



Realização:



Parceria:



Apoio:



LOJAS FÍSICAS: 89% dos consumidores estão satisfeitos com as compras em Atacarejo.

LOJAS ONLINE: 91% dos consumidores estão satisfeitos com as compras em Aplicativos de loja e Marketplace.

Satisfação do consumidor no varejo - Jornada e indicadores

Outubro de 2024

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

1. Introdução

2. Objetivo e Método

3. Destaques

4. Perfil de amostra

5. Resultados



1. Introdução

A satisfação do consumidor no varejo brasileiro é um tema central para o sucesso das empresas, pois afeta diretamente a lealdade, as recomendações e as vendas.

A experiência de compra, tanto online quanto física, é moldada por diversos fatores que influenciam a percepção dos clientes.



Embora o cenário esteja melhorando, a satisfação do consumidor no Brasil é uma área que exige constante aprimoramento. Empresas que investem em experiência de compra, atendimento de qualidade e logística eficiente tendem a ter melhores resultados na percepção do consumidor.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

1. Introdução

2. Objetivo e Método

3. Destaques

4. Perfil de amostra

5. Resultados



2. Objetivo e Método

Este estudo teve como objetivo entender a satisfação e a insatisfação com as compra do consumidor brasileiro no varejo. Trata-se de uma leitura das compras tanto no varejo físico quanto no *online*. O Estudo abordou os seguintes aspectos da jornada de compra:

- ▶ **Hábitos de compra**
- ▶ **Satisfação e insatisfação de compra em lojas físicas e online**
- ▶ **Satisfação com meios de pagamento**
- ▶ **Motivos de compra**



2. Objetivo e Método

MÉTODO DE PESQUISA

MÉTODO

Pesquisa quantitativa de opinião	Painel <i>online</i>
Amostra	833 entrevistas
Margem de erro (95% nível de confiança)	4 p.p.
Data de realização da pesquisa	03 a 05 de setembro de 2024

Consumidores que costumam comprar online.



SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

1. Introdução

2. Objetivo e Método

3. Destaques

4. Perfil de amostra

5. Resultados



3. Destaques

LOJAS FÍSICAS:

- ▶ **ATACAREJO É FORMATO/ SEGMENTO DE LOJA QUE APRESENTA MAIOR SATISFAÇÃO ENTRE OS CONSUMIDORES, COM 89%. Seguido por Drogarias (87%), Lojas de roupa/ calçado (86%) e Petshops (86%).**
- ▶ **Atacarejo, costuma atrair consumidores por oferecer preços competitivos, porém falha no atendimento. PRINCIPAL FATOR DE SATISFAÇÃO É: PREÇO/PROMOÇÃO (56%). PRINCIPAL FATOR DE INSATISFAÇÃO É: VENDEDOR/ ATENDENTE (21%).**
- ▶ **Para os demais segmentos pesquisados, o consumidor demonstra confusão ao especificar sua satisfação com preços e promoções. Pois ao mesmo tempo que afirma estar satisfeito, também está insatisfeito.**
- ▶ **Touch and feel é fator determinante para compras em lojas físicas: 40% DOS CONSUMIDORES AFIRMAM GOSTAR DE VER/ TOCAR O PRODUTO. O que demonstra uma certa confiança ao comprar o produto que procura sem ter que retornar p/ trocar.**



3. Destaques

LOJAS ONLINE:

- ▶ **APLICATIVO DE LOJA/ MARCA ESPECÍFICA E MARKETPLACE SÃO FORMATOS DE LOJA ONLINE QUE APRESENTAM MAIOR SATISFAÇÃO ENTRE OS CONSUMIDORES, AMBOS COM 91%. Seguido por Aplicativo de marketplace (90%) e e-Commerce de loja (89%).**
- ▶ Esses números destacam a aceitação das plataformas digitais como canais eficazes para compras, com os consumidores valorizando preço/ promoções (32%) oferecidas pelo e-commerce de loja/ marca específica. Porém, para 23% ainda demonstram insatisfação com a entrega/ frete.
- ▶ **Preço mais baixo é fator determinante para compras em lojas online: METADE DOS CONSUMIDORES entrevistados afirmam que compram online pois ENCONTRAM PREÇOS MAIS BAIXOS.**
- ▶ Praticidade na compra é ponto forte de lojas online, 46% afirmam comprar online porque é mais fácil, prático, e não tem que se deslocar. 29% informam que compram online para ter uma escolha mais ampla. E 25% declaram que é mais rápido.



3. Destaques

LOJAS FÍSICAS E ONLINE:

- ▶ **Cartão de crédito ou débito (67%) são utilizados com frequência em lojas físicas. Seguido por PIX com QR Code na maquininha (18%). 9% utilizam PIX sem usar maquininha. Apenas 5% utilizam dinheiro, e 1% cartão da loja.**
- ▶ **SATISFAÇÃO COM MEIOS DE PAGAMENTO VIA MAQUININHA: Cartão digital via celular é menos utilizado (34%), mas possui alta satisfação em seu uso (94%).**
- ▶ **O mais utilizado com maquininha ainda é o cartão físico através de aproximação (50%), com alta satisfação no uso por 93% dos consumidores.**



SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

1. Introdução

2. Objetivo e Método

3. Destaques

4. Perfil de amostra

5. Resultados

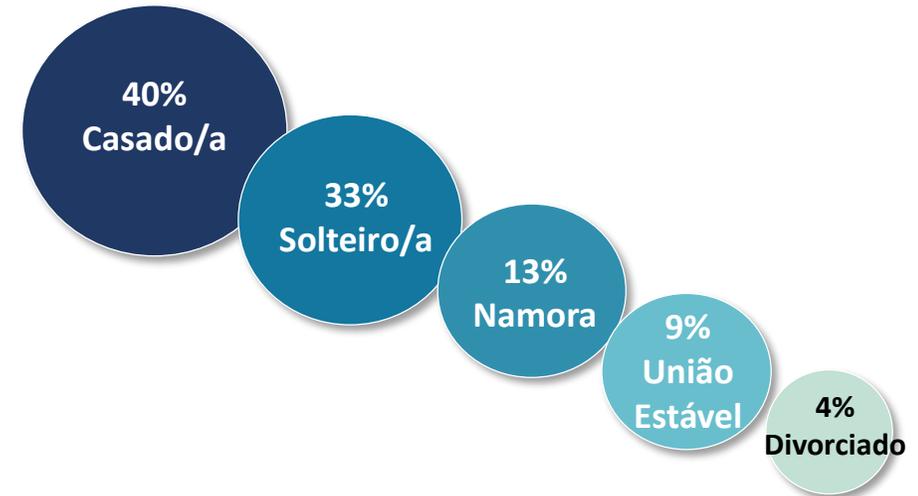


4. Perfil de amostra

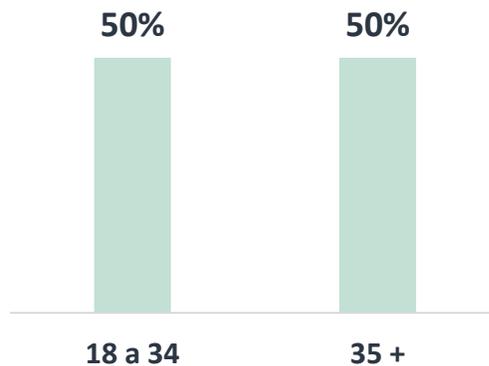
Sexo



Estado Civil



Faixa Etária (anos)



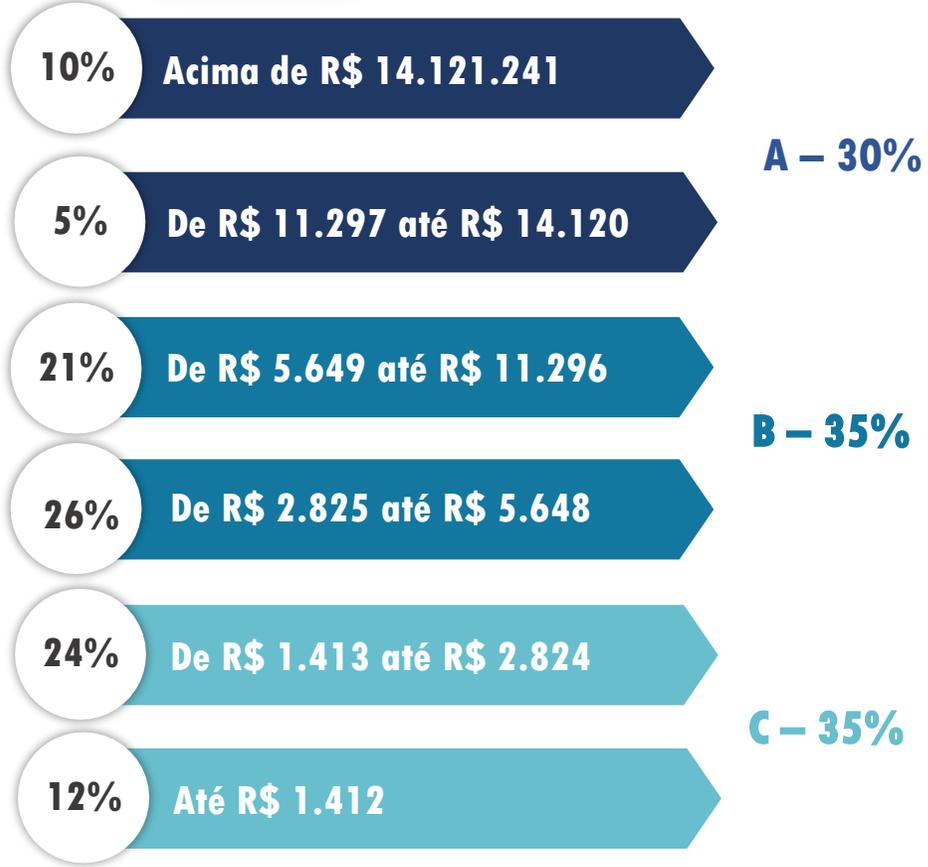
Mora com:



