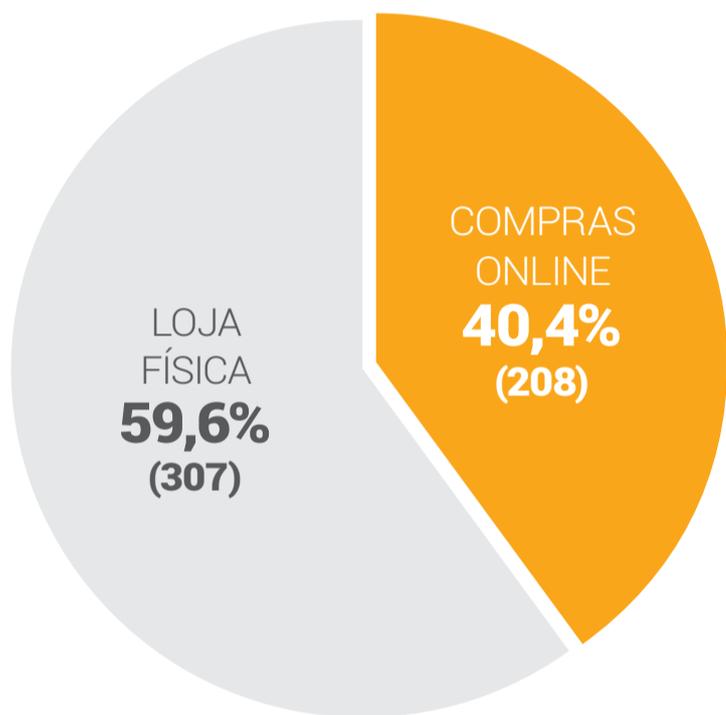


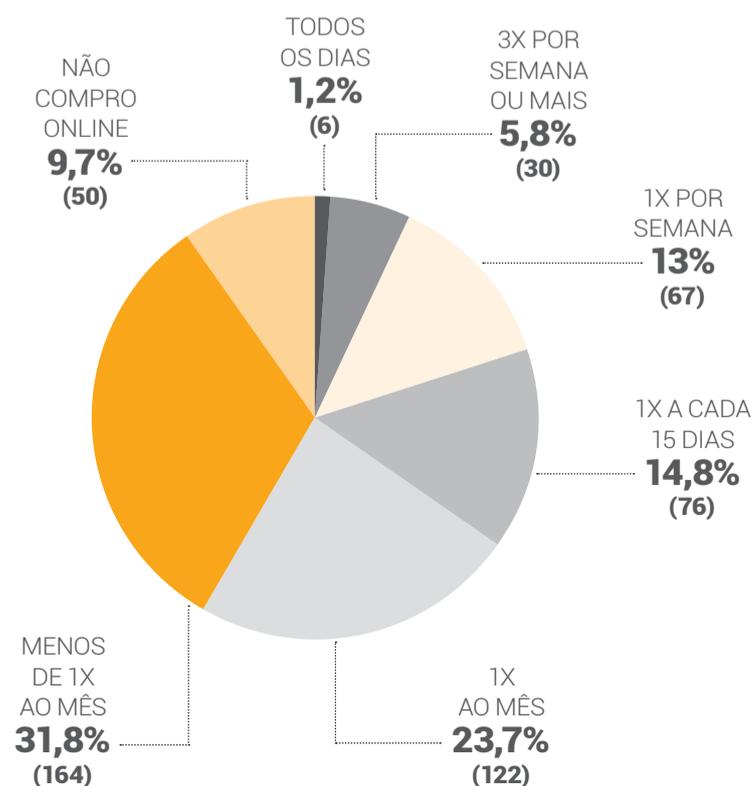
## Compra online x offline

No sentido de compreender os comportamentos e motivações associadas à opção de compra entre varejo físico ou digital – ou ainda, por uma jornada de consumo “figital” – foram questionados diversos aspectos visando um melhor entendimento deste fenômeno. Logo de início, é possível observar que, considerando a amostra do estudo, ainda há uma preferência pela loja física, apontada por 59,6% dos respondentes. Na pesquisa realizada em 2023, 63,3% indicaram preferir a loja física, o que demonstra gradual avanço do modelo online (cabe reforçar que em 2024, em função do cenário vivido no Rio Grande do Sul, o estudo abordou variáveis distintas, não contemplando esta questão).



