



# IBOPE Mídia traça o perfil do e-commerce brasileiro

08/12/2010

Estudo revela que comprador eletrônico concentra-se, predominantemente, na classe AB, tem grau mais alto de escolaridade, quer produtos de uso pessoal e gasta, em média R\$ 118 por mês

O desenvolvimento do setor de compras online e das lojas virtuais no Brasil é incontestável. Mas pouco se sabe, ainda, sobre o perfil dos clientes. O IBOPE Mídia, por meio de uma pesquisa exclusiva com internautas, o TG.net, traçou um amplo perfil do consumidor de e-commerce brasileiro. O estudo analisou dados demográficos e comportamentais dos consumidores, suas preferências, opiniões e atitudes e o que pretendem comprar.

Segundo a pesquisa, o consumidor eletrônico ainda está situado, predominantemente, na classe AB, tem grau mais alto de escolaridade, compra produtos de uso pessoal e gasta, em média, R\$ 118 por mês.

## Perfil do cliente e-commerce

A classe AB é responsável por 61% do total do e-commerce, a classe C, responde por 35% dos consumidores virtuais e a classe DE representa 4%.

A parcela compreendida entre os 25 e 44 anos de idade é a maioria entre os consumidores das lojas virtuais, sendo 48% da população que realiza compras pela internet. O estudo mostra, também, que 15% dos consumidores têm entre 15 e 19 anos e 17% entre 20 e 24 anos. Outros 13% têm de 45 a 54 anos e apenas 6% têm entre 55 e 64 anos. A idade média do consumidor das lojas virtuais é de 33 anos.

Os homens estão mais habituados a comprar pela internet: 54% ante 46% das mulheres.

A parcela de solteiros também é mais representativa (49% na comparação com os casados - 41%). O estudo revelou, ainda, que 36% estão matriculados em instituições de ensino e até 32% falam uma segunda língua.

As cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo respondem por 37% do total dos compradores.

## Preferências

Cerca de 80% dos internautas usam a internet para comparar preços, 25% buscam um carro novo e 18% realizam compras profissionais. Cerca de 43% dos internautas costumam recorrer à internet antes de realizar compras e, se o produto tiver valor superior a R\$ 1.500, é na web que buscarão mais informações.

Mais de 66% dos consumidores online realizaram de uma a cinco compras nos últimos seis meses e 30% gastaram, pelo menos, R\$ 224.

Entre os produtos preferidos por esses consumidores estão: livros (30%), telefones e acessórios para celulares (20%), eletrodomésticos (18%) e produtos de tecnologia pessoal (17%), como câmeras digitais, leitores de MP3.

Nos próximos seis meses, 25% pretendem comprar câmera digital, 17% telefone celular 3G, 17% telefone celular com câmera e 15% iPhone.

## Metodologia

O TG.net é uma pesquisa online realizada com 2.500 internautas do Brasil. Fusionada com a base regular do Target Group Index, permite um banco único, com um universo de mais de 61 milhões de pessoas entre 15 e 64 anos.

O levantamento foi realizado entre maio e junho de 2010, nos mercados de: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (BH), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR) e Distrito Federal (DF), além de Goiânia, Nordeste, São Paulo Interior e Interior do Sul

a Sudeste

## COMPRA ONLINE

### Audiência de Internet

Tenha acesso a uma fonte rica de dados sobre os perfis dos internautas, obtidos por meio de painéis de medição de audiência na web.

### Cursos e treinamentos

Turmas abertas do IBOPE Educação para profissionais interessados em aprimorar suas competências em diversas áreas do conhecimento e atuar de forma mais objetiva frente aos desafios do dia-a-dia.

COMENTE

## COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

## TAGS

IBOPE Media; Consumo e comportamento

## NOTÍCIAS RELACIONADAS

### Entre os que assistem a esportes, 41% prestigiam a Fórmula 1

22/mar/2013

Homens são maioria entre os expectadores da Fórmula 1 (69%)

### 53% da população declara ter dificuldade em economizar

11/mar/2013

53% da população declara ter dificuldade em economizar. Dados do Target Group Index revelam ainda que 36% não sabem nada sobre investimentos e finanças

## SOLUÇÕES RELACIONADAS



**Target Group Index**  
Amplio estudo single source sobre consumo e estilo de vida.



**TG.net**  
Combina informações do Target Group Index com uma pesquisa online exclusiva.



**HAR**  
Hábitos e Atitudes Regional, da base do Target Group Index.

### O IBOPE

- Quem somos
- Unidades de negócios
- Investimento social
- Executivos
- O que fazemos
- Como fazemos
- Auditoria e qualidade
- Onde Estamos
- Nossos Valores
- Integridade corporativa
- Canal aberto
- Sustentabilidade
- Parcerias e associações

### SOLUÇÕES

- Ambiental
- Análises
- Consumo dos meios
- Geonegócios
- Mercado
- Monitoramento dos meios
- Opinião pública e política
- Educação
- Single source

### CONHECIMENTO

- Pesquisas de opinião e mercado
- Pesquisas eleitorais
- Pesquisas de mídia
- Audiência de rádio
- Audiência de TV RJ
- Audiência de TV SP
- Investimento publicitário
- Leitura de jornal
- Ranking de agências
- Artigos e papers
- Infográficos
- Leitura de pesquisas eleitorais
- Descubra com o IBOPE
- Glossário
- Hotsites
- Vídeos

### NEWSLETTER

E-Mail



### NOTÍCIAS

Últimas Notícias

### COMPRA ONLINE

- Cursos e Treinamentos
- Relatórios de internet
- Orçamento de Pesquisa
- Minhas Compras

### RELACIONAMENTO

- Entrevistados
- Dúvidas frequentes
- Fale Conosco
- Relacionamento acadêmico
- Imprensa
- Releases
- Organograma
- Fact sheet
- Política de divulgação

