PESQUISA COM CONSUMIDORES DO ESPÍRITO SANTO

Como o capixaba compra: o que influencia na decisão e o que faz o consumidor desistir

O que mais pesa na decisão de compra online e nas lojas físicas, segundo os consumidores capixabas, e como usar essas informações no seu negócio.

82,2% já compraram online

37,6% desistem por avaliações negativas

63,8% desistem por mau atendimento

1 8 em cada 10 capixabas já compraram pela internet

82,2%

já fizeram compras online

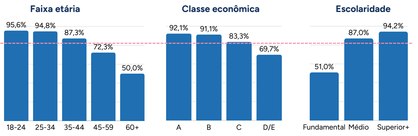
17,8% nunca compraram

PARA O SEU NEGÓCIO:

O online já faz parte da rotina da maioria. Vale investir em uma boa presença no digital!

2 Até os 44 anos a maioria já compra online. Depois disso, o percentual cai.

% que já compraram online, por perfil. Linha tracejada = média geral (82,2%).



Diferença de 45,6 p.p. entre faixas etárias mais jovens e 60+. Entre os 60+, metade nunca comprou online.

A maior diferença se concentra nas classes D/E. A classe D/E fica 22,4 p.p. abaixo da classe A.

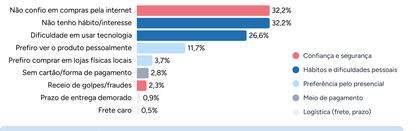
Quanto maior a escolaridade mais comum