4. Perfil de amostra

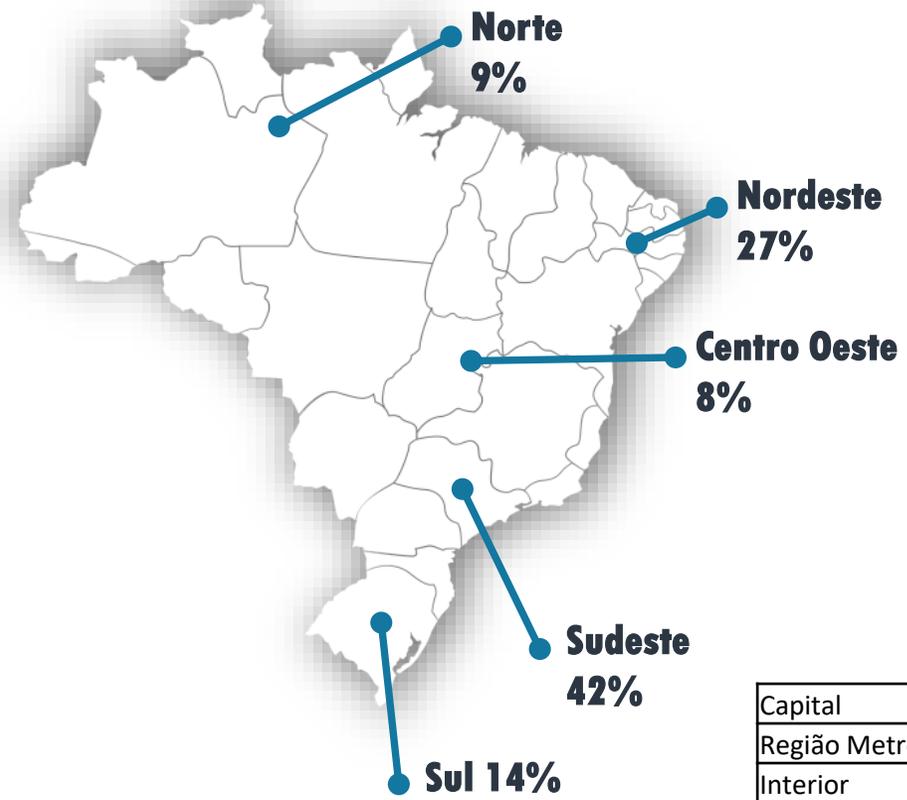
Renda: 70% possuem renda remunerada.
30% dos que não possuem renda, estão procurando emprego.

Classes



2% Recusou Responder

UF de Residência



Capital	55%
Região Metropolitana	26%
Interior	19%

PERFIL DE COMPRA NO VAREJO



Preferência por compra:



LOJA ONLINE: Costuma fazer suas compras em



LOJA FÍSICA: Costuma fazer suas compras em



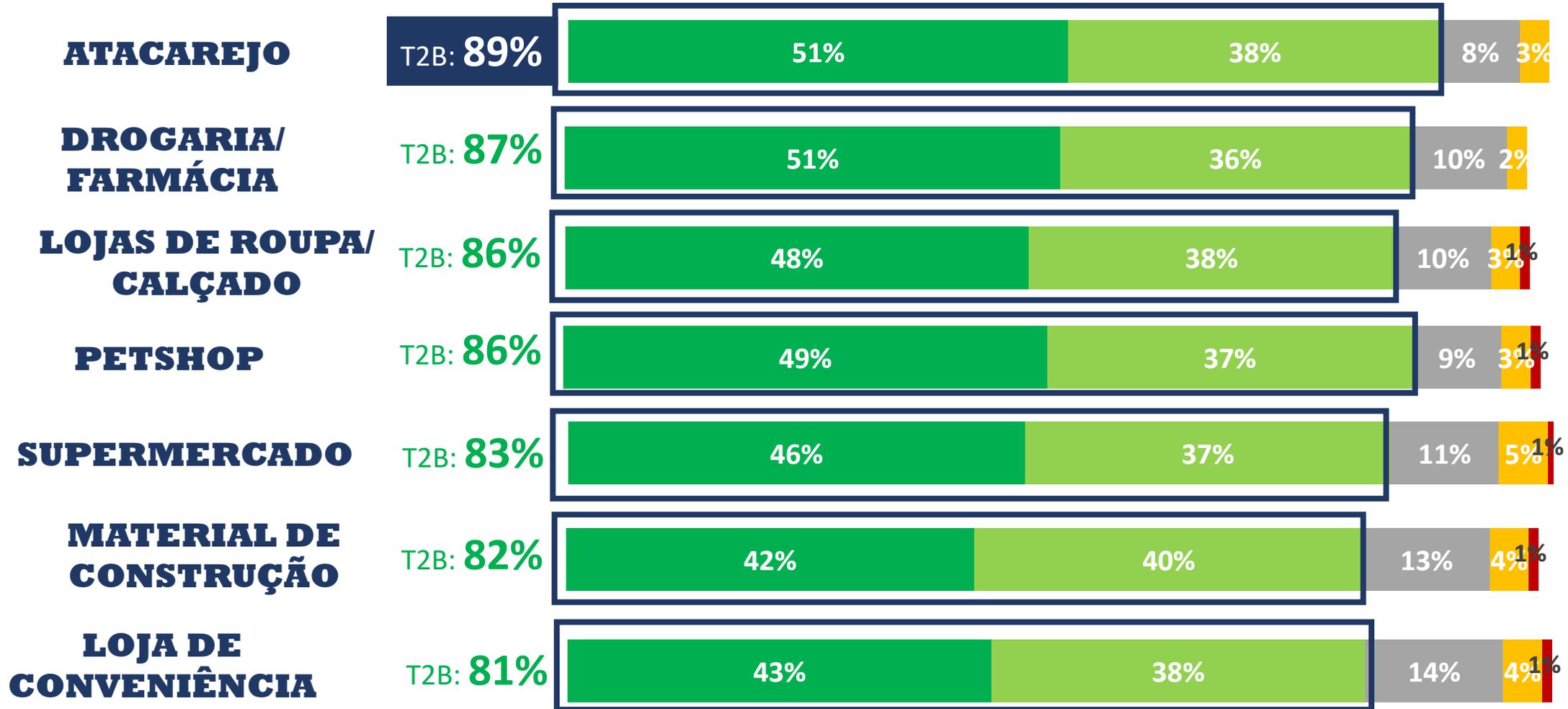
SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas



5. Resultados

Lojas físicas: SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS



■ Totalmente satisfeito ■ Parcialmente satisfeito ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito ■ Parcialmente insatisfeito ■ Totalmente insatisfeito

3. Destaques

Consumidor demonstra satisfação e, ao mesmo tempo, insatisfação com preços e promoções oferecidos pelo varejo brasileiro.

1. Atacarejo (89% de satisfação)

Fator de Satisfação: Preço/ promoções 56%

Fator de Insatisfação: Vendedores/ Atendentes 21%

2. Drogarias (87% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ promoções 40%

Fator de insatisfação: Preços/ promoções 27%

3. Lojas de Roupas e Calçados (86% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ promoções 41%

Fator de insatisfação: Preços/ promoções 25%

4. Petshops (86% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ promoções 35%

Fator de insatisfação: Preços/ promoções 24%

5. Supermercados (83% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ promoções 47%

Fator de insatisfação: Preços/ promoções 24%

6. Material de Construção (82% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ promoções 33%

Fator de insatisfação: Preços/ promoções 28%

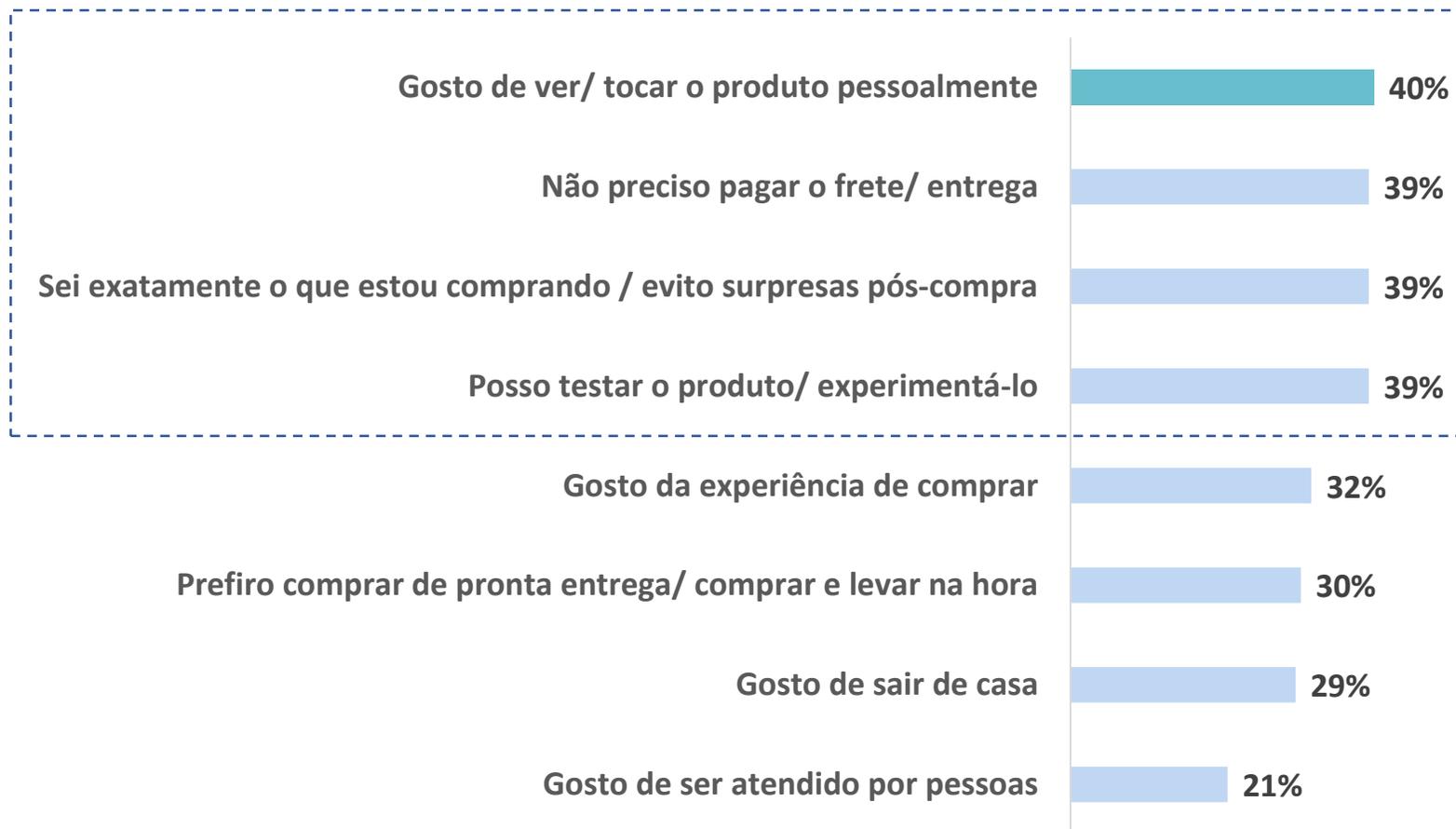
7. Loja de Conveniência (81% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ promoções 27%

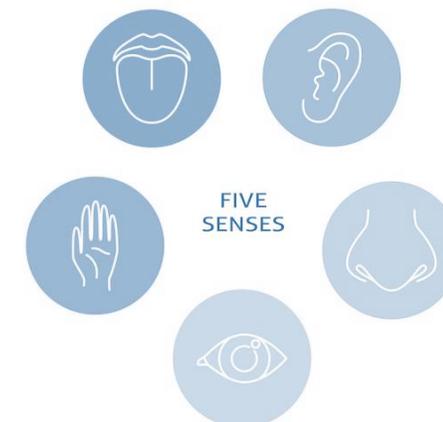
Fator de insatisfação: Preços/ promoções 31%



Motivos de compra na loja física:



Confiança em levar o produto certo é ponto forte das lojas físicas.



SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

ATACAREJO



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

ATACAREJO

T2B: **89%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE
SATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

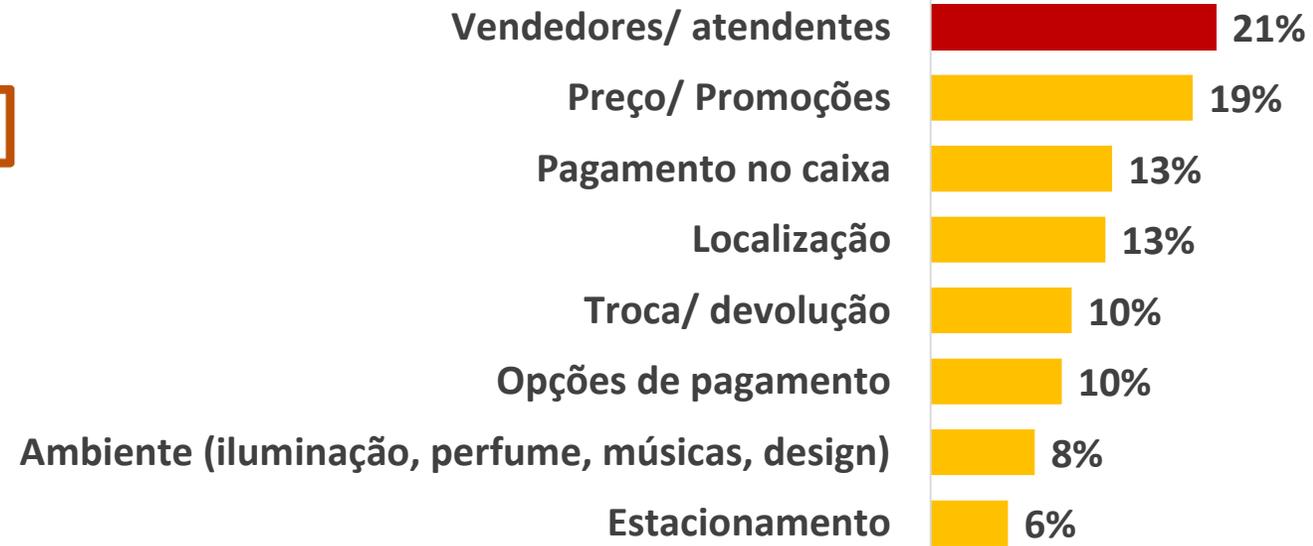
Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 404

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

ATACAREJO

**PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:**



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais INSATISFEITO? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 404

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

**DROGARIA/
FARMÁCIA**



5. Resultados

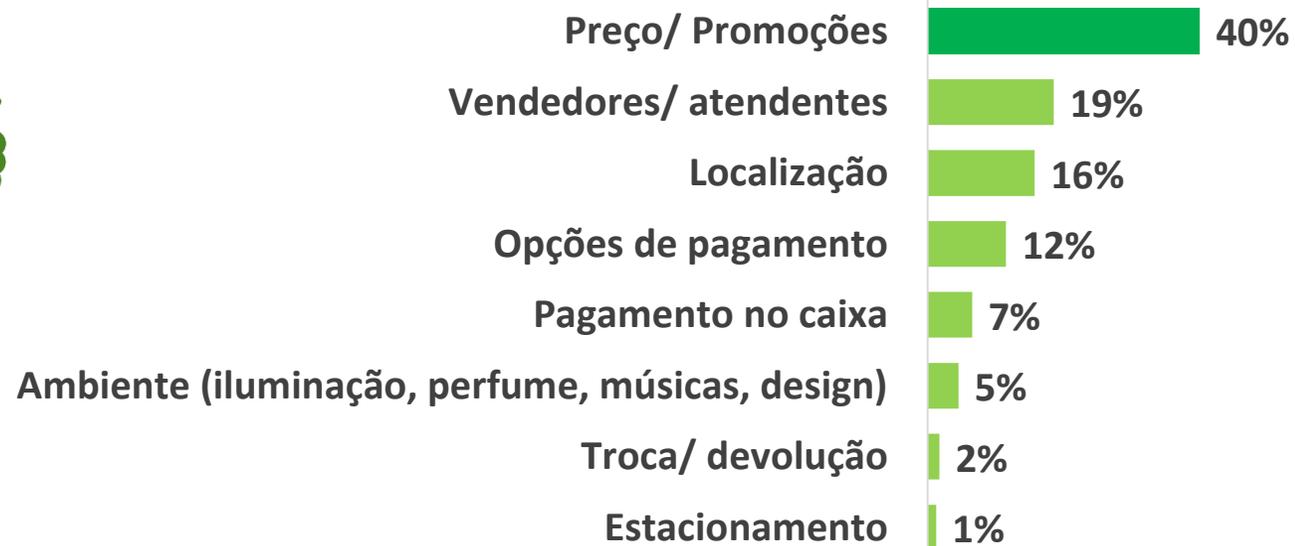
SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: DROGARIA/ FARMÁCIA

T2B: **87%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE
SATISFAÇÃO: 



Base: 833 entrevistas

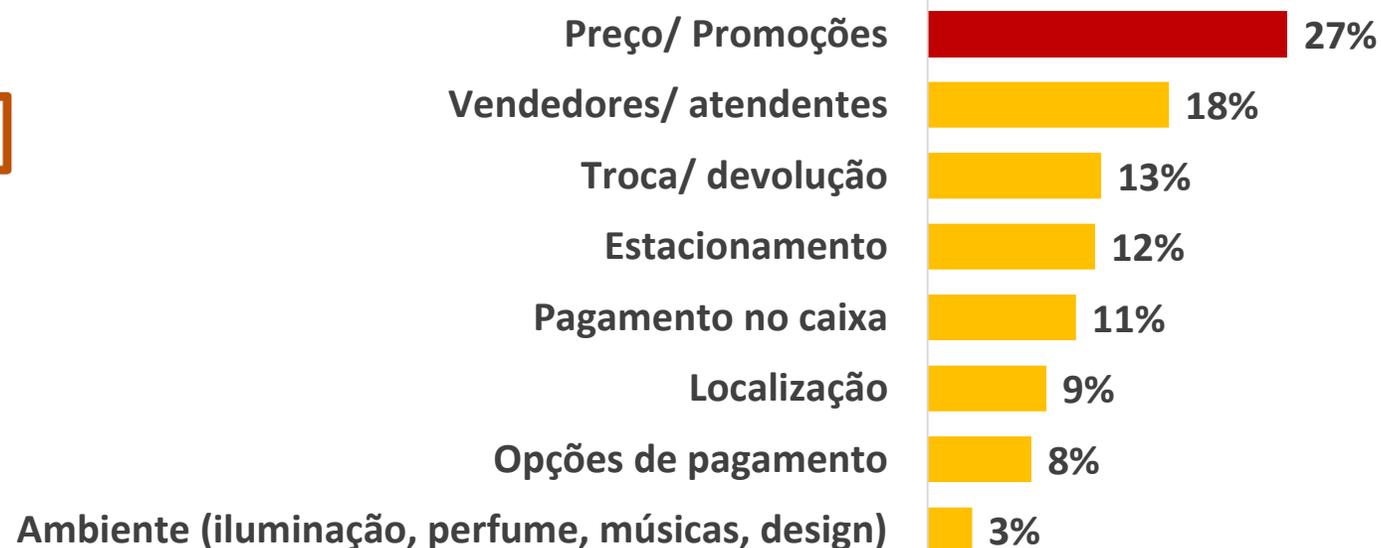
Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 641

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

DROGARIA/ FARMÁCIA

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais INSATISFEITO? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 641

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

**LOJA DE ROUPA/
CALÇADO**



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

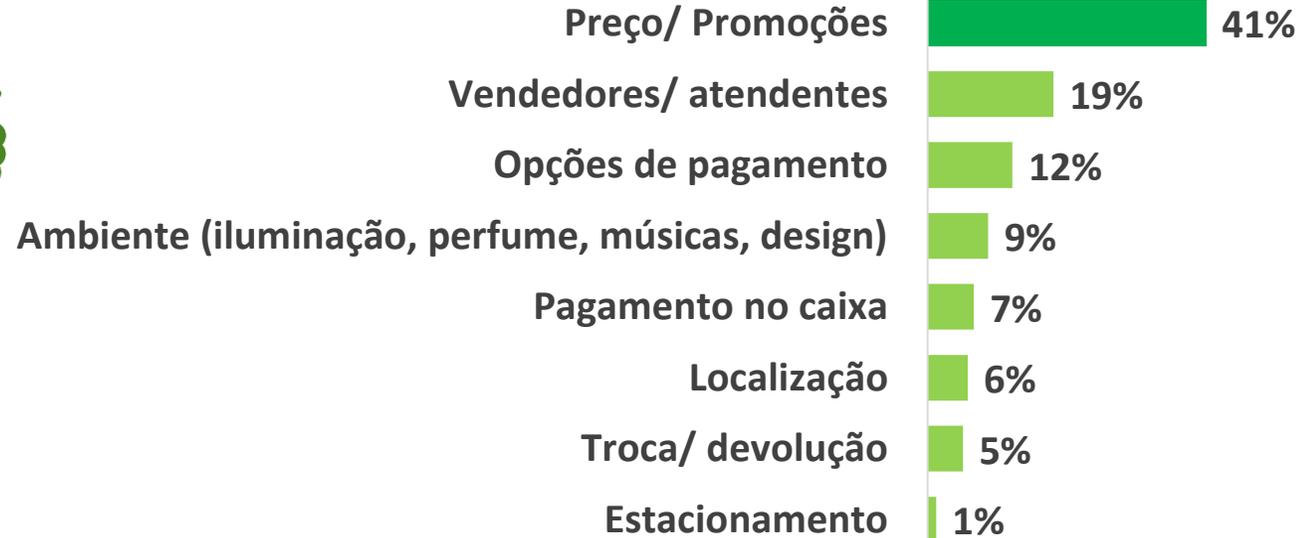
LOJA DE ROUPA/ CALÇADO

T2B: **86%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 561

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

LOJA E ROUPA/ CALÇADO

**PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:**



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais **INSATISFEITO**? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 561

