

E-BOOK 2024  
PERFIL DOS  
CONSUMIDORES

*lojas físicas  
e online*

 **CDL**  
Caxias do Sul

# PERFIL DOS CONSUMIDORES EM LOJAS FÍSICAS E ONLINE

Quais motivos levam os consumidores caxienses a comprar em lojas física ou online? Esse é um dos questionamentos que constam na pesquisa inédita realizada pela CDL Caxias, que traça o perfil dos consumidores em ambientes tradicional e digital.

Com o objetivo de auxiliar o lojista a compreender o que os clientes buscam e desejam, a pesquisa identificou que 50% dos consumidores realizam a maioria das compras em plataformas online. Outros 24,1% adquirem apenas em lojas físicas e 14% preferem estabelecimentos convencionais ao invés do digital.

Os principais motivos elencados por quem opta pelos canais virtuais são o preço menor (44,5%), comodidade de não sair de casa (23,1%) e encontrar tudo que precisa (17,5%). Já quem prefere as lojas físicas destaca a proximidade (30,8%), facilidade para tocar os produtos (26,7%) e a pronta-entrega dos itens (12%).

A pesquisa da CDL Caxias foi realizada com 772 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 27 e 30 de agosto de 2024. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

Veja os dados completos nas páginas a seguir.

# ONDE AS COMPRAS SÃO FEITAS

## AS MAIORIA DAS SUAS COMPRAS SÃO FEITAS EM LOJA FÍSICA OU ONLINE?\*



\*Os respondentes só podiam escolher uma opção, mesmo fazendo compras no online e lojas físicas, precisavam escolher onde compram mais, ou se quem faz a maioria das compras é outra pessoa. Ou seja, cada entrevistado só respondeu as perguntas seguintes, referentes a escolha desta pergunta. Nenhum respondeu duas opções.

