

# COMO SÃO FEITAS AS COMPRAS DAS GERAÇÕES MAIS CONECTADAS?

POR REDAÇÃO

A internet está cada vez mais presente na vida das pessoas, auxiliando nas comunicações, interações, transações e também no momento de realizar compras. Conscientes de que o consumidor está cada vez mais conectado, muitas empresas disponibilizam aos seus clientes a opção de realizar suas compras on-line.

Adquirir um produto ou serviço pela internet pode ser de grande utilidade aos consumidores – em especial para aqueles que levam uma vida corrida e cheia de tarefas. Para os mais ocupados, o e-commerce significa economia de tempo, variedade de produtos, comparação de preços e produtos.

Mas ainda há aqueles consumidores que preferem realizar suas compras presencialmente. Essa preferência, que pode ter muitos motivos, pode estar relacionada desde à insegurança em se comprar on-line até à oportunidade de desfrutar de uma loja física.

Com o objetivo de identificar as principais diferenças de cada geração, a revista *Consumidor Moderno*, em parceria com o Centro de Inteligência Padrão (CIP) e a REDS – Research Designed for Strategy, desenvolveu um estudo exclusivo no mercado para mapear as gerações

e o comportamento de consumidores de diferentes idades em relação a suas preferências e hábitos – Consumer Sides. Para a realização do estudo, foram entrevistados dois mil consumidores com idade entre 15 e 70 anos, de todas as regiões do Brasil, entre outubro e novembro de 2015. No presente recorte, buscamos entender a preferência das gerações em relação às compras on-line.

## É RELEVANTE?

É inegável a importância do e-commerce para a população brasileira. O estudo revelou que mais de 80% dos entrevistados das gerações X e Y consideram importante possuir a opção de comprar on-line, sendo que dentre os entrevistados dessas gerações mais de 75% costumam realizar compras on-line.

A geração Z apresentou um comportamento interessante. Embora seja composta dos nativos digitais, 41,2% não consideram importante possuir opção de loja on-line e 47,1% não realizam compra on-line.



CONSIDERA IMPORTANTE A OPÇÃO DE COMPRA ON-LINE (E-COMMERCE)

NÃO  
SIM



BABY BOOMERS



GERAÇÃO X



GERAÇÃO Y



GERAÇÃO Z

VOCÊ COSTUMA USAR ESTE SERVIÇO (COMPRA ON-LINE/E-COMMERCE)?

NÃO  
SIM



BABY BOOMERS



GERAÇÃO X



GERAÇÃO Y



GERAÇÃO Z

CONSIDERA IMPORTANTE A OPÇÃO DE COMPRA ON-LINE (E-COMMERCE)

CATEGORIA	NÃO	SIM
GAMES (JOGOS E CONSOLES)	15,4%	84,6%
INFORMÁTICA	19,8%	80,2%
CÂMERAS FOTOGRÁFICAS	20,3%	79,7%
SERVIÇOS DE TELEFONIA MÓVEL	23,1%	76,9%
SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA	24,2%	75,8%
SERVIÇOS BANCÁRIOS	25,4%	74,6%
TV'S	26,4%	73,6%
ELETRODOMÉSTICOS	27,3%	72,7%
MÓVEIS	27,8%	72,2%
APARELHOS CELULARES	28,4%	71,6%
UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS	29,2%	70,8%
COSMÉTICOS	31,5%	68,5%
CALÇADOS	32,7%	67,3%
VESTUÁRIO	35,6%	64,4%
CAMA, MESA E BANHO	36,0%	64,0%
SERVIÇOS DE SEGURADORA	49,4%	50,6%
HIGIENE PESSOAL	53,3%	46,7%
BEBIDAS ALCÓOLICAS	56,2%	43,8%
AUTOMÓVEIS	58,3%	41,7%
ALIMENTOS	60,9%	39,1%
LIMPEZA PARA CASA	61,2%	38,8%
BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS	64,9%	35,1%

COSTUMA USAR O SERVIÇO DE COMPRA ON-LINE (E-COMMERCE)

CATEGORIA	NÃO	SIM
GAMES (JOGOS E CONSOLES)	23,2%	76,8%
INFORMÁTICA	26,7%	73,3%
CÂMERAS FOTOGRÁFICAS	30,3%	69,7%
APARELHOS CELULARES	34,9%	65,1%
ELETRODOMÉSTICOS	36,2%	63,8%
SERVIÇOS DE TELEFONIA MÓVEL	36,5%	63,5%
TV'S	36,8%	63,2%
SERVIÇOS BANCÁRIOS	43,5%	56,5%
SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA	45,6%	54,4%
MÓVEIS	45,9%	54,1%
UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS	46,2%	53,8%
CALÇADOS	46,5%	53,5%
COSMÉTICOS	51,2%	48,8%
CAMA, MESA E BANHO	52,3%	47,7%
VESTUÁRIO	55,6%	44,4%
SERVIÇOS DE SEGURADORA	66,9%	33,1%
HIGIENE PESSOAL	71,3%	28,7%
AUTOMÓVEIS	76,8%	23,2%
ALIMENTOS	80,1%	19,9%
LIMPEZA PARA CASA	80,8%	19,2%
BEBIDAS ALCÓOLICAS	81,0%	19,0%
BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS	87,8%	12,2%