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

PETSHOP



5. Resultados

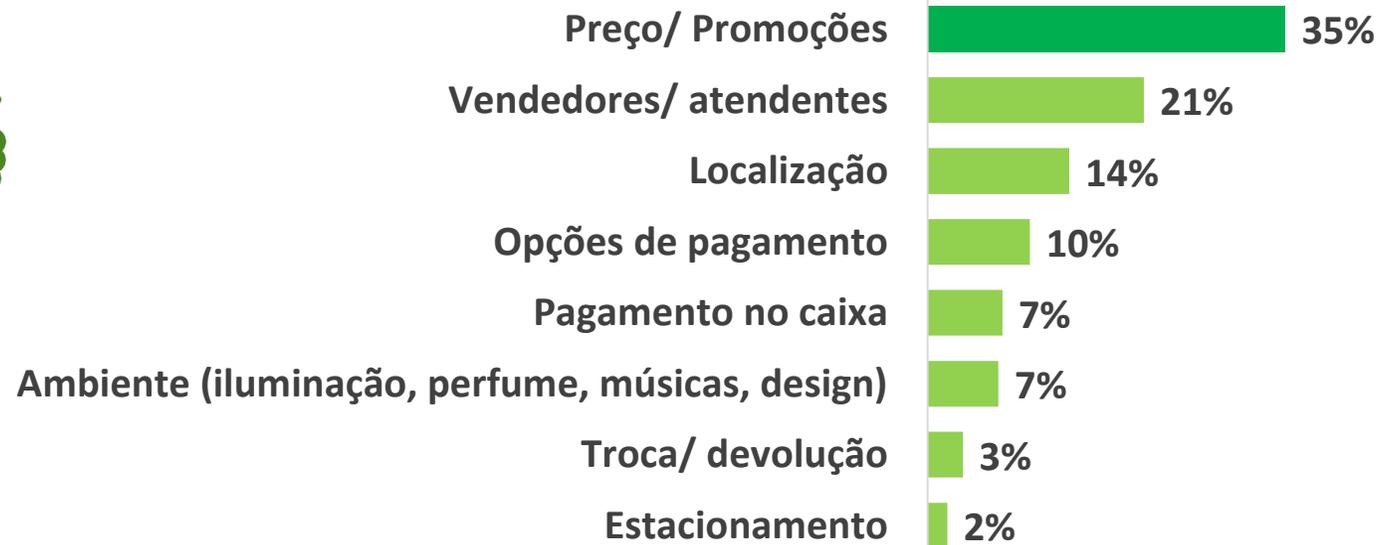
SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: **PETSHOP**

T2B: **86%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 259

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

PETSHOP

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais INSATISFEITO? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 259

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

SUPERMERCADO



5. Resultados

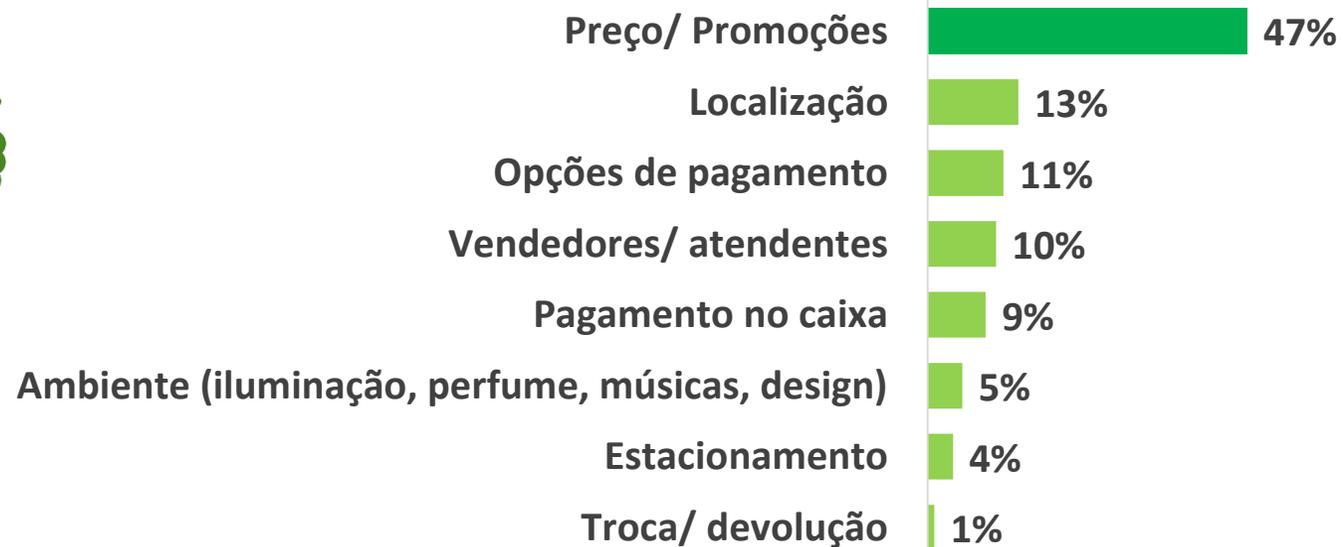
SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: SUPERMERCADO

T2B: **83%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE
SATISFAÇÃO: 



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 726

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

SUPERMERCADO

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais INSATISFEITO? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 726

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

**MATERIAL DE
CONSTRUÇÃO**



5. Resultados

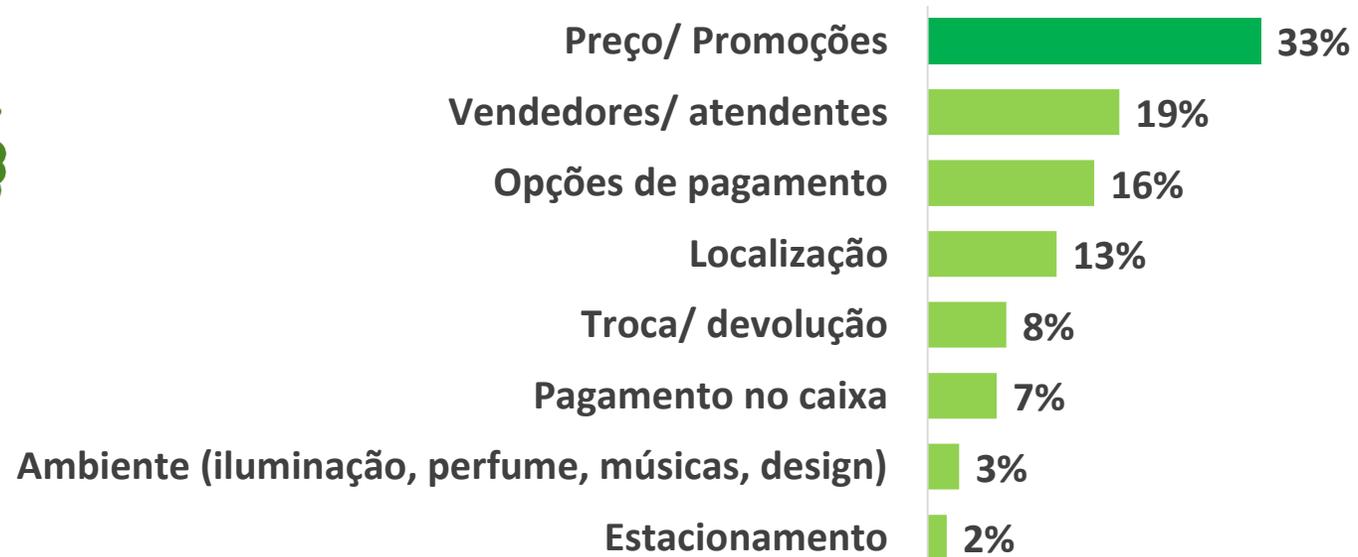
SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

T2B: **82%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE
SATISFAÇÃO: 



Base: 833 entrevistas

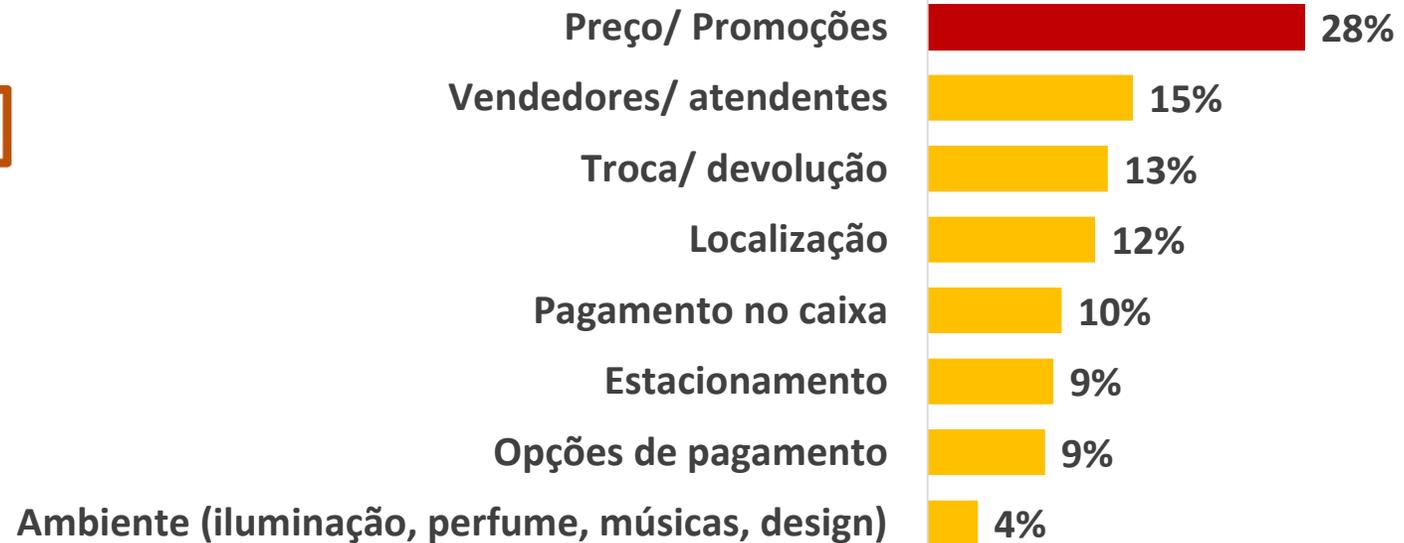
Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 324

