



Jovens Consumidores

Julho 2001

<http://www.ebit.com.br/>

Adolescentes também gostam de fazer compras na Internet

E gastam, em média, R\$ 90 em cada compra, segundo estudos realizados pela **e-bit**, empresa líder em pesquisa e marketing online

Os adolescentes não utilizam a Internet apenas para pesquisas escolares ou entretenimento. Eles também fazem parte do grupo de pessoas que não abrem mão do conforto na hora de fazer compras. Segundo pesquisas realizadas pela **e-bit**, 1% dos consumidores virtuais no Brasil possui menos de 17 anos. Apesar desse número ainda não ser expressivo, ele representa jovens com hábitos e comportamentos diferenciados, que fazem parte de uma geração acostumada com as vantagens do computador.

Estudos realizados pela **e-bit** em setembro, com 17.112 e-consumidores brasileiros de diversas faixas etárias, indicam características interessantes. O fator preço, por exemplo, parece não preocupar a garotada. Quem tem menos de 17 anos integra o grupo que melhor avalia este item: 39% dos jovens e-consumidores estão muito satisfeitos com o preço dos produtos adquiridos pela Internet. Em geral, o tíquete média da garotada é R\$ 90,00, bem abaixo da média obtida entre todos e-consumidores, que chega a R\$ 220,00.

Outro diferencial é o horário para fazer as compras: quase 10% da meninada prefere entre 22h e 23h. Nenhum outro grupo tem presença tão expressiva neste período. A pesquisa indica outro comportamento que diferencia este grupo. Ao contrário da maioria dos consumidores online que não dispensa o cartão de crédito - ele é, disparado, a principal opção para 82% das pessoas que fazem compras virtuais --, os jovens utilizam com maior frequência o boleto bancário como meio de pagamento. Esta é, por exemplo, a opção para 36% dos adolescentes.

Quando analisada a experiência com o *e-commerce*, os jovens aparecem com destaque novamente. É neste grupo que está a maior porcentagem de estreates da modalidade (33%). Por isso, o fato de conhecer a loja não tem o mesmo peso como motivador de visita aos estabelecimentos virtuais, se comparado com os demais e-consumidores.

"Esta é uma geração que só não compra mais pela Internet porque não possui independência financeira e ainda depende de uma série de fatores para pode concretizar as transações", explica o CEO da **e-bit**, André Sapoznik. "Não tenho dúvidas que este grupo será mais representativo, futuramente. As administradoras de cartão de crédito, por exemplo, já criaram cartões novos visando atender este público que tem potencial de compra muito grande", conclui.

Metodologia

- Os consumidores são convidados a responder uma pesquisa de satisfação após realizarem uma compra em lojas conveniadas à e-bit.

Para garantir a credibilidade e integridade dos dados, o sistema assegura que somente compradores efetivos preenchem as pesquisas.

- A **e-bit** tem atualmente 400 lojas conveniadas, dentro de um total de 1.040 listadas no site.

Base Amostral

- 17.112 consumidores de todo o Brasil.
- Pesquisas realizadas entre 01/09/2001 e 30/09/2001.



© 2000-2. Todos os direitos reservados