

INDICATIVOS DE TENDÊNCIAS PARA COMPRAS VIRTUAIS - ITCV

**INSTITUTO DE PESQUISAS
DE JABOTICABAL**

RUA SÃO SEBASTIÃO, 179
CENTRO JABOTICABAL/SP
(16) 3507-0014



**JUNHO
2022**



1) INTRODUÇÃO

O município de Jaboticabal é situado no nordeste do estado de São Paulo e pertence à região administrativa de Ribeirão Preto. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2021 o município possuía uma população estimada de 78.029 habitantes e, em 2019, apresentou um Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* de R\$38.082,72. A atividade econômica que mais se destaca na cidade é o agronegócio, ressaltando-se as culturas de cana-de-açúcar e amendoim.

Em 2020, com a chegada da pandemia da COVID-19, muitas áreas foram afetadas, como, por exemplo, o setor de comércio, que foi obrigado a fechar as portas de seus estabelecimentos e desenvolver novas estratégias de vendas. Uma das novas técnicas adotadas por este setor foi o desenvolvimento das compras em *delivery*, ou seja, o cliente não precisava mais ir até a loja física para adquirir um produto, ele poderia fazer a aquisição através de forma virtual e receber a mercadoria em sua própria residência; a entrega era feita pela loja onde o indivíduo realizou a compra.

Desse modo, pode-se dizer que, o empresário não ficou estagnado com a situação da pandemia, mas procurou por alternativas para que ainda continuasse gerando receita.

A pesquisa Indicativos de Tendências para Compras Virtuais (ITCV) foi desenvolvida pelo Instituto de Pesquisas de Jaboticabal (IPJAB) com a finalidade de entender como a população de Jaboticabal está se comportando em meio a esse período pandêmico, no que diz respeito ao quesito “compras”. É fundamental compreender o perfil de compras dos cidadãos, a fim de poder auxiliar o empresariado da cidade no bom andamento de seus negócios. Se a maior parte da população opta por utilizar as plataformas virtuais para adquirir bens e serviços é importante que as empresas estejam preparadas para oferecer seu atendimento através deste canal. Se a maioria das pessoas ainda faz compras fisicamente, o mesmo continua valendo.

A pesquisa foi realizada com a população de Jaboticabal, de forma aleatória e os contatos foram fornecidos pela lista telefônica. Os resultados relativos à pesquisa ITCV de junho de 2022, bem como, as outras pesquisas também realizadas pelo IPJAB, estão disponíveis no site: www.ipjab.com

2) METODOLOGIA

2.1. Geral

A pesquisa ITCV é realizada pelo IPJAB com a população da cidade de Jaboticabal/SP. A coleta de dados e elaboração dos resultados obedecem a uma periodicidade trimestral e as variáveis investigadas seguem esta regularidade nas respostas. Os participantes da pesquisa respondem se possuem acesso à internet em suas residências e dizem se realizam a maior parte de suas compras de forma presencial ou virtual, além disso, a pesquisa procura entender as formas de pagamento que os respondentes mais utilizam e, também, propõe que os participantes avaliem os quesitos mais relevantes durante as compras convencionais, bem como, as virtuais.

A coleta dos dados é feita por meio telefônico através de um questionário elaborado pela equipe do IPJAB, e as respostas são tabuladas por meio da plataforma “Planilhas Google”, para cálculo e validação da pesquisa.

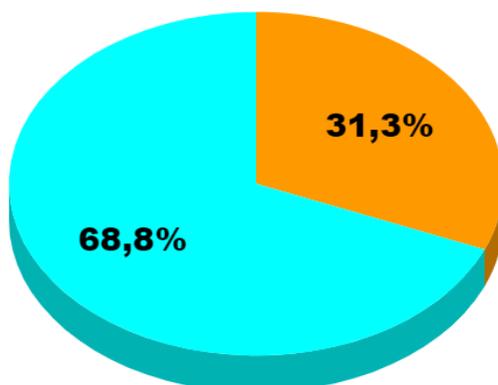
2.2 Amostra

A pesquisa foi realizada com 80 respondentes e, ressalta-se, todas elas são pessoas residentes do município de Jaboticabal/SP.

3) RESULTADOS

A coleta de dados da pesquisa ITCV, referente ao mês de março de 2022, ocorreu entre os dias 02 de junho a 22 de junho de 2022, via telefone. Os resultados da pesquisa são apresentados a seguir.

1) Sexo dos participantes



● **Masculino** ● **Feminino**

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

Pode-se dizer que, a maior parte dos respondentes da pesquisa foi do sexo feminino, representado por 68,8% do total de respondentes, o que corresponde a 55 mulheres. Já a população masculina entrevistada foi de 31,3%, equivalente a 25 homens.

2) Idade dos participantes

Idade	Respondentes
De 18 a 29 anos	6
De 30 a 39 anos	5
De 40 a 49 anos	14
De 50 a 59 anos	19
Mais de 60 anos	34
Não quis informar	2
Total	80

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

A partir dos resultados, pode-se dizer que a maior parte dos respondentes da pesquisa foi de uma população predominantemente idosa, com 34 respondentes acima dos 60 anos. Entretanto, em relação à pesquisa do trimestre anterior (março de 2022), tem-se uma maior adesão da pesquisa na faixa etária dos 40 a 49 anos e na faixa etária dos 50 a 59 anos, representando, respectivamente, 14 e 19 respondentes.