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

**PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:** 



Base: 833 entrevistas

Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais INSATISFEITO? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 324

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas físicas

**LOJA DE
CONVENIÊNCIA**



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

LOJA DE CONVENIÊNCIA

T2B: **81%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

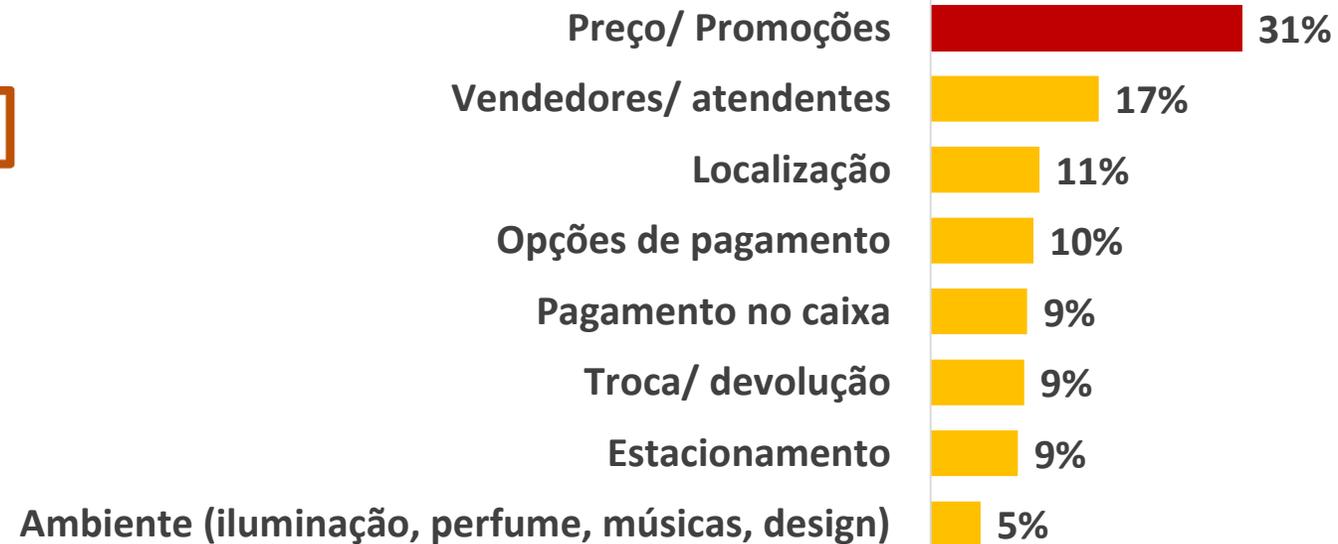
Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. BASE: 327

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: LOJA DE CONVENIÊNCIA

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 833 entrevistas

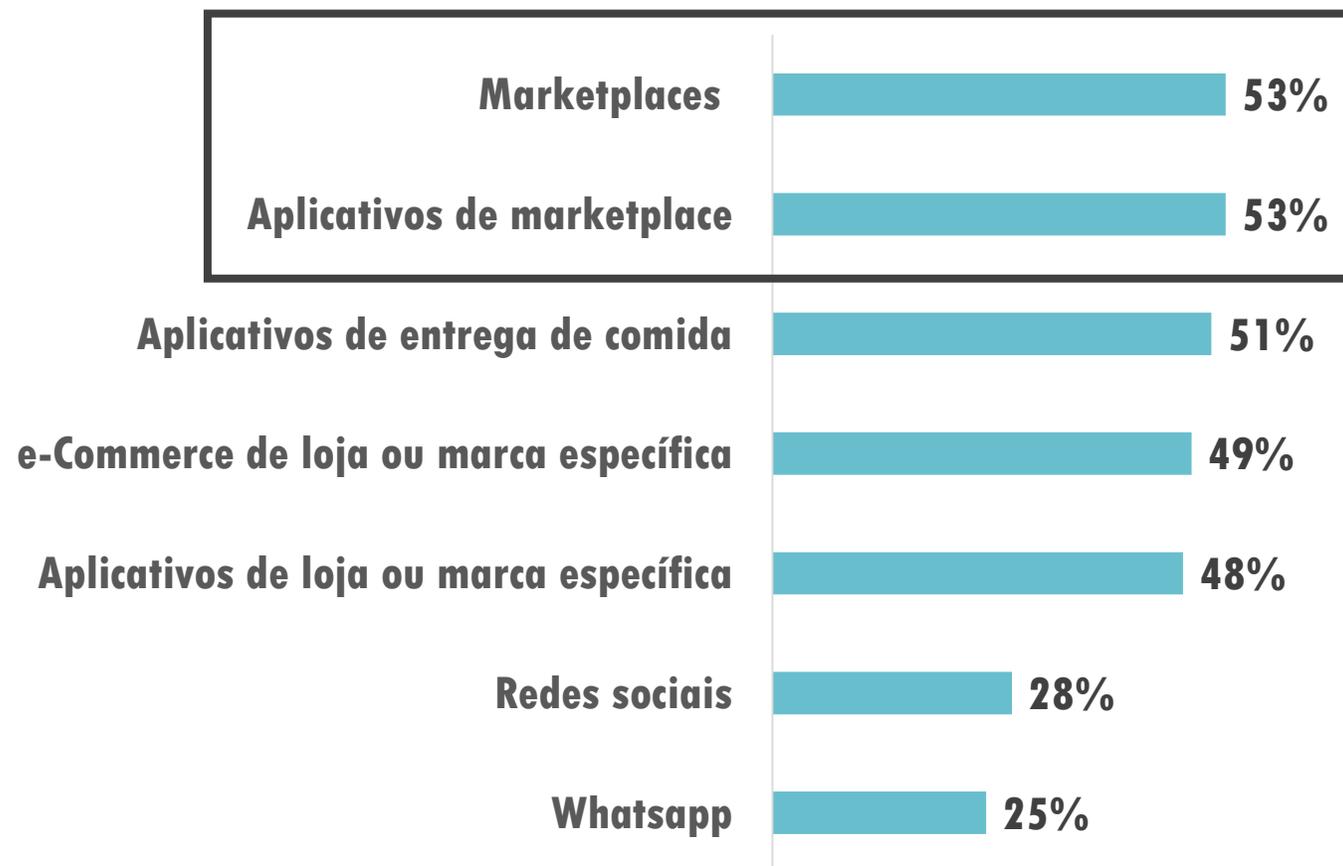
Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

E qual ponto você está mais INSATISFEITO? Pense naquele aspecto em que você acha que o local onde costuma ir para tipo de compra precisa melhorar muito. BASE: 327

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

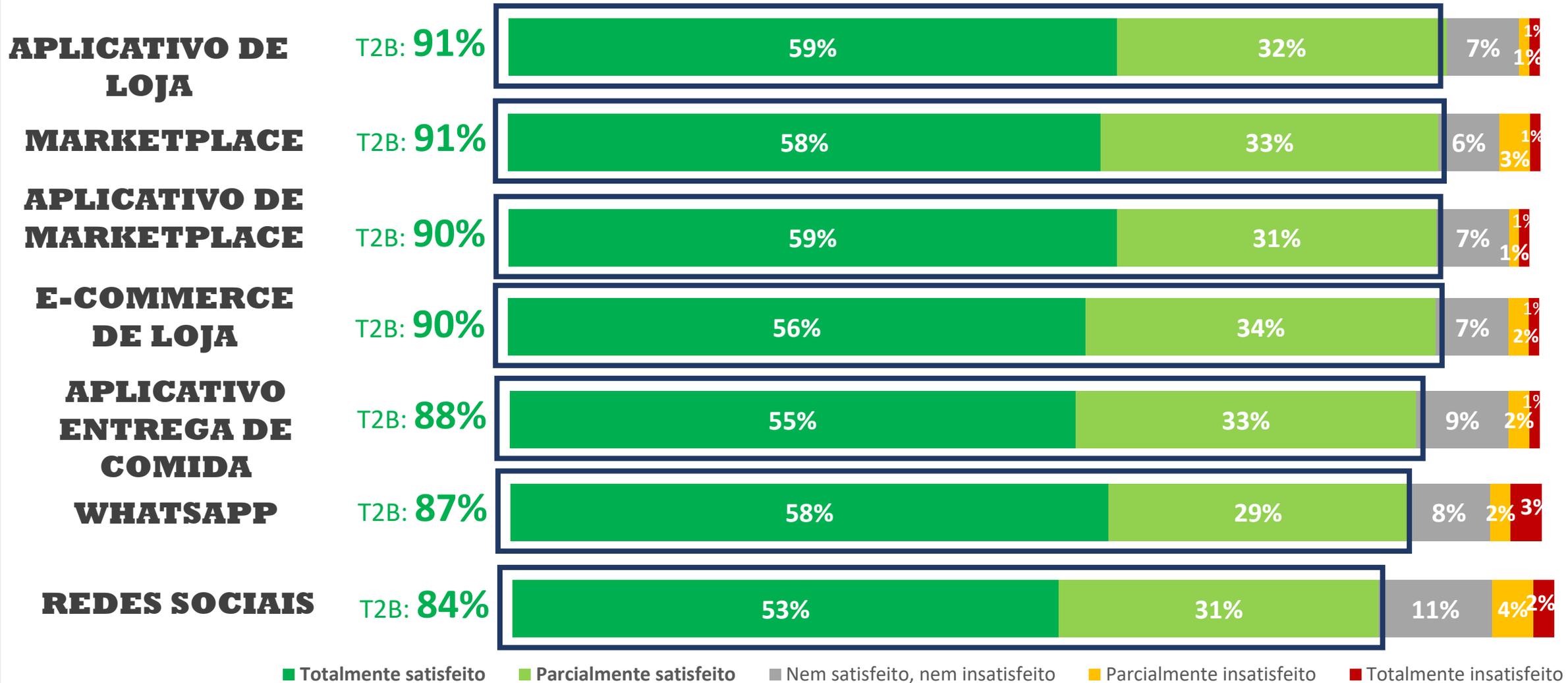




Marketplace via site e App são plataformas mais utilizadas para compras online.