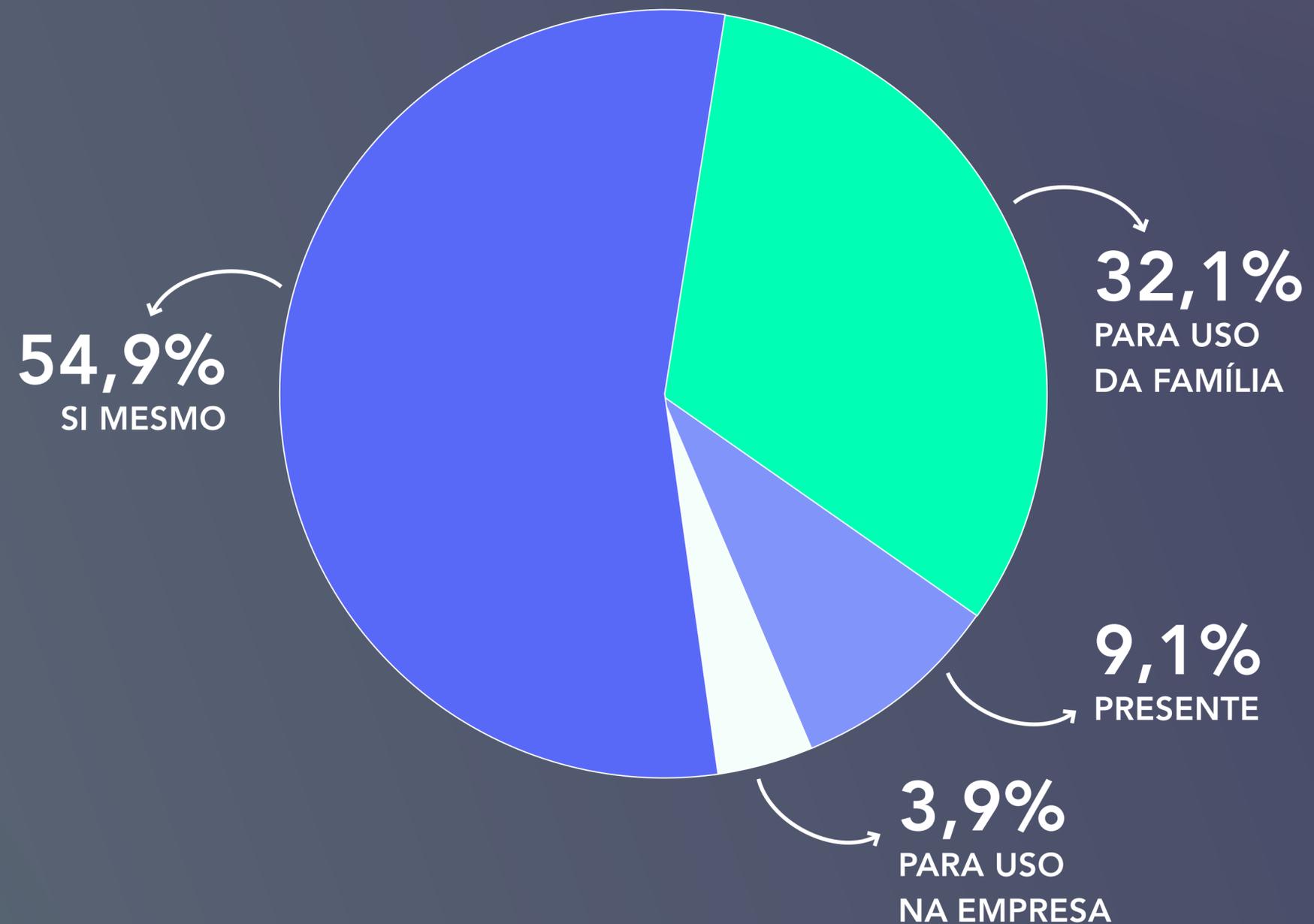


## PERFIL DOS CONSUMIDORES

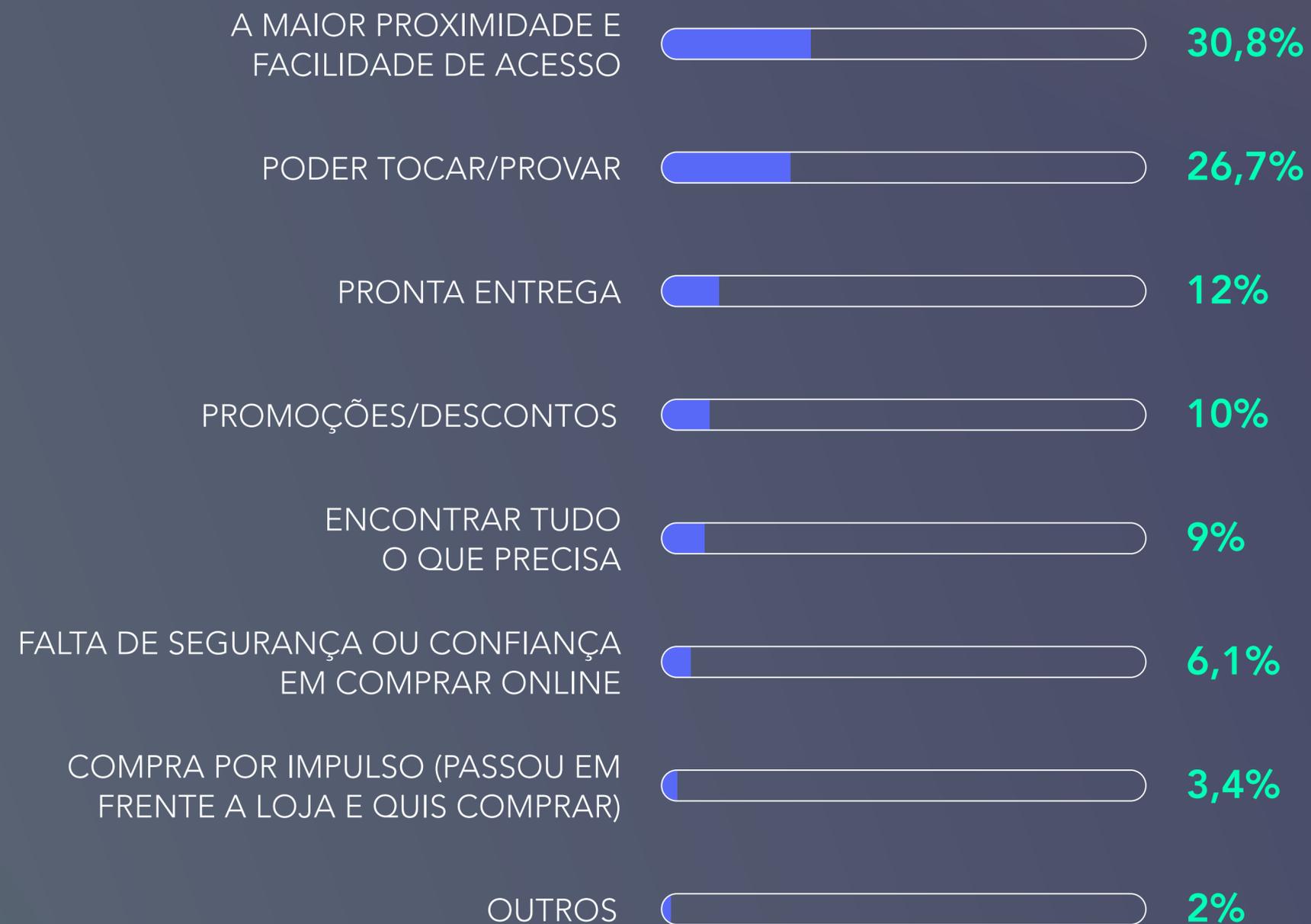
*Loja Física*

As próximas pergunta foram feitas aos 38,1% que responderam na primeira questão que a maioria ou todas as compras são feitas em loja física.

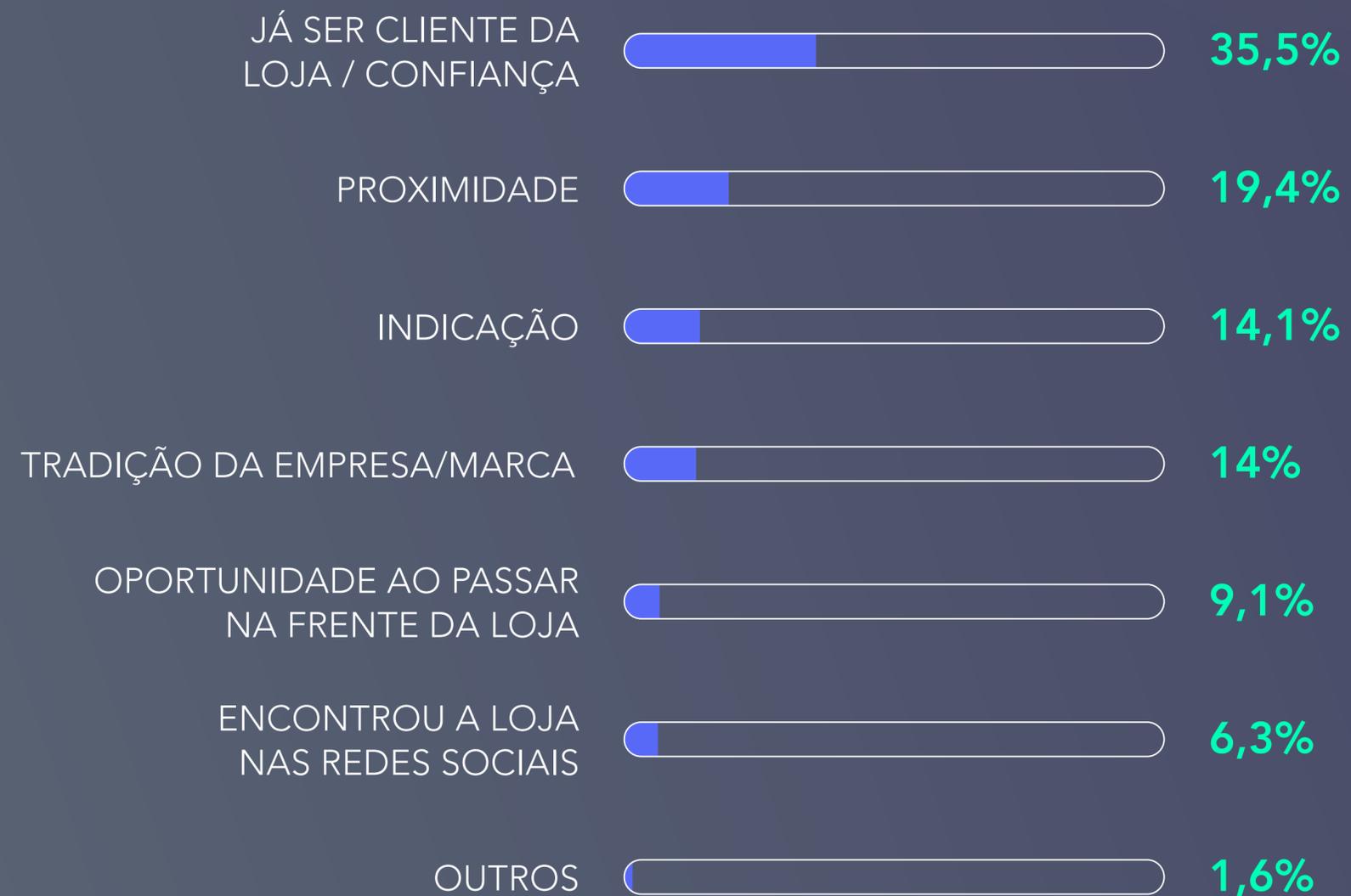
# A MAIORIA DAS COMPRAS QUE VOCÊ FAZ SÃO PARA QUEM?



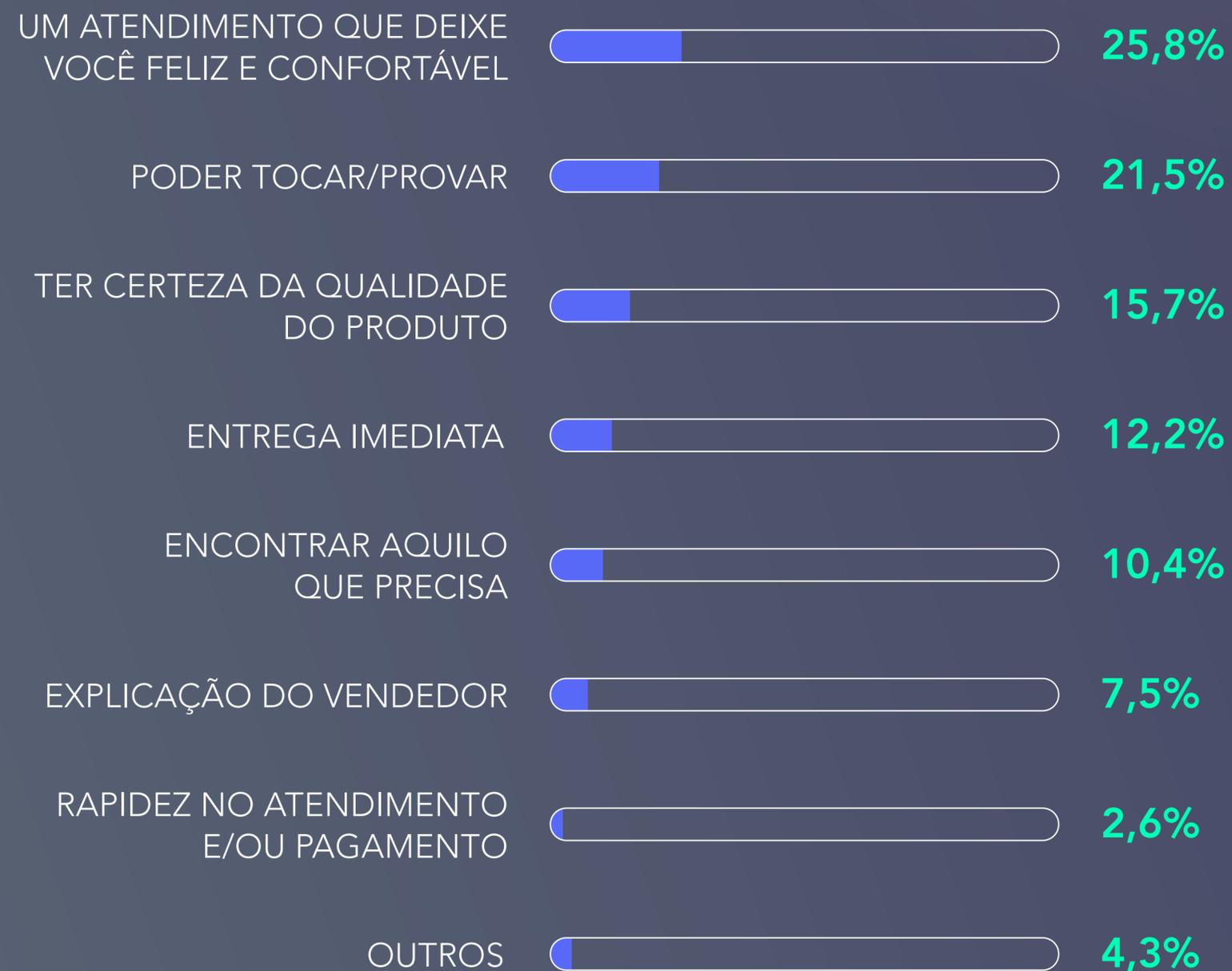
# POR QUE ESCOLHE COMPRAR EM LOJA FÍSICA?



