Consumidor gosta mesmo é de ir à loja

Fernando Souza Filho

O Consumidor brasileiro ainda prefere o velho hábito de ir à loja na hora de comprar o seu computador. Uma pesquisa conduzida pela Intel mostra que 62% dos entrevistados que compraram um computador fizeram pesquisas prévias sobre o equipamento. E apesar de todos os que fizeram buscas consultarem websites para ajudá-los a decidir pelo o que comprar, 93% das pessoas não dispensam uma visita a uma loja física e apenas 19% fecham a compra online. A pesquisa ouviu compradores das classes A e B de diferentes cidades do Brasil.

O comportamento do brasileiro é bem diferente dos americanos e britânicos. Nesses países, considerados maduros, quase a metade da população compra suas máquinas pela internet, em um total de 47% e 37% respectivamente. O percentual de compradores que afirmaram ir até uma loja para verificar o produto pessoalmente também é menor. Nos EUA esse número é de 81%. No Reino Unido é de 79% e na França é de 80% do total.

"O preço já não é mais o fator preponderante na escolha do produto para os consumidores da classe A. Eles preferem ir às lojas para obter conhecimento técnico sobre o produto e também para ver uma demonstração. Querem ter certeza de que o equipamento que ele está comprando é fácil de usar e não dá problemas", afirmou o diretor de marketing da Intel, Elber Mazaro.

O Consumidor demora em média 18 dias entre a decisão de adquirir um novo computador e sua compra efetiva. Entre os principais motivos que levam os consumidores das classes A e B a comprar um computador estão as promoções ou necessidade de substituir o equipamento obsoleto. Nesses casos, segundo a pesquisa, parte do homem a decisão sobre a necessidade da compra, com 42% do total, mas é a mulher que realmente a efetiva, com 55% das respostas.

Os homens também são os maiores responsáveis pela compra por impulso, representando 63% na pesquisa. Nesse processo, os vendedores têm uma grande importância na aquisição. Ele é visto como influenciador por 23% dos entrevistados.

Disponível em: <http://pcmag.uol.com.br>. Acesso em 17 set. 2008

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.