Compras por Impulso

Pesquisa revela que brasileiro compra de 15% a 130% a mais do que o planejado, dependendo de sua renda, quando vai ao supermercado.

Estudo do Point of Purchase Advertising International (Popai) Brasil, mostra que grande parte das compras do consumidor brasileiro é feita por impulso, com a decisão de compra sendo tomada dentro da própria loja, mesmo que o consumidor tenha levado uma lista.

Os números impressionam, segundo a Instituição, o brasileiro compra de 15% a 130% a mais do que o planejado, dependendo de sua renda, quando vai ao supermercado.

A pesquisa ainda aponta que 29% dos consumidores que fazem a compra mensal e 18% dos que compram semanalmente levaram um maior número de itens do que o pretendido. Para cada dez itens planejados, 23 efetivamente entraram no carrinho das classes A e B.

Jás nas classes D e E, 15% dos produtos foram comprados por impulso. As maiores tentações que os clientes levam para casa por impulso são matinais, cereais, bebidas, doces e confeitos, laticínios, produtos de limpeza e higiene pessoal, carnes, aves e produtos congelados.

Disponível em: <http://gazetaonline.globo.com>. Acesso em 13 out. 2005.