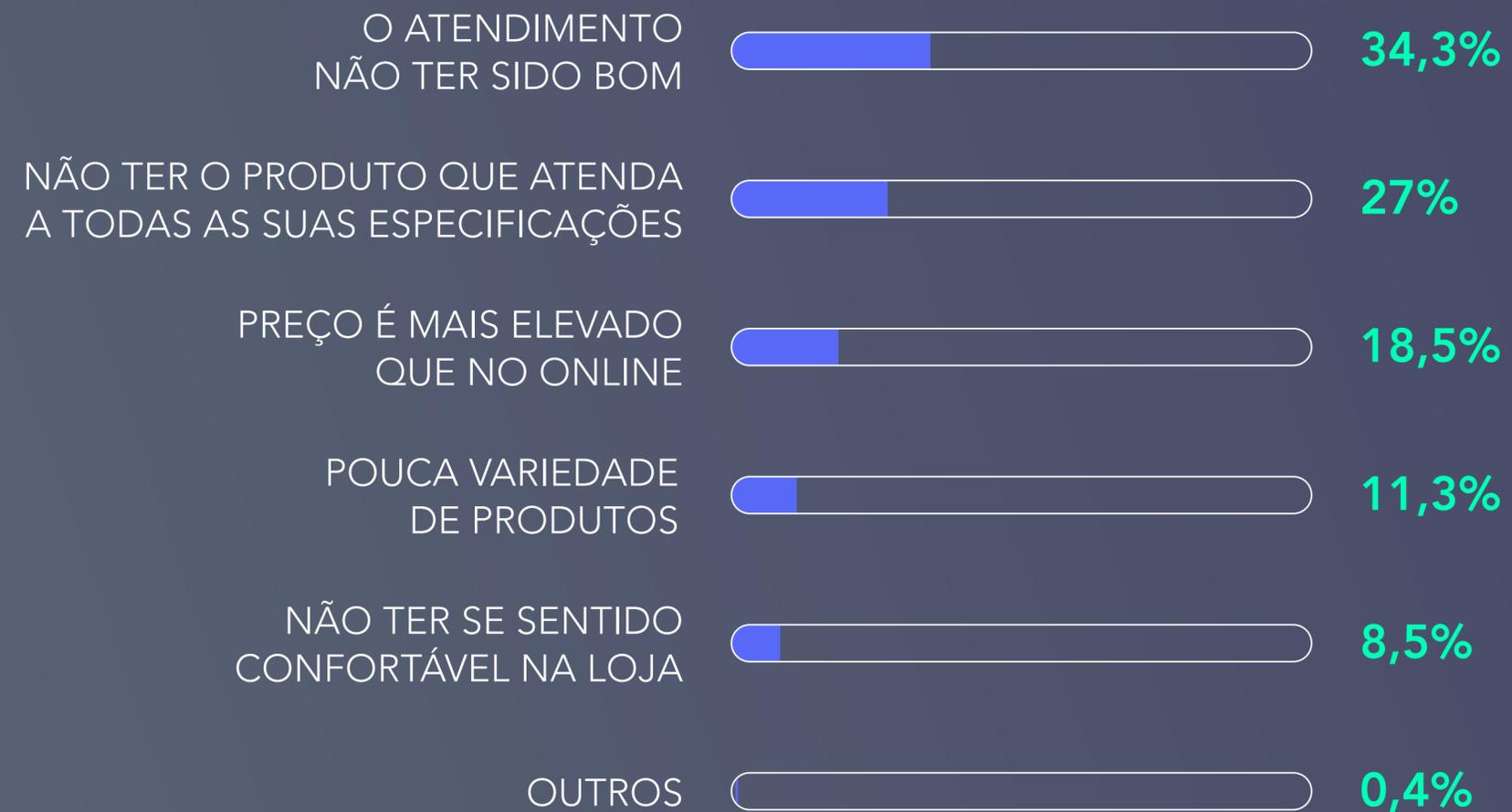
# COMO VOCÊ ESCOLHE UMA LOJA FÍSICA PARA COMPRAR?



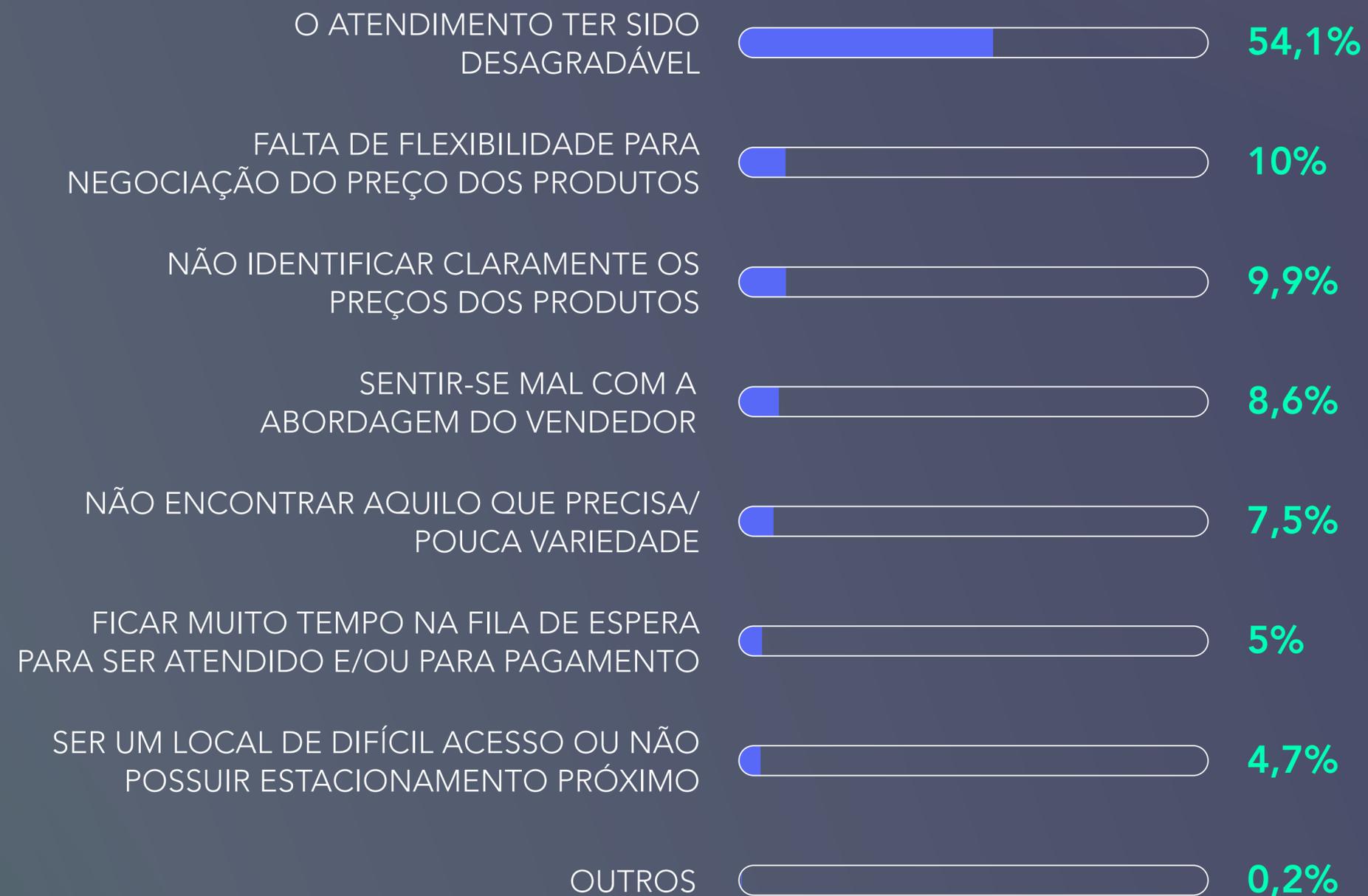
# O QUE TE DEIXA DISPOSTO A PAGAR UM PREÇO MAIOR NA LOJA FÍSICA DO QUE NA ONLINE?