5. Resultados

Lojas online: SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS



Quanto você está satisfeito ou insatisfeito com as compras nas lojas abaixo?

Base App de loja: 305; Marketplace: 338; App de marketplace: 334; e-commerce de loja: 308; app entrega de comida: 324; Whatsapp: 159; Redes sociais: 180

3. Destaques

Consumidor demonstra satisfação com preço/ promoção em compras online, e insatisfação com a entrega/ frete.

1. APLICATIVO de loja (91% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ Promoção 30%

Fator de insatisfação: Entrega/ frete 20%

2. Marketplace (91% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ Promoção 30%

Fator de insatisfação: Entrega/ frete 21%

3. e-Commerce de loja (90% de satisfação)

Fator de Satisfação: Preço/ Promoção 32%

Fator de Insatisfação: Entrega/ frete 20%

4. APLICATIVO de marketplace (90% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ Promoção 30%

Fator de insatisfação: Segurança do site/ App 20%

5 . APLICATIVO de entrega de comida (88% de satisfação)

Fator de satisfação: Preço/ Promoção 31%

Fator de insatisfação: Entrega/ frete 21%

6. Whatsapp (87% de satisfação)

Fator de satisfação: Usabilidade do site/ App 27%

Fator de insatisfação: Segurança do site/ App 26%

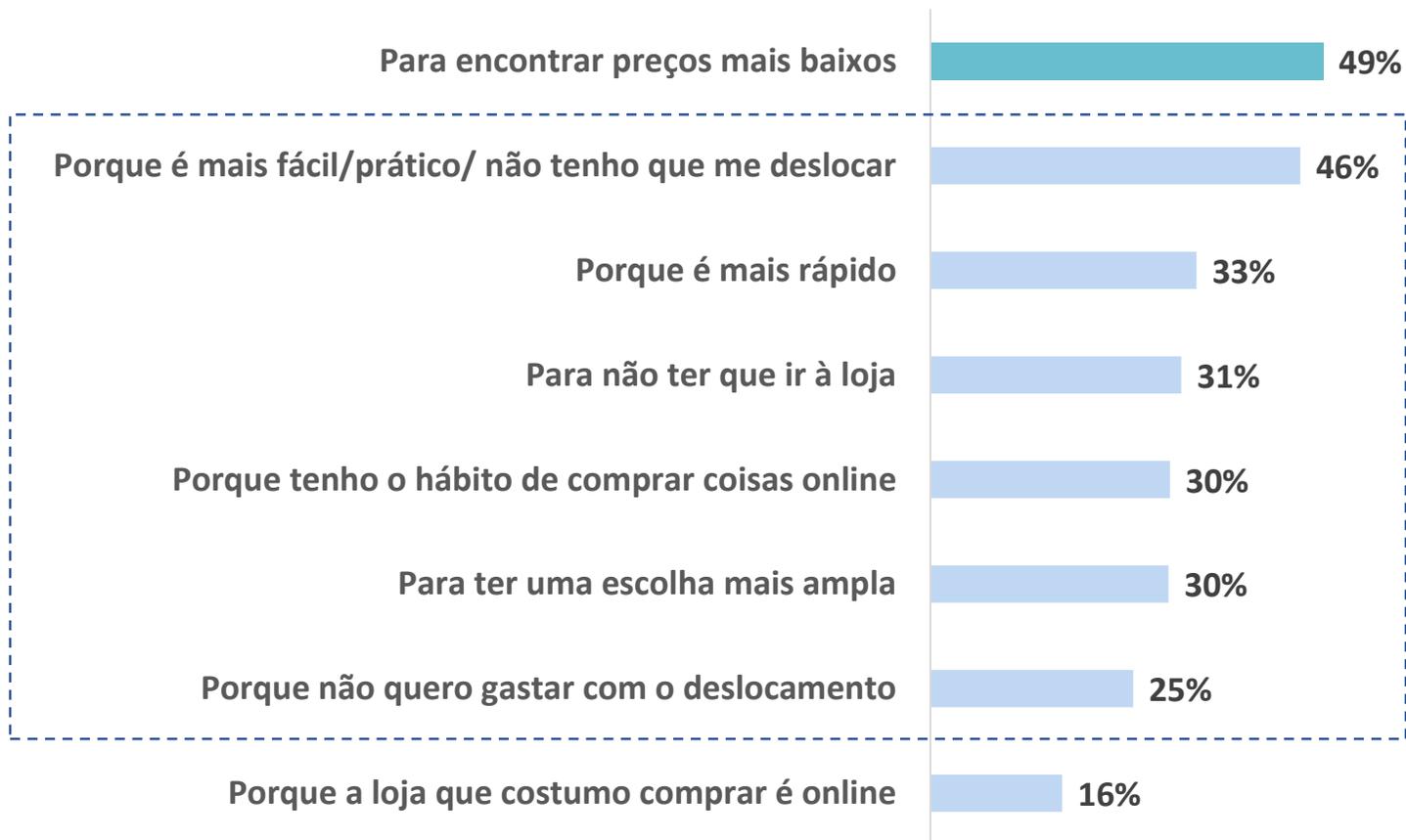
7. Redes Sociais (84% de satisfação)

Fator de satisfação: Segurança do site/ App 26%

Fator de insatisfação: Segurança do site/ App 31%



Motivos de compra na loja online:



Praticidade na compra é ponto forte de lojas online.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

**APLICATIVO DE
LOJA OU MARCA
ESPECÍFICA**



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

APLICATIVO DE LOJA OU MARCA ESPECÍFICA

T2B: **91%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 305 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

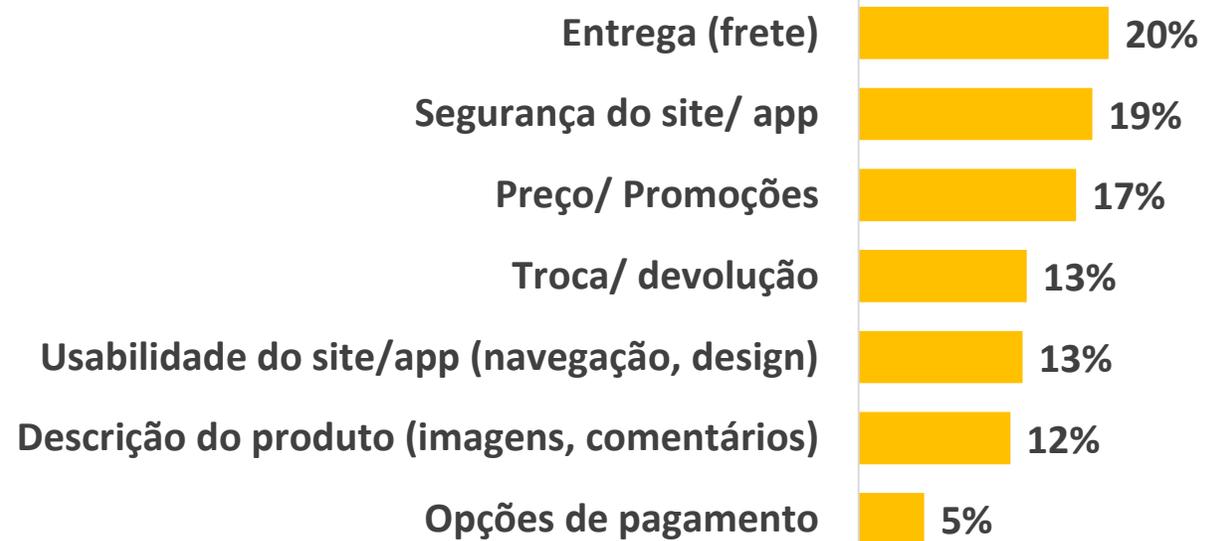
Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

APLICATIVO DE LOJA OU MARCA ESPECÍFICA

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 305 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

MARKETPLACE



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: MARKETPLACE

T2B: **91%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 338 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: **MARKETPLACE**

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 338 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

**APLICATIVO DE
MARKETPLACE**



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: APLICATIVO DE MARKETPLACE

T2B: **90%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



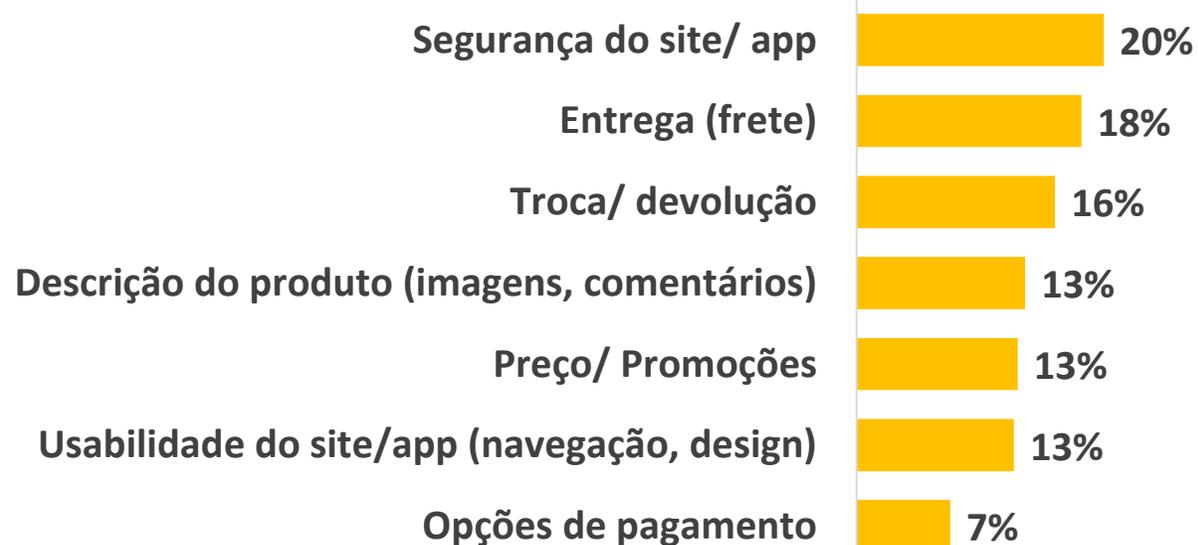
Base: 334 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: APLICATIVO DE MARKETPLACE

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 334 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

