

COMÉRCIO

Apenas 9% dos portugueses faz compras de supermercado online

**d**

Dinheiro Vivo

13.12.2017 / 14:57

Estudo concluiu que a grande maioria dos portugueses (85%) aponta o preço como o principal fator de escolha do local onde faz as compras.

Apenas 9% dos portugueses faz compras de supermercado *online*, de acordo com o *Observatório Shopper Experience*, elaborado pela in-Store Media.

O comunicado com as conclusões do inquérito, divulgado esta quarta-feira, refere que entre os principais argumentos apontados para a decisão de fazer compras *online* está o facto de receberem todos os produtos em bom estado (89%), de o *website* ser fácil e intuitivo (86%) e encontrar na loja *online* as mesmas promoções que existem na loja física (86%).

Receber os produtos pontualmente (84%) e com data de validade alargada (84%) foram outros dos argumentos mais invocados pelos inquiridos.

O inquérito, conduzido pela Netsonda para a in-Store Media, foi feito a 500 famílias (47% homens e 53% mulheres) do Continente, Açores e Madeira, com idades compreendidas entre os 25 e os 55 anos.

O estudo concluiu ainda que a grande maioria dos portugueses (85%) aponta o preço como o principal fator de escolha do local onde faz compras.

O “conforto e a experiência de compras” e o “sortido de produtos” que encontram no supermercado/hipermercado foram os outros aspetos mais valorizados por 77% dos inquiridos.

86% dos portugueses prefere pagar menos por um produto e 85% valoriza a insígnia com as melhores promoções nas marcas da sua preferência ou onde encontra a generalidade dos produtos mais baratos.

O inquérito concluiu ainda que 83% gosta de poupar sem ter de renunciar às marcas de que gosta e encontrar facilmente as promoções onde fazem as suas compras (82%).

Em relação ao “conforto e à experiência” no ponto de venda, o estudo revela que o consumidor português “quer, acima de tudo”, encontrar sempre o que procura de forma fácil e célere (85%); fazer as compras rapidamente e sem filas (83%) comprar tudo num único sítio (81%), e encontrar empregados amáveis e prestáveis (81%).

No que toca ao “sortido de produtos”, as duas variáveis mais importantes apontadas pelos inquiridos foram o “encontrar nas cadeias de supermercados produtos frescos, tão bons como os do mercado ou das lojas de bairro” (76%) e “comprar as marcas e a variedade de que mais gostam” (73%).

Na opinião de Nuno Saraiva de Ponte, director-geral da in-store Media, “este estudo reforça o conhecimento do *shopper*, permitindo à in-Store Media continuar a aconselhar com mais acuidade o tipo de comunicação a desenvolver pelos anunciantes nas cadeias de distribuição”.