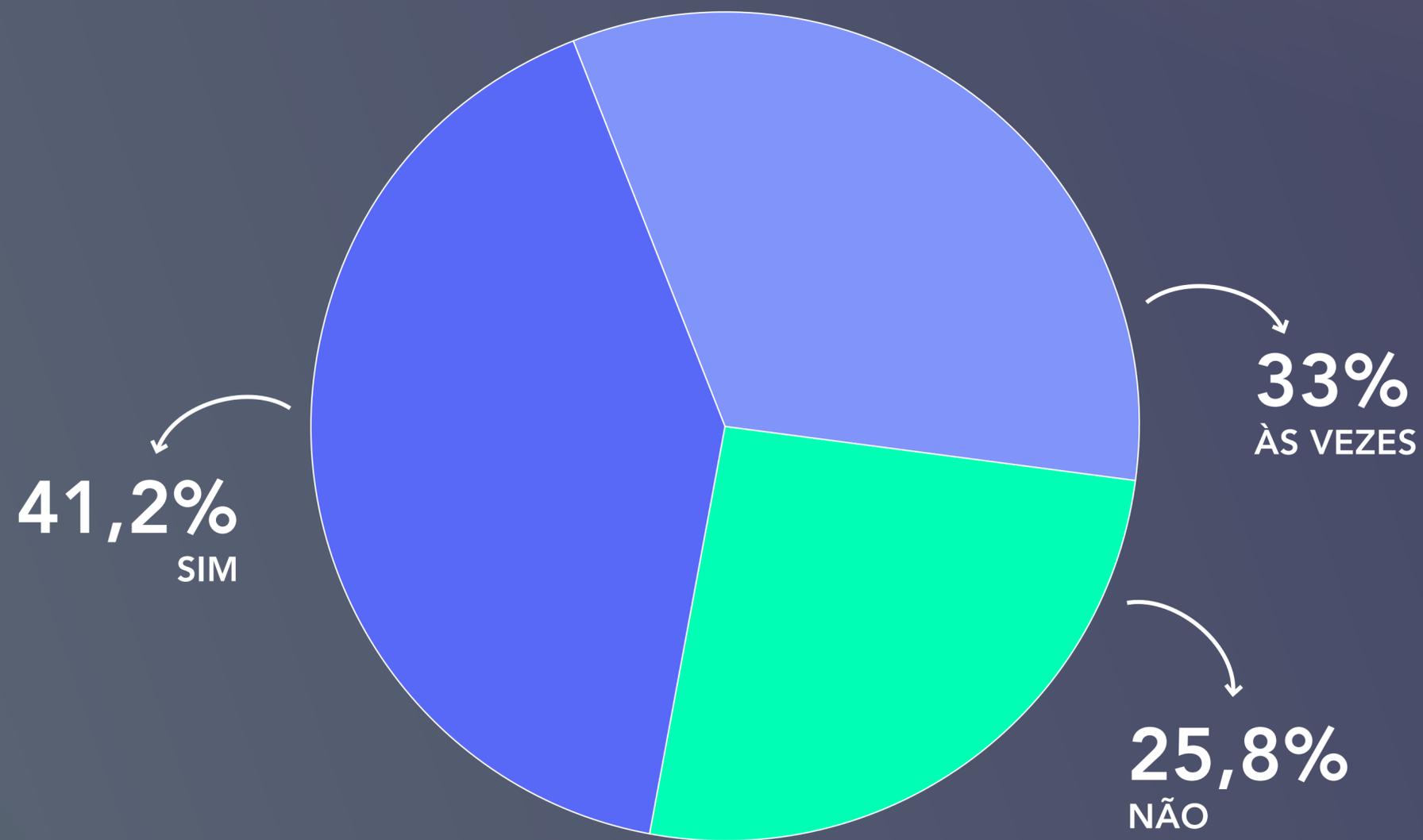
# O QUE É UMA DIFICULDADE PARA FINALIZAR UMA COMPRA NA LOJA FÍSICA?



# O QUE TE FAZ NÃO TER MAIS VONTADE DE VOLTAR A COMPRAR EM DETERMINADA LOJA FÍSICA?



# ANTES DE COMPRAR NA LOJA FÍSICA, VOCÊ PESQUISA NO ONLINE SOBRE PRODUTOS E PREÇOS?



# QUAIS OS TIPOS DE PRODUTOS MAIS COMPRADOS EM LOJAS FÍSICAS?



VESTUÁRIO

25,3%



CALÇADOS

17%



ALIMENTOS  
E BEBIDAS

8,9%



ACESSÓRIOS  
E BIJUTERIAS

8,4%



PERFUMARIA E  
COSMÉTICOS

5,6%



CAMA, MESA  
E BANHO

5,5%



ELETRÔNICOS E  
ELETRODOMÉSTICOS

5%



UTILIDADES  
DOMÉSTICAS

4%



REMÉDIOS E  
ITENS DE SAÚDE

3,4%



PRODUTOS  
PARA PETS

3,3%



ESPORTE  
E LAZER

2,4%



OUTROS

11,2%



# COMO VOCÊ CHEGOU NESSES PRODUTOS/LOJA?



# PAGAMENTO E VALOR MÉDIO GASTO NAS COMPRAS



**32,8%**  
DINHEIRO



**22,1%**  
PIX



**20,3%**  
CARTÃO  
DE CRÉDITO



**18,2%**  
CARTÃO  
DE DÉBITO



**6,6%**  
CREDIÁRIO

## FAIXA DE VALOR MÉDIO GASTO MENSAL COM COMPRAS NA LOJA FÍSICA:

MENOS QUE R\$100	6,0%
ENTRE R\$101 E R\$200	25,9%
ENTRE R\$201 E R\$400	32,0%
ENTRE R\$401 E R\$600	19,4%
ENTRE R\$601 E R\$800	3,1%
ENTRE R\$801 E R\$1.000	3,7%
MAIS QUE R\$1.000	9,9%



# PERFIL DOS ENTREVISTADOS | LOJA FÍSICA

## GÊNERO

FEMININO	61,2%
MASCULINO	38,8%

## POSSUI FILHOS?

NÃO	46,6%
1	24,5%
2	15,0%
3	8,8%
4+	5,1%

## ESTADO CIVIL

SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	57,1%
CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	42,9%

## IDADE

16-29	22,1%
30-39	17,8%
40-49	18,7%
50-59	24,1%
60-69	13,9%
70+	3,4%

## ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	8,2%
FUNDAMENTAL COMPLETO	11,6%
MÉDIO INCOMPLETO	14,6%
MÉDIO COMPLETO	40,5%
SUPERIOR INCOMPLETO	10,9%
SUPERIOR COMPLETO	11,8%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	2,4%

## SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	33,7%
PROFISSIONAL LIBERAL	18,4%
APOSENTADO/PENSIONISTA	16,7%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	8,7%
DO LAR	8,5%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	7,5%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	4,1%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	2,4%



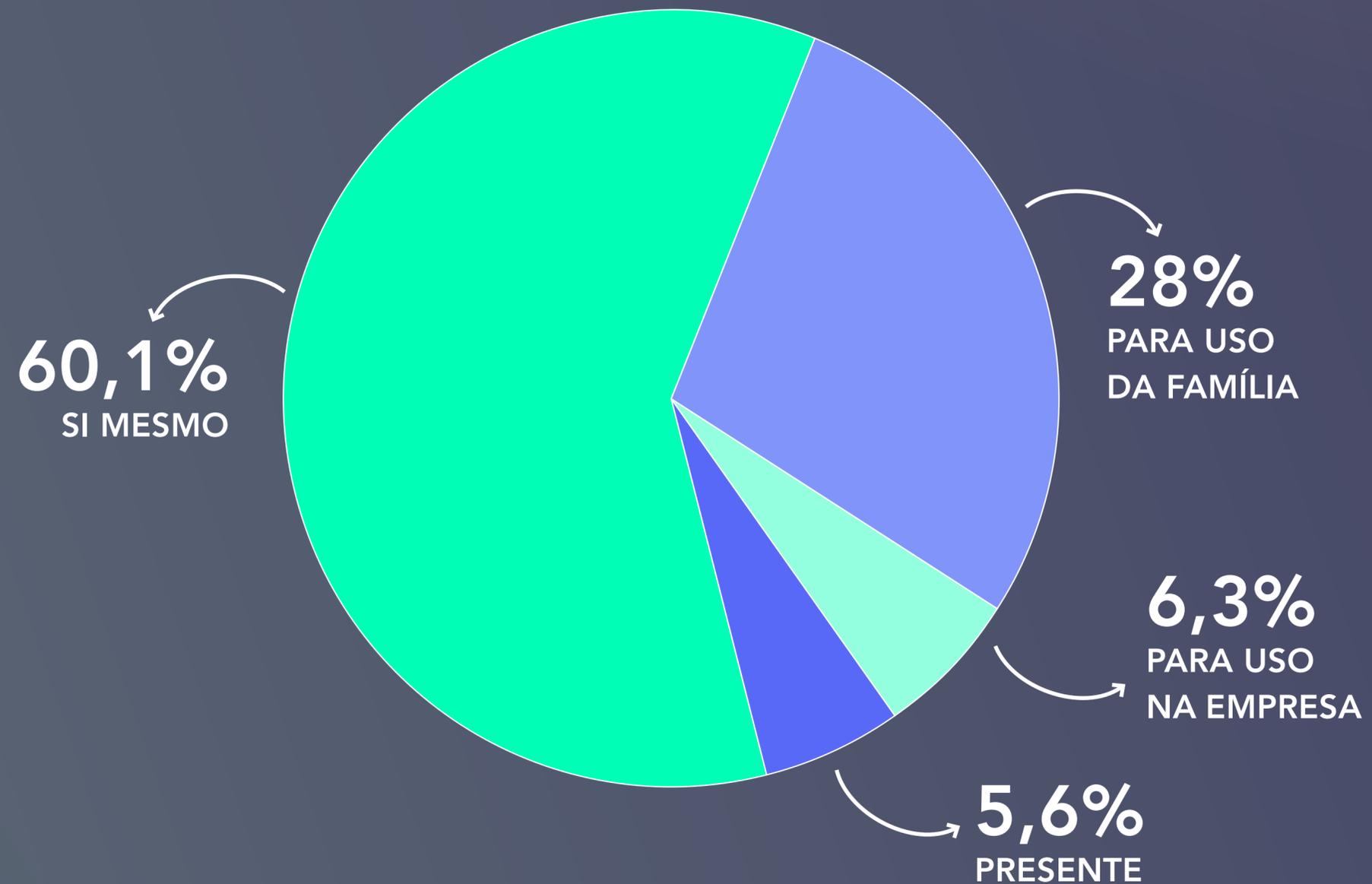


## PERFIL DOS CONSUMIDORES

*Online*

As próximas pergunta foram feitas aos 50% que responderam na primeira questão que a maioria das compras é feita em e-commerce.

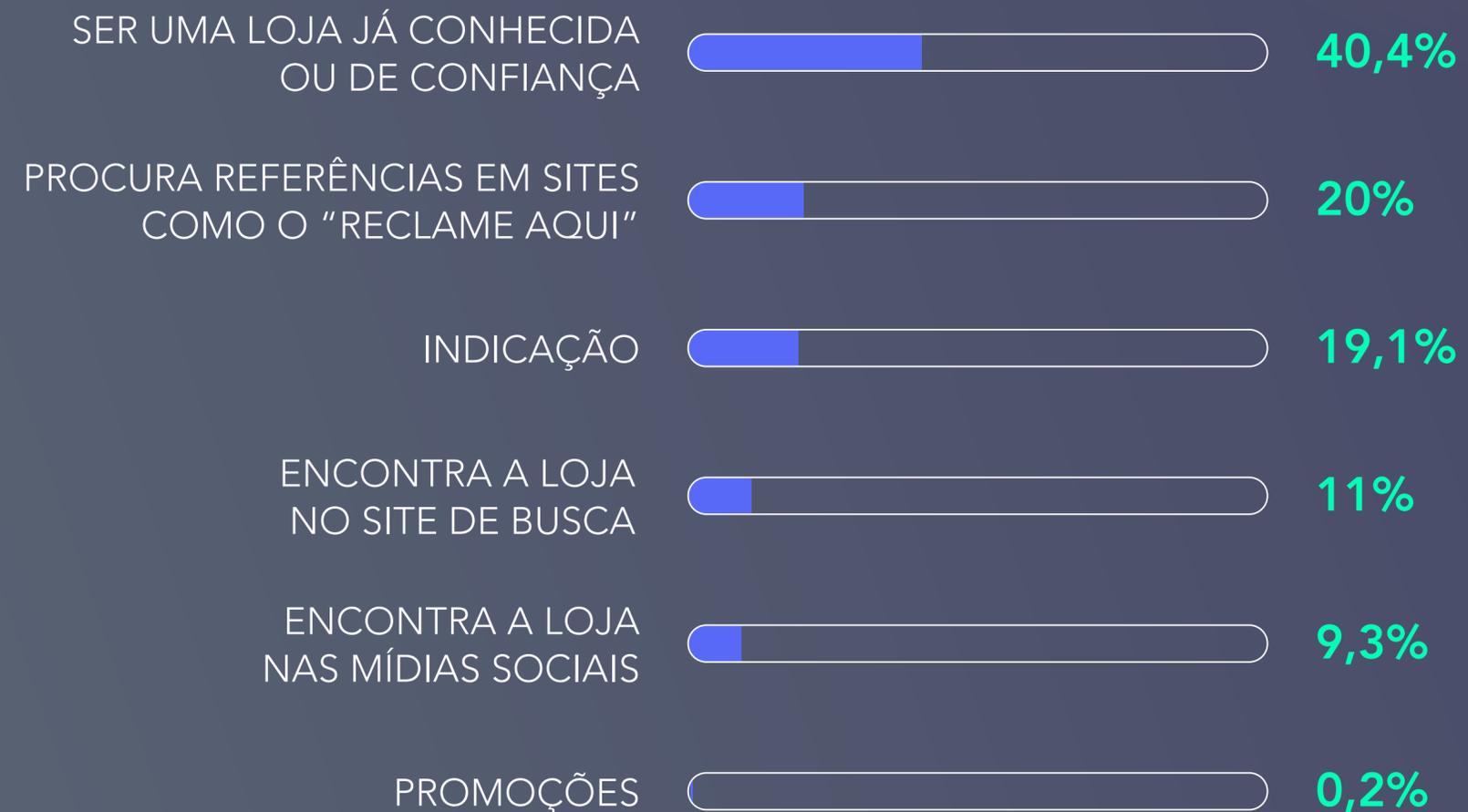
# A MAIORIA DAS COMPRAS QUE VOCÊ FAZ SÃO PARA QUEM?



