

INDICATIVOS DE TENDÊNCIAS PARA COMPRAS VIRTUAIS - ITCV

**INSTITUTO DE PESQUISAS
DE JABOTICABAL**

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



**MARÇO
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 março 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 e virtual (Google Docs), 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.

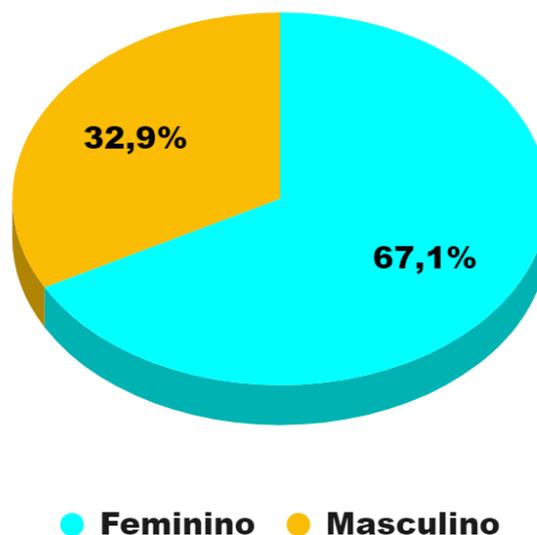
2.2 Amostra

A pesquisa foi realizada com 76 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 23 de março a 18 de abril de 2022, via telefone e formulários do Google. Os resultados da pesquisa são apresentados a seguir.

1) Sexo dos participantes



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 67,1% do total de respondentes, o que corresponde a 51 mulheres. Já a população de homens pesquisados foi de 34,9%, equivalente a 25 homens.

2) Idade dos participantes

Idade	Respondentes
De 18 a 29 anos	20
De 30 a 39 anos	8
De 40 a 49 anos	9
De 50 a 59 anos	14
Mais de 60 anos	25
Total	76

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

Para uma melhor interpretação dos resultados, as respostas foram segmentadas em faixas etárias. A partir dos resultados, pode-se dizer que a maior parte dos respondentes da pesquisa foi de uma população predominantemente idosa, com 25 respondentes acima dos 60 anos. Entretanto, há também uma boa participação da faixa etária mais jovem. Nela encontram-se 20 respondentes que possuem idade dos 18 aos 29 anos.

3) Estado civil dos participantes

Estado civil	Respondentes
Solteiro(a)	25
Casado(a)	33
Divorciado(a)	11
Viúvo(a)	7
Total	76

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

A maior parte dos entrevistados são casados, representada por 33 respondentes.

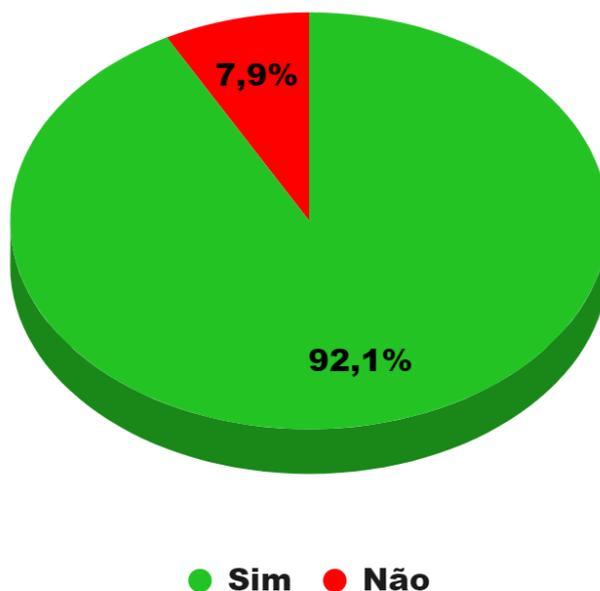
4) Escolaridade dos participantes

Escolaridade	Respondentes
Ensino Fundamental Incompleto	4
Ensino Fundamental Completo	10
Ensino Médio Incompleto	5
Ensino Médio Completo	15
Ensino Superior Incompleto	14
Ensino Superior Completo	28
Total	76

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

As pessoas que possuíam ensino superior completo formaram a maioria dos respondentes, sendo representada por 28 pessoas.