3) Estado civil dos participantes

Estado civil	Respondentes
Casado(a)	42
Solteiro(a)	18
Viúvo(a)	13
Divorciado(a)	4
Não quis informar	3
Total	80

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

A maior parte dos entrevistados são casados, representada por 42 respondentes.

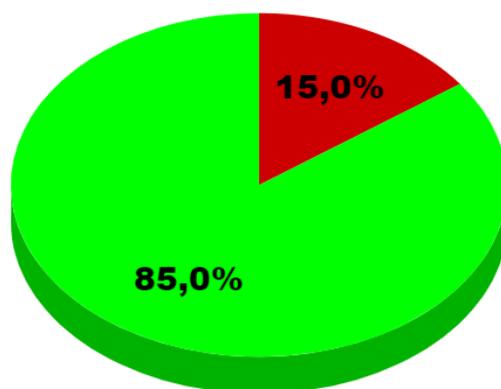
4) Escolaridade dos participantes

Escolaridade	Respondentes
Ensino Fundamental Incompleto	12
Ensino Fundamental Completo	15
Ensino Médio Incompleto	7
Ensino Médio Completo	23
Ensino Superior Incompleto	2
Ensino Superior Completo	18
Não quis informar	3
Total	80

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

Dentre os respondentes destacam-se aqueles que possuem Ensino Médio Completo, representado por 23 pessoas e aqueles que possuem Ensino Superior Completo, representado por 18 pessoas.

5) Acesso à Internet na residência ou fora dela

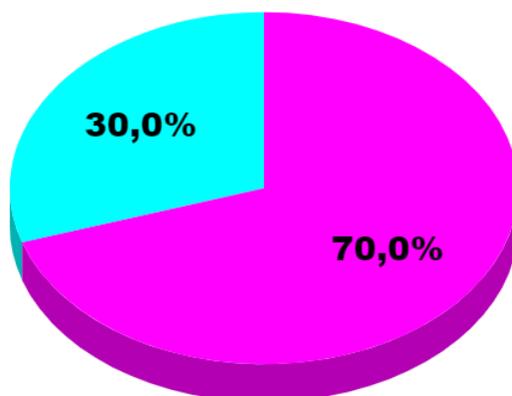


● **Não** ● **Sim**

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

A maioria dos entrevistados possui acesso à internet em suas casas ou, então, fora delas de alguma forma (internet móvel no celular, casa de parentes, etc.). Dentre os respondentes que não possuem internet em suas residências se destacam as pessoas acima dos 60 anos, que relataram não possuir necessidade desse tipo de serviço em virtude do auxílio de parentes, como filhos(as) e netos(as), para eventuais situações de uso. Além disso, pode-se destacar as pessoas que eventualmente residem no campo e justamente por isso, em seus respectivos pontos de vista, não sentem a vontade de acessarem a internet e seus meios de uso, em suas residências ou até mesmo fora dela.

6) Maioria das compras em lojas convencionais (presencialmente) ou virtuais



● **Lojas convencionais** ● **Lojas virtuais**

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

Tem-se que a maioria dos respondentes realiza suas compras de maneira convencional, ou seja, presencialmente. Isso porque, considerando as principais declarações feitas pelos respondentes, foi possível confirmar que a escolha da compra convencional se dá pelo fato da preferência em conseguir visualizar os produtos e ter a confiança de seu perfeito estado. Ademais, é válido ressaltar que referente às compras virtuais, os entrevistados declararam que muitas vezes visualizavam os produtos desejados em lojas físicas e efetuavam a compra em lojas virtuais, em virtude da flexibilidade de pagamento que o meio oferecia. Além disso, destacam-se comentários a respeito da falta de facilidade ao acesso às lojas físicas no centro da cidade de Jaboticabal. Ou seja, para uma parcela dos entrevistados, a dificuldade de conseguir um local adequado para estacionar o veículo é um empecilho para esse tipo de compra, no caso, a compra física.

7) Frequência de compras de artigos on-line pelos respondentes nos últimos 3 meses

Frequência	Respondentes
Nenhuma vez	32
1 a 4 vezes	35

5 a 8 vezes	6
Mais de 8 vezes	7
Total	80

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

Nessa questão, é válido ressaltar que a maioria dos respondentes da opção “nenhuma vez” são aqueles que não possuem confiança suficiente para realizar compras nesse meio e/ou não possuem acesso à internet e/ou estão na faixa etária acima dos 50 anos. Já dentre os respondentes das outras opções, tem-se pessoas cujas idades variam entre as demais faixas etárias e que possuem preferência por compras virtuais devido, principalmente, a facilidade que esse meio oferece, dispensando a saída de casa e apresentando diversas opções. Além disso, tem-se preferência por compras virtuais devido ao preço que, muitas vezes, se encontra inferior ao que é disponibilizado em lojas físicas e, justamente por isso, tem-se no meio virtual uma maior facilidade de pagamento/parcelamento dos produtos adquiridos.