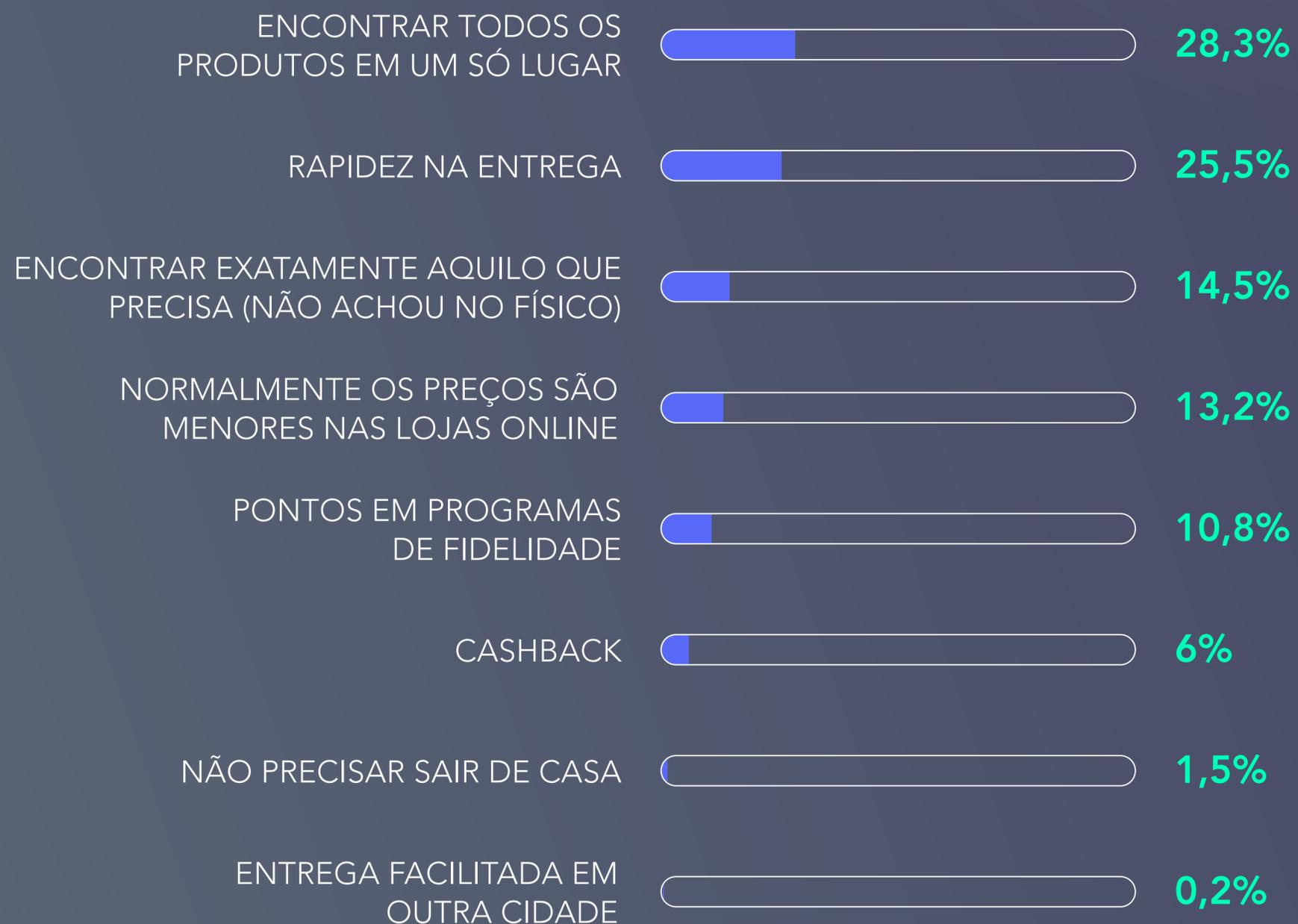
# POR QUE ESCOLHE COMPRAR EM LOJA ONLINE?



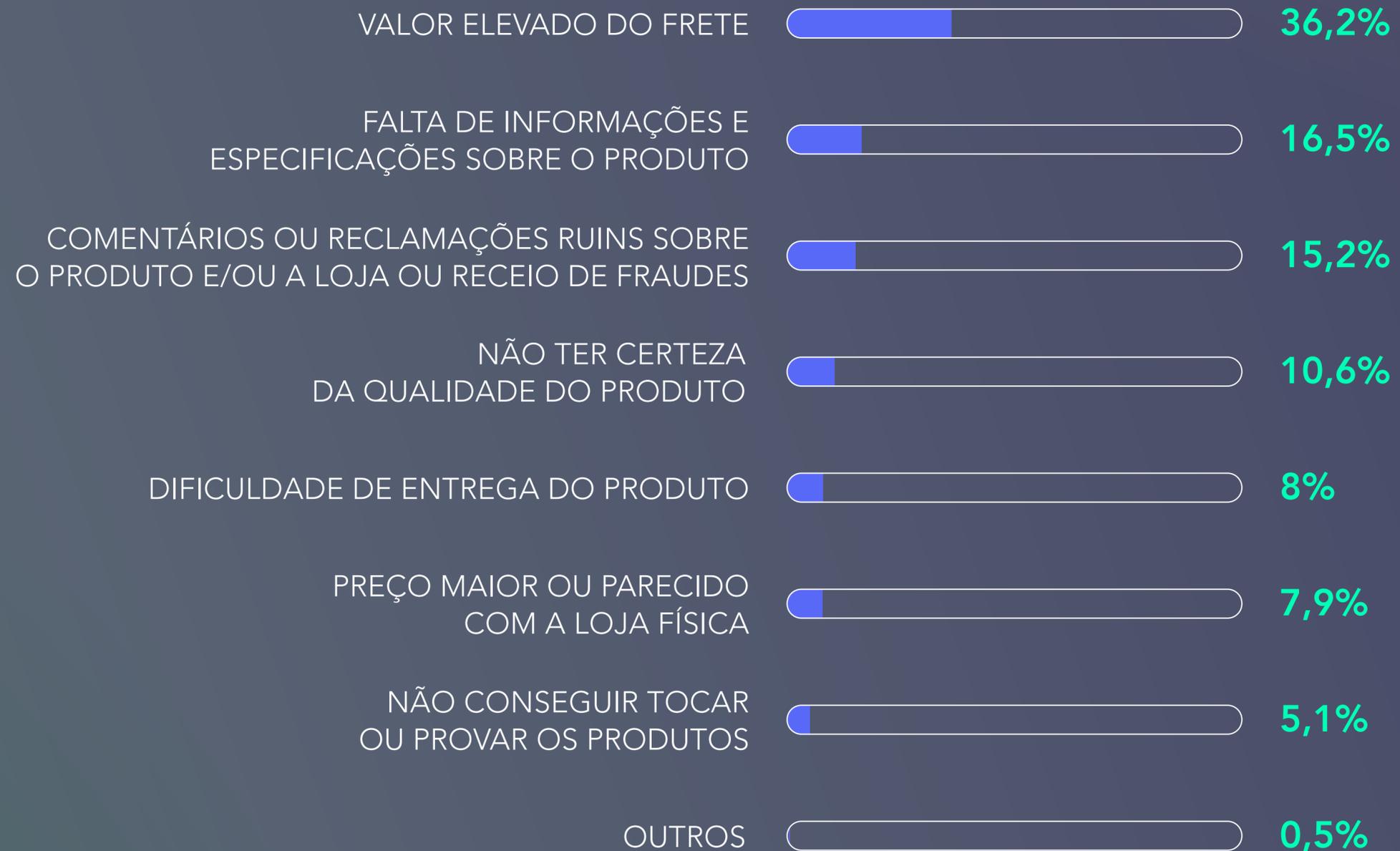
# COMO VOCÊ ESCOLHE UMA LOJA ONLINE PARA COMPRAR?