## Frequência de compra online

Em relação ao crescimento gradual das compras online, 58,5% dos entrevistados realizam pelo menos uma compra online por mês, enquanto 7% compram no mínimo 3 vezes por semana ou todos os dias. Menos de 10% dos participantes afirmaram não realizar compras online.



## Razões para comprar em loja física

Quando são analisadas as razões para a compra em lojas físicas, a possibilidade de experimentação do produto continua sendo o fator mais importante na ótica do consumidor, sendo considerado “importante” ou “muito importante” por 80% dos respondentes (média igual a 4,1 em uma escala de importância de 1 a 5). A entrega imediata e os aspectos sensoriais do toque e manuseio do produto aparecem logo na sequência. Isto reforça o papel da loja física como um ponto de experiências, de conexão do consumidor com os produtos e respectivas marcas, função que o varejo tende a assumir cada vez mais ao longo da jornada do consumidor.

	RAZOAVELMENTE IMPORTANTE	IMPORTANTE	SEM IMPORTÂNCIA	POUCO IMPORTANTE	MUITO IMPORTANTE
	%	%	%	%	%
PRODUTOS PARA ENTREGA IMEDIATA	4,5	4,7	13,0	41,0	36,9
VENDEDORES DISPOSTOS A AJUDAR NA TOMADA DE DECISÃO	12,4	20,6	23,7	28,3	15,0
POSSIBILIDADE DE EXPERIMENTAR O PRODUTO	1,9	4,3	14,0	41,6	38,3
PREÇOS MAIS VANTAJOSOS/ PROMOÇÕES	4,9	8,0	17,1	35,1	35,0
CAPACIDADE DE TOCAR/SENTIR O PRODUTO	3,3	5,8	13,2	39,2	38,4
EXPERIÊNCIA DE COMPRA COMPLETA	6,2	10,9	16,1	34,8	32,0

## Razões para comprar online

Por sua vez, o fator mais importante para a compra online foi a facilidade para comparar preços, apontado como “importante” ou “muito importante” por mais de 88% da amostra (média de 4,4). A facilidade de pesquisar/buscar produtos também aparece com elevados percentuais nos níveis de maior importância, alcançando média de 4,1.

NÍVEL DE IMPORTÂNCIA	SEM IMPORTÂNCIA	POUCO IMPORTANTE	RAZOAVELMENTE IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUITO IMPORTANTE
	%	%	%	%	%
ME ECONOMIZA TEMPO	5,4	7,5	16,6	33,8	36,8
FACILITA A BUSCA POR PRODUTOS	2,4	4,3	13,3	37,0	43,0
FACILITA A COMPARAÇÃO DE PREÇOS	1,5	1,7	8,4	36,6	51,8
ME PERMITE BUSCAR INFORMAÇÕES SOBRE O VAREJISTA	3,7	7,7	17,8	38,3	32,5

## Plataforma em que prefere realizar compras online

Os marketplaces dominam a preferência dos consumidores como plataforma para realizar compras online. Entre os respondentes que utilizam os canais digitais para comprar, 64,3% afirmaram preferir comprar em marketplaces. Este percentual é bem superior aos 48,5% observados na pesquisa de 2023.

Os sites das lojas aparecem na sequência, mas com percentual bem inferior, de 24,7% (em 2023, este percentual era de 37,5%).

Compras por aplicativos foram apontadas por 11% dos entrevistados na pesquisa atual como plataforma preferida (contra 13,9% em 2023). Estes dados demonstram um avanço gradual e consistente das operações em marketplaces, que operam, de fato, como verdadeiros shoppings virtuais, gerando benefícios inclusive quando comparamos esses dados com os resultados apresentados anteriormente, onde facilidade de comparação

de preços e de busca de produtos apareceram como as razões mais importantes para a compra online. Nestas funcionalidades, marketplaces são imbatíveis com sua ampla gama de produtos, lojas e ofertas.

**MARKETPLACE** (Mercado Livre, Amazon, Shopee e outros): **64,3%** (299)

**SITE DA LOJA: 24,7%** (115)

**APLICATIVOS: 11%** (51)