**E-COMMERCE DE
LOJA OU MARCA
ESPECÍFICA**



5. Resultados

SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

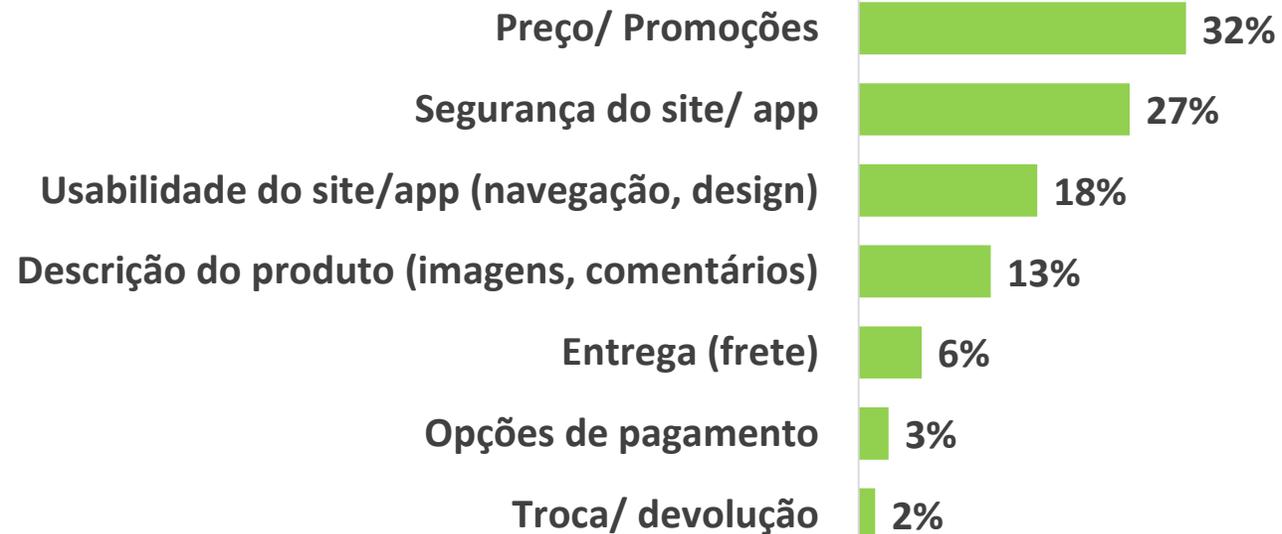
E-COMMERCE DE LOJA OU MARCA ESPECÍFICA

T2B: **90%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 308 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

E-COMMERCE DE LOJA OU MARCA ESPECÍFICA

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 308 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

**APLICATIVO DE
ENTREGA DE
COMIDA**



SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM:

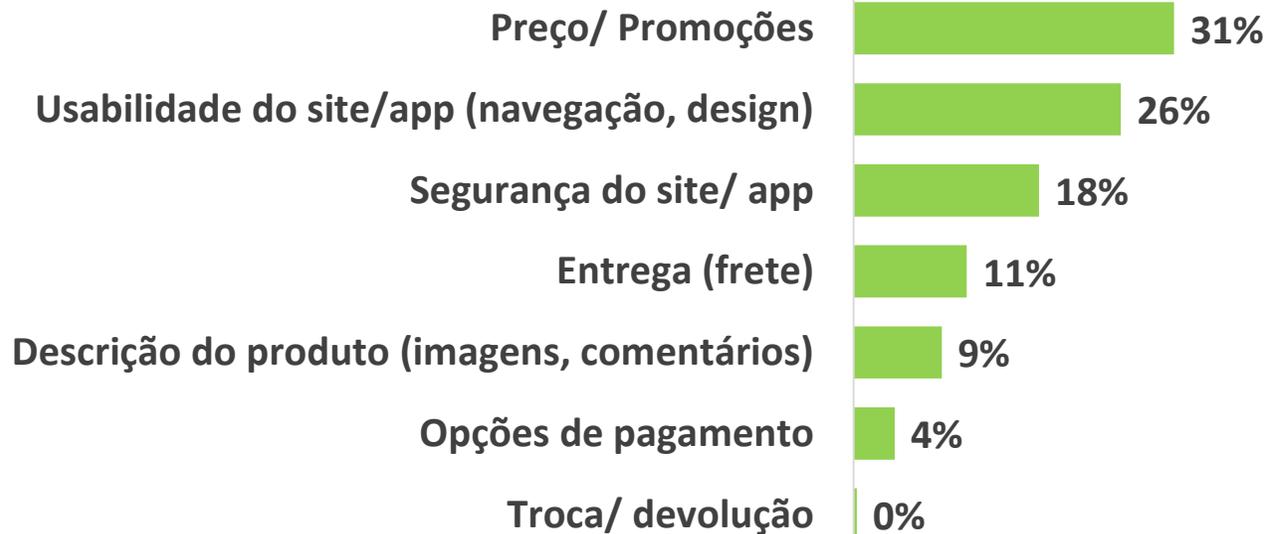
APLICATIVO DE ENTREGA DE COMIDA

T2B: **88%**



■ Totalmente satisfeito ■ Parcialmente satisfeito ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito ■ Parcialmente insatisfeito ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



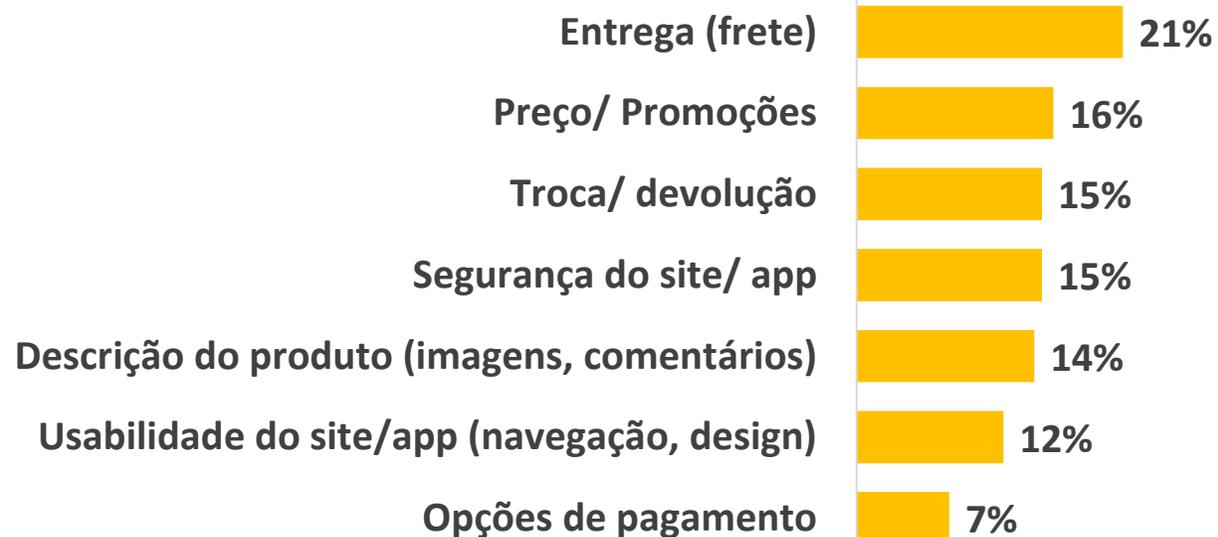
Base: 324 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: APLICATIVO DE ENTREGA DE COMIDA

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 324 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

WHATSAPP



5. Resultados

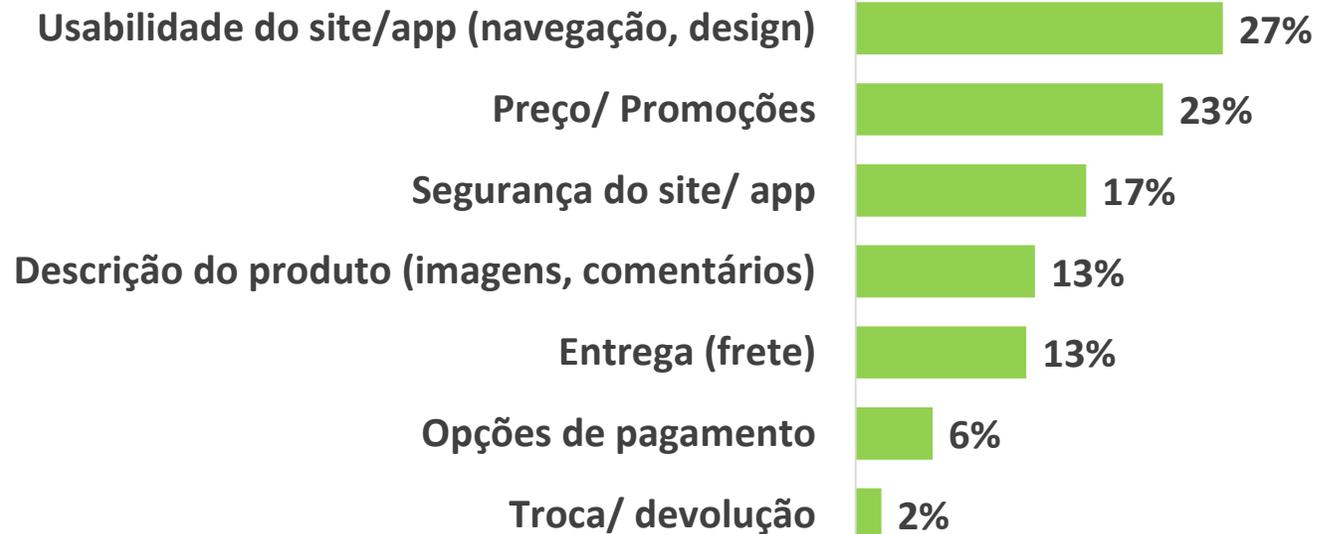
SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: WHATSAPP

T2B: **87%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 159 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: **WHATSAPP**

**PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:**



Base: 159 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados: Lojas online

