimentos.



Perspectivas pós-eleições

Como você vê o futuro do País no próximo ano, pós-eleições?

Futuro do País no próximo ano	Frequência	Porcentagem
Igual	196	31,3%
Melhor	250	39,9%
Muito melhor	60	9,5%
Muito pior	37	5,9%
Pior	83	13,2%
Total	626	100%

Interessante observar o otimismo dos respondentes, quase 40% relatam que vêem 2023 melhor que este ano, e cerca de 30% igual. Apesar dos problemas econômicos e sociais atuais, parece haver uma correlação alta com intenção e perfil de voto em termos de oposição e situação.