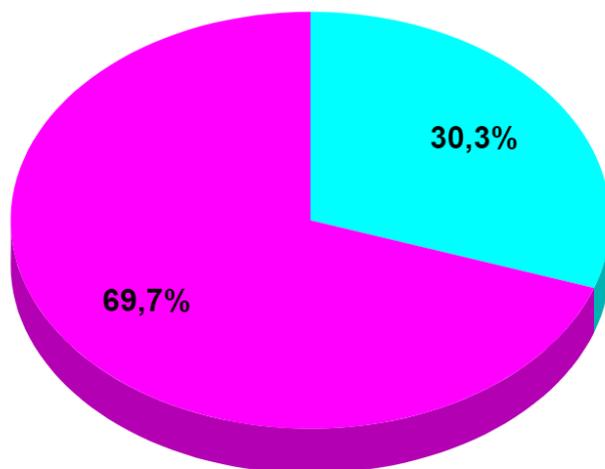
5) Acesso à Internet na residência ou fora dela?



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 sentir necessidade de possuir esse serviço.

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



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

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 ao vivo antes de efetuar a compra de fato.

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

Frequência	Respondentes
Nenhuma vez	31
1 a 4 vezes	22
5 a 8 vezes	15
Mais de 8 vezes	8
Total	76

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 possuem preferência por compras convencionais e/ou não possuem acesso a internet e/ou possuem mais de 60 anos. Já dentre os respondentes das outras opções tem-se pessoas cujas idades variam de 30 a 60 anos e que possuem preferência por compras virtuais devido, principalmente, a facilidade que esse meio oferece, dispensando a saída de casa e apresentando diversas opções.

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

Formas de pagamento	Respondentes
Em dinheiro	16
Cartão de crédito ou débito	46
Boleto bancário	6
Transferência bancária/PIX	5
Outros	3
Total	76

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 e boleto bancário.

9) Fatores relevantes para a realização de compras convencionais

Itens	Respondentes
Facilidade em trocar produtos defeituosos	14
Facilidade de pagamento/parcelamento	20
Confiança para realizar a compra	33
Disponibilidade do produto	34
Atendimento recebido	35
Agilidade na entrega do produto	33

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. Dentre as declarações dos 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. Além disso, a disponibilidade do produto e a confiança na loja impactam significativamente também nas compras. Isso porque, pela opinião dos respondentes, observa-se uma preferência em obter os produtos o quanto antes e adquiri-los em loja física os permite isso.

10) Fatores relevantes para a realização de compras virtuais

Itens	Respondentes
Facilidade em trocar produtos defeituosos	6
Facilidade de pagamento/parcelamento	18
Confiança para realizar a compra	16
Disponibilidade do produto	13
Atendimento recebido	9
Agilidade na entrega do produto	22

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. Os resultados mostraram que, para as compras virtuais, as opções mais relevantes foram a agilidade na entrega do produto, a facilidade de pagamento/parcelamento e a confiança para realizar as compras. De acordo com os respondentes, as compras virtuais permitem que eles encontrem, constantemente, melhores condições de pagamento e parcelamento em comparação com as compras realizadas convencionalmente. 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

Pode-se concluir através das análises dos dados obtidos pelas entrevistas que a maioria da população da cidade de Jaboticabal ainda é adepta das compras convencionais, em especial dentre a população mais velha - na faixa etária dos 40 anos em diante. Porém, observa-se entre a população mais nova - na faixa etária dos 18 aos 40 anos -, uma tendência maior às compras virtuais em decorrência das consequências da pandemia e paralisação por um período das lojas convencionais com os avanços das lojas virtuais. Isso pode ser confirmado quando se observa, através de declarações dos respondentes, uma familiarização pelo mundo virtual nesse período e descoberta de vantagens na realização de compras que esse meio proporciona, em especial a praticidade de compra e a variedade de produtos.

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 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 .