REDES SOCIAIS

Instagram, Facebook



5. Resultados

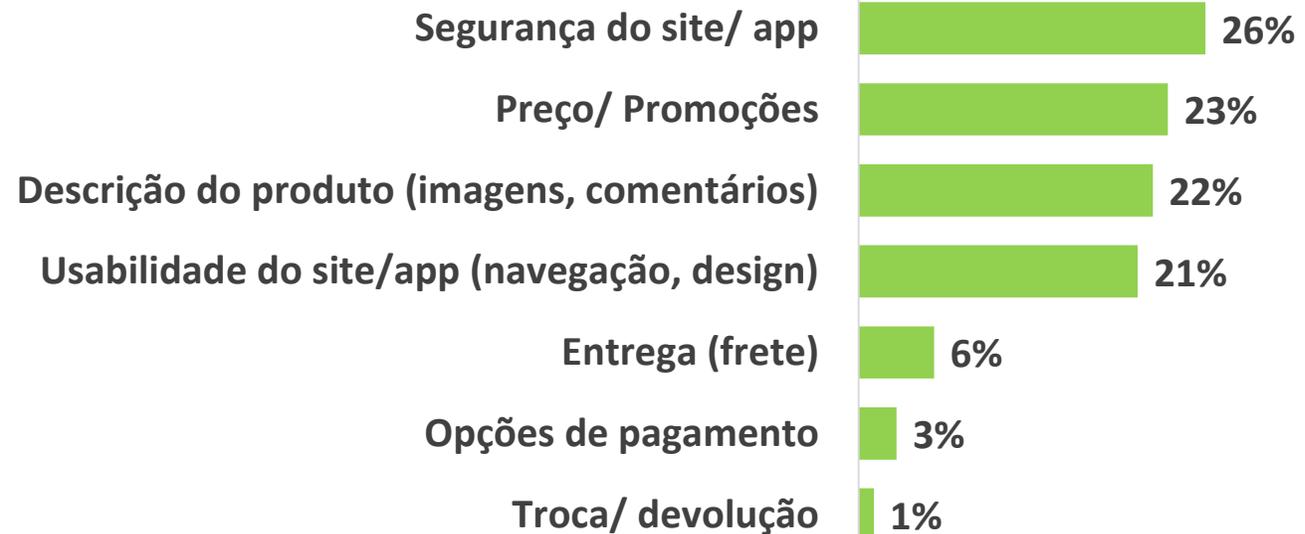
SATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: REDES SOCIAIS

T2B: **84%**



■ Totalmente satisfeito
 ■ Parcialmente satisfeito
 ■ Nem satisfeito, nem insatisfeito
 ■ Parcialmente insatisfeito
 ■ Totalmente insatisfeito

PONTOS DE SATISFAÇÃO:



Base: 180 entrevistas

Agora, o quanto você está satisfeito, ou não, com as suas compras em cada um dos canais de compra on-line que você disse que costuma comprar?

Agora, qual ponto dos listados abaixo, é o que você está mais satisfeito nos lugares que você costuma comprar on-line? Pense naquele aspecto que você considera muito positivo para cada um dos locais que você vai fazer suas compras. Escolha um para cada canal de compra.

5. Resultados

INSATISFAÇÃO COM AS COMPRAS EM: REDES SOCIAIS

PONTOS DE
INSATISFAÇÃO:



Base: 180 entrevistas

Agora, quais os pontos que você avalia mais **NEGATIVAMENTE** em cada um deles? Pense naqueles que você menos gosta, escolha um para cada canal de compra.

SATISFAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NO VAREJO

5. Resultados:

**MEIOS DE
PAGAMENTO**



5. Resultados

Cartão de crédito ou débito são utilizados com frequência em lojas físicas.



67%

Crédito ou Débito



18%

PIX com QR code na maquininha



9%

PIX sem usar a maquininha



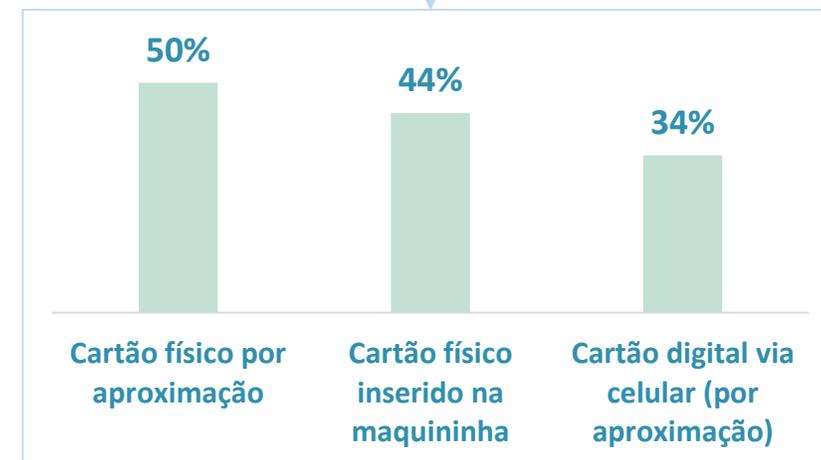
5%

Dinheiro



1%

Cartão da loja



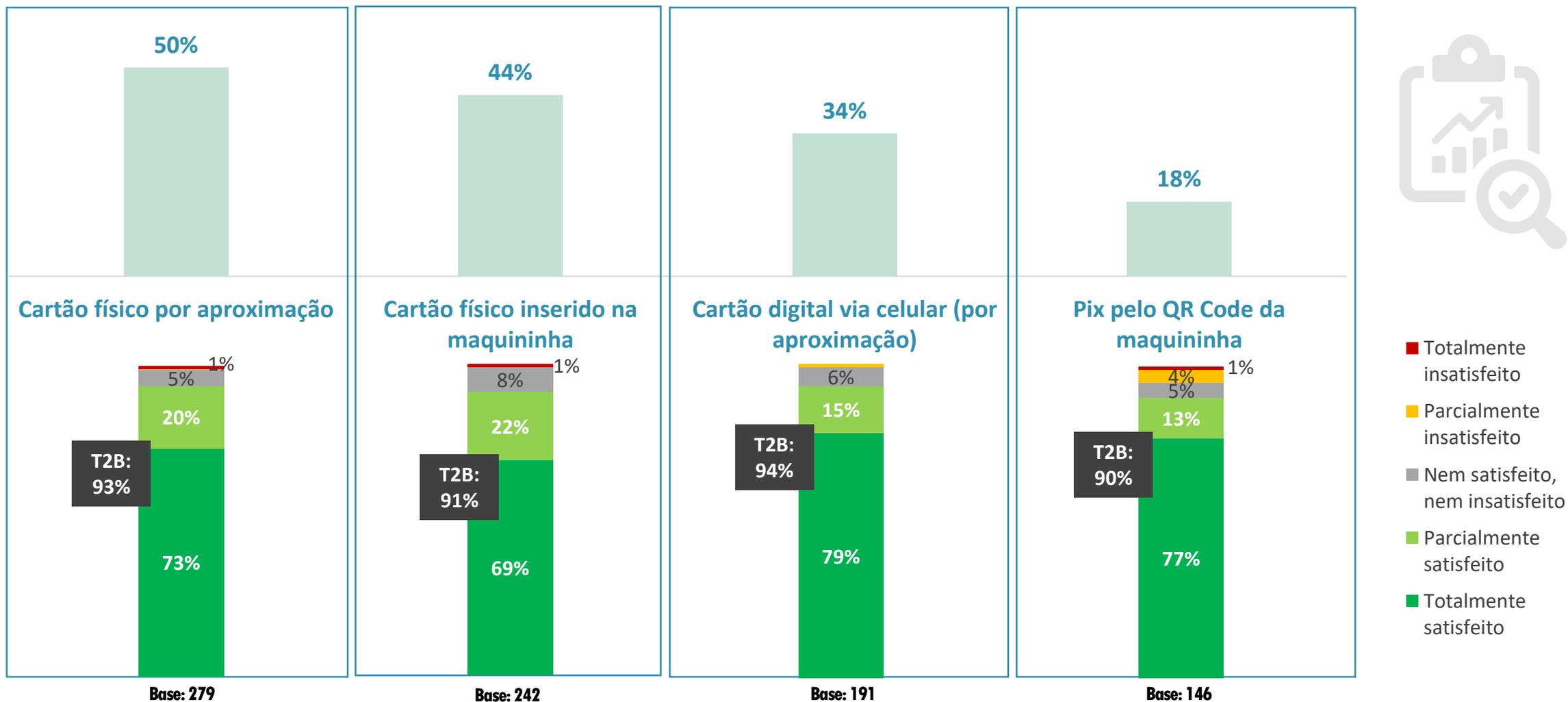
Base: 712

Base: 829

Em relação a “opções de pagamento”, qual você costuma utilizar mais em compras em lojas físicas? Agora, pensando nas suas compras usando cartão de crédito ou débito, como você costuma passar seu cartão?

5. Resultados

SATISFAÇÃO COM MEIOS DE PAGAMENTO VIA MAQUININHA: Cartão digital via celular é menos utilizado, mas possui alta satisfação em seu uso.



Agora, pensando nas suas compras usando cartão de crédito ou débito, como você costuma passar seu cartão?

SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR NO VAREJO BRASILEIRO



A satisfação do consumidor brasileiro no varejo tem sido influenciada por diversos fatores, especialmente nos últimos anos com a digitalização acelerada e mudanças nos hábitos de consumo. Alguns dos principais aspectos que impactam a satisfação dos consumidores no Brasil incluem: Preços e ofertas, experiência de compra, omnicanalidade, logística e suporte.

Empresas que equilibrarem os aspectos mencionados garantem uma experiência de compra agradável e satisfatória, seja no ambiente físico ou digital.

Ficha Técnica

Realização SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

Diretoria SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese

Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e

Co-Fundador do OasisLab

Ronald Nossig – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC

Parceria:

Matheus Vieira – VP Business Architecture - PiniOn



Fundada em 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento através do fornecimento de estudos e pesquisas. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: conteúdo, relacionamento, responsabilidade social e apoio técnico. Para saber mais, acesse: www.sbvc.com.br



PiniOn é o primeiro e maior aplicativo de micro tarefas da América Latina. Desde 2013 nossos especialistas engajam milhões de pessoas a fazer missões, que são a tradução para as milhares de micro tarefas que lançamos todos os dias baseadas em seu perfil e/ou localização. Nossa visão é sermos a maior plataforma de inclusão, educação e renda extra para as pessoas que serão impactadas pela revolução digital. E para nossos clientes, as micro tarefas se transformam em ações de impacto social e ambiental, ou em gigas de dados de qualidade e verificados, LGPD by design, prontos para somar a uma estratégia e escalar seus negócios. Visite nossas páginas: <https://pinion.business/>



Somos mais que uma máquina, somos a empresa de meios de pagamentos mais lembrada pelos brasileiros (Top of Mind). Nosso propósito é simplificar e impulsionar negócios para todas as pessoas. Por isso, assumimos o compromisso de facilitar a gestão de estabelecimentos comerciais e transformar a vida daqueles que empreendem ou que desejam entrar nesse universo. Caso queira mais informações sobre a Cielo ou tenha demandas específicas como entrevistas ou informações para alguma pauta, entre em contato conosco: comunicacaocorporativa@cielo.com.br



Obrigado!