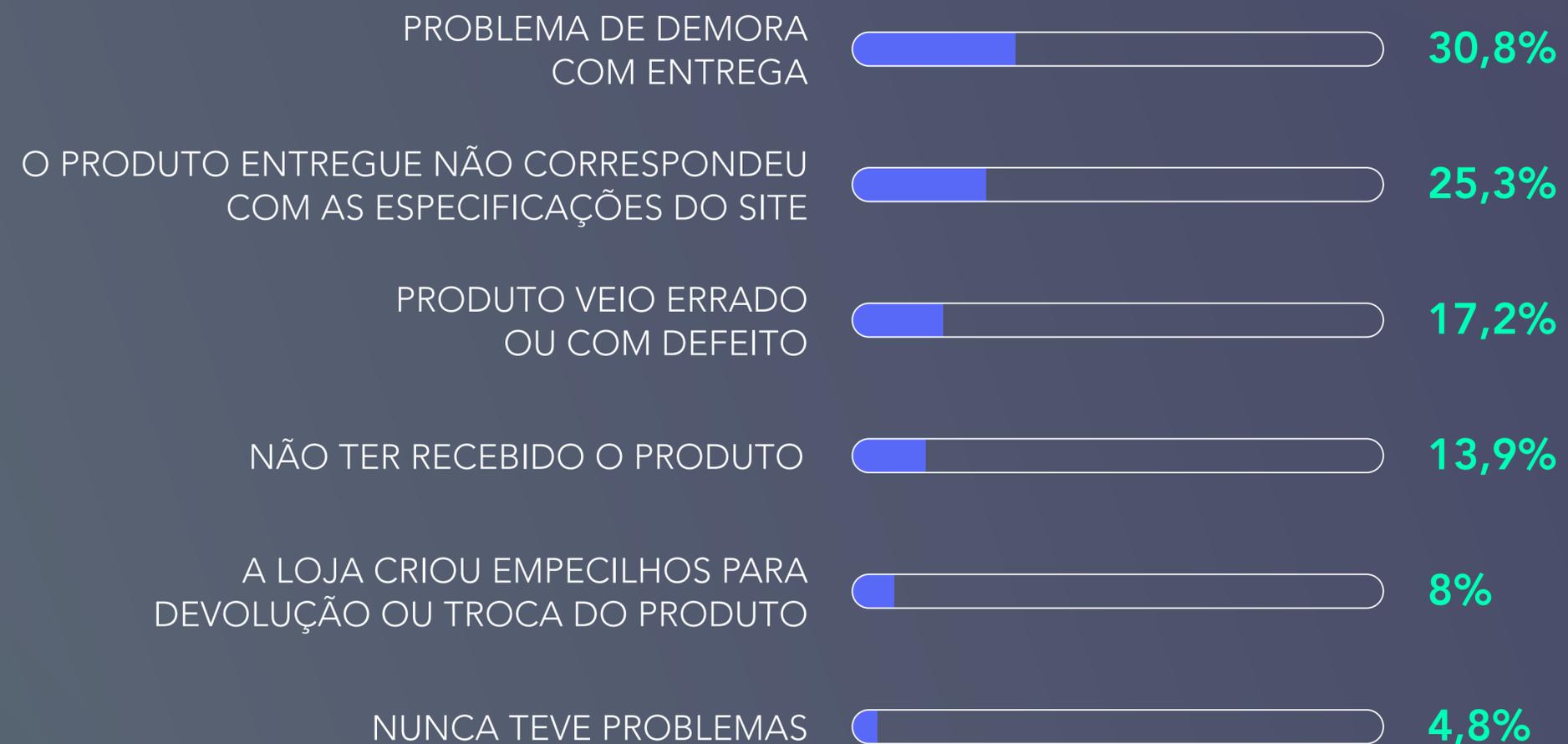
# O QUE TE DEIXA DISPOSTO A PAGAR UM PREÇO MAIOR NA LOJA ONLINE DO QUE NA LOJA FÍSICA?