8) Formas de pagamento utilizadas pelos respondentes ao realizarem compras, tanto convencionais quanto virtuais

Formas de pagamento	Respondentes
Em dinheiro	20
Cartão de crédito ou débito	45
Boleto bancário	6
Transferência bancária/PIX	5
Outros	4
Total	80

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

De acordo com os dados coletados, é possível observar que a maioria dos respondentes pagam suas compras via cartão de crédito ou débito. Destacam-se, também, os pagamentos via dinheiro.

9) Fatores relevantes para a realização de compras convencionais

Itens	Respondentes
Facilidade em trocar produtos defeituosos	21
Facilidade de pagamento/parcelamento	15
Confiança para realizar a compra	22
Disponibilidade do produto	28
Atendimento recebido	40
Agilidade na entrega do produto	20

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

Nessa questão, é válido ressaltar que a pergunta permitiu a escolha de diversas alternativas, isto é, o respondente possuía a liberdade de escolher mais de uma opção que lhe fosse relevante nos momentos das compras convencionais. Pode-se observar que, dentre as opções apontadas, destacam-se o atendimento recebido, a disponibilidade do produto e a confiança para realizar a compra, nessa ordem de relevância, respectivamente. Assim, dentre os comentários feitos pelos respondentes, verificou-se que o atendimento é o que possui maior relevância para os consumidores uma vez que “ser bem atendido é fundamental” e os motiva a querer comprar novamente no estabelecimento que apresenta essa característica. Caso o estabelecimento não tenha um atendimento considerável minimamente aceitável, o consumidor deixa de adquirir os produtos da loja, mesmo com a intenção clara de compra. Ademais, ver o produto em mãos antes de adquiri-lo, confiar na qualidade através do estabelecimento e recebê-lo em casa o quanto antes, faz total diferença para os entrevistados em questão.

10) Fatores relevantes para a realização de compras virtuais

Itens	Respondentes
Facilidade em trocar produtos defeituosos	9
Facilidade de pagamento/parcelamento	19
Confiança para realizar a compra	17
Disponibilidade do produto	15

Atendimento recebido	8
Agilidade na entrega do produto	20

Fonte: Instituto de Pesquisas de Jaboticabal – IPJAB/(2022)

Assim como para as compras convencionais, nessa questão, é válido ressaltar que a pergunta permitiu a escolha de diversas alternativas pelos respondentes. Desse modo, em relação às compras virtuais, a agilidade de entrega, a facilidade de pagamento/parcelamento e a confiança para realizar a compra impactam com relevância na escolha dos entrevistados em comprar por esse meio. Assim, de acordo com os respondentes, as compras virtuais permitem que eles encontrem, constantemente, melhores condições de pagamento/parcelamento. Além disso, para que as compras virtuais sejam realizadas por eles, dois critérios precisam estar presentes - a boa reputação da loja virtual e um bom prazo de entrega dos produtos.

4) CONCLUSÕES

Através dos resultados obtidos na respectiva pesquisa, pode-se concluir que boa parte da população de Jaboticabal ainda se identifica com as compras convencionais. Seja pela necessidade e/ou costume de visualizar os produtos antes de adquiri-los, seja pela confiança no estabelecimento ou até mesmo pela dificuldade de adaptação ao comércio digital. Entretanto, ainda que isso ocorra, é perceptível também ainda pelos resultados obtidos, mas em especial, pelos comentários feitos, de que a população, mesmo que aos poucos, vem se familiarizando com as compras virtuais e se inserindo nesse tipo de compra, em virtude da facilidade que o meio oferece em encontrar produtos e adquiri-los com boas condições de preço, pagamento e parcelamento. Haja vista a importância desses últimos tópicos abordados em virtude ainda das consequências do pós-pandemia.

Localização	Associação Comercial, Industrial e de Agronegócios de Jaboticabal (ACIAJA) Rua São Sebastião, 179 Jaboticabal/SP
Corpo Técnico	Prof. Dr. Adriano dos Reis Lucente André José Biffi Ribeiro Débora Aparecida da Silva Ferreira Alexandre Masselani Falconi Maurício Palazzo Barbosa Paulo H. Bellingieri Lucas Souza Ramos Neto Arthur Fernandes Machado Rafael da Silva Ijanc Humberto Montans Bellodi
Site e redes sociais	https://www.ipjab.com http://www.aciaja.com.br/ipeja/ https://www.facebook.com/ipjab.jaboticabal/ https://www.instagram.com/ipjab.jaboticabal/
Empresas apoiadoras	Cerâmica Stéfani , Imobiliária Realiza , Uniodonto Jaboticabal , Organização Contábil Helija, Bianco e Machado Recuperação de Crédito , Óticas Carol Jaboticabal , KND Consultoria e Treinamento , Beraldo Costa Contabilidade Empresarial , Concreteto e Tinta e Cia .