# O QUE É UMA DIFICULDADE PARA FINALIZAR UMA COMPRA NA LOJA ONLINE?



# O QUE TE FAZ NÃO TER MAIS VONTADE DE VOLTAR A COMPRAR EM DETERMINADA LOJA ONLINE?



# QUANTIDADE DE PEDIDOS NO MÊS



1	4,4%
2	32,9%
3	22,8%
4	12,7%
5	11,9%
6	3,4%
7	2,8%
8	0,8%
9	1,3%
10 +	7%



# QUAIS OS TIPOS DE PRODUTOS MAIS COMPRADOS EM LOJAS ONLINE?



VESTUÁRIO

17,8%



ACESSÓRIOS  
E BIJUTERIAS

13,2%



CALÇADOS

10%



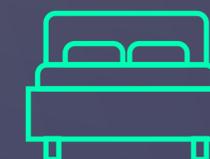
ELETRÔNICOS E  
ELETRODOMÉSTICOS

8,6%



PERFUMARIA E  
COSMÉTICOS

7%



CAMA, MESA  
E BANHO

6,2%



INFORMÁTICA

6,1%



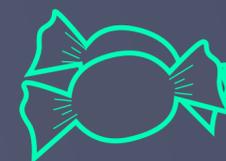
ESPORTE  
E LAZER

6%



ACESSÓRIOS  
PARA VEÍCULOS

5,4%



ALIMENTOS  
E BEBIDAS

5,1%



UTILIDADES  
DOMÉSTICAS

5%



OUTROS

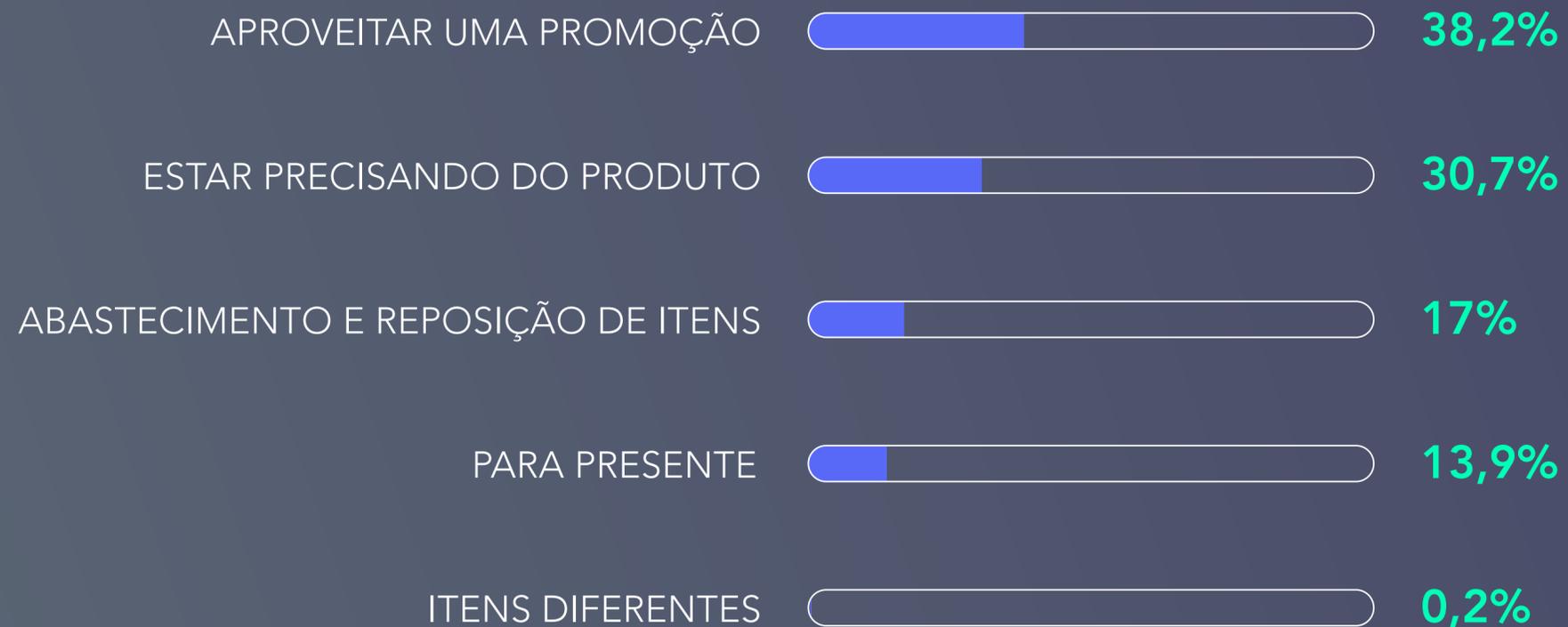
9,6%



# QUAIS OS PRINCIPAIS SITES QUE VOCÊ FAZ COMPRAS?



# QUAIS OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA ADQUIRIR ESSES PRODUTOS?



# REDES SOCIAIS E AS COMPRAS ONLINE

## QUAIS AS REDES SOCIAIS QUE MAIS UTILIZA?

INSTAGRAM	60%
FACEBOOK	18,6%
WHATSAPP	17,1%
TIKTOK	2,4%
OUTRAS	1,9%

## QUAL O GRAU DE INFLUÊNCIA DAS PROPAGANDAS EM REDES SOCIAIS NA DECISÃO DAS COMPRAS ONLINE?

0 (NÃO INFLUENCIA)	5,7%
1	9,6%
2	20,7%
3	19,4%
4	27,2%
5 (MUITA INFLUÊNCIA)	17,4%

## NOTA MÉDIA DA INFLUÊNCIA DAS PRINCIPAIS REDE SOCIAIS\*

TIKTOK **3,6**

INSTAGRAM **3,1**

FACEBOOK **3,1**

WHATSAPP **2,9**

\*Somando todas as notas atribuídas a cada uma das redes sociais e dividido pelo total de pessoas que mencionaram usar essa rede social.



# PAGAMENTO E VALOR MÉDIO GASTO NAS COMPRAS



**59,3%**  
CARTÃO  
DE CRÉDITO



**27,2%**  
PIX



**8,5%**  
CARTÃO  
DE DÉBITO



**5%**  
BOLETO

## FAIXA DE VALOR MÉDIO GASTO COM COMPRAS ONLINE POR MÊS:

ENTRE R\$101 E R\$200	33,0%
ENTRE R\$201 E R\$400	40,3%
ENTRE R\$401 E R\$600	12,4%
ENTRE R\$601 E R\$800	4,6%
ENTRE R\$801 E R\$1.000	3,5%
MAIS QUE R\$1.000	6,2%



## PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



<b>86,8%</b>	NÃO TEM DIA DEFINIDO
<b>3,1%</b>	SEGUNDA A QUINTA
<b>2,1%</b>	SEXTA
<b>8%</b>	FIM DE SEMANA

## HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



<b>62,7%</b>	NÃO TEM HORA DEFINIDA
<b>2,8%</b>	DE MANHÃ
<b>5,4%</b>	DE TARDE
<b>29,1%</b>	DE NOITE



# PERFIL DOS ENTREVISTADOS | ONLINE

## GÊNERO

FEMININO	60,4%
MASCULINO	39,6%

## POSSUI FILHOS?

NÃO	58,0%
1	24,9%
2	13,0%
3	2,8%
4+	1,3%

## ESTADO CIVIL

SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	60,6%
CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	39,4%

## IDADE

16-29	36,5%
30-39	28,8%
40-49	21,5%
50-59	9,3%
60-69	3,1%
70+	0,8%

## ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	3,1%
FUNDAMENTAL COMPLETO	6,0%
MÉDIO INCOMPLETO	14,8%
MÉDIO COMPLETO	40,4%
SUPERIOR INCOMPLETO	19,7%
SUPERIOR COMPLETO	12,6%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	2,1%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	1,3%

## SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	36,5%
PROFISSIONAL LIBERAL	16,8%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	14,2%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	10,1%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	8,0%
APOSENTADO/PENSIONISTA	5,4%
DO LAR	5,4%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	3,4%



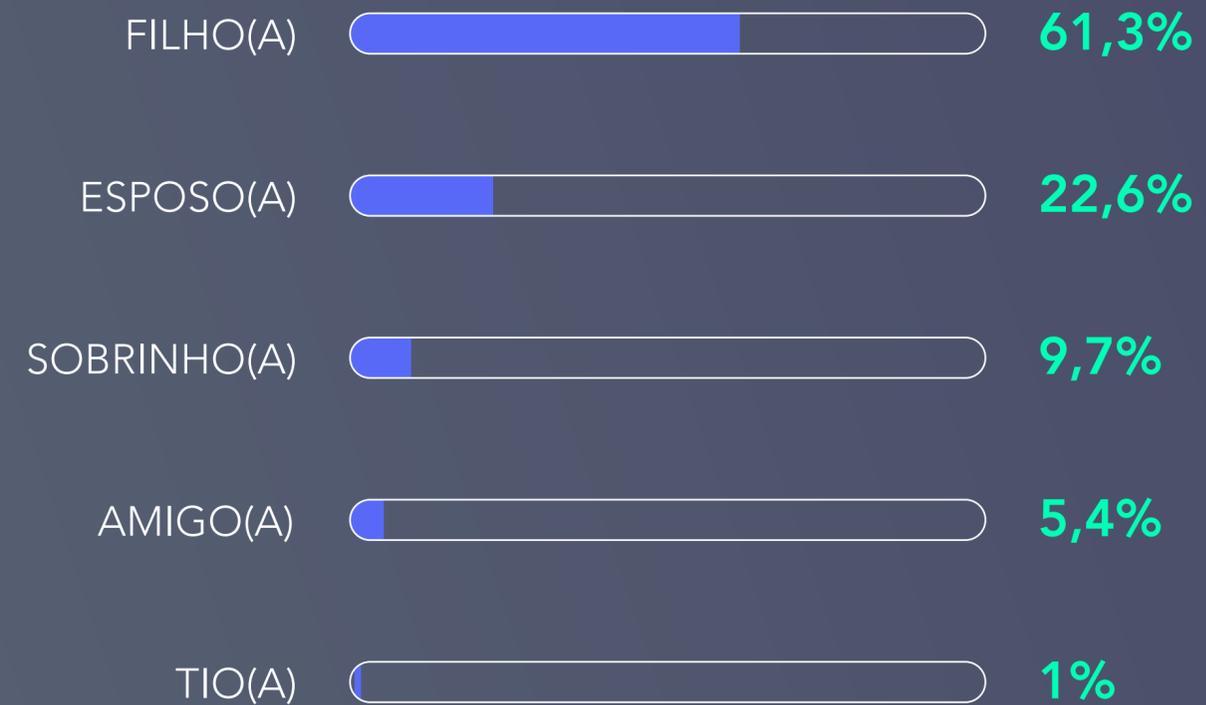


## PERFIL DOS CONSUMIDORES

*Outra pessoa faz a maioria das compras*

Pergunta feita aos 11,9% que responderam na primeira questão que outra pessoa faz a maioria das compras.

# QUEM FAZ A MAIORIA DAS COMPRAS PARA VOCÊ?



# PERFIL DOS ENTREVISTADOS | OUTRA PESSOA FAZ AS COMPRAS

## GÊNERO

FEMININO	67,4%
MASCULINO	32,6%

## POSSUI FILHOS?

NÃO	21,7%
1	56,5%
2	16,3%
3	3,3%
4+	2,2%

## ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	55,4%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	44,6%

## IDADE

16-29	2,2%
30-39	6,4%
40-49	19,6%
50-59	18,5%
60-69	44,6%
70+	8,7%

## ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	17,4%
FUNDAMENTAL COMPLETO	10,9%
MÉDIO INCOMPLETO	30,4%
MÉDIO COMPLETO	32,6%
SUPERIOR INCOMPLETO	4,3%
SUPERIOR COMPLETO	3,3%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	1,1%

## SITUAÇÃO PROFISSIONAL

APOSENTADO/PENSIONISTA	37,0%
DO LAR	30,4%
PROFISSIONAL LIBERAL	14,1%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	8,7%
FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	6,5%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	2,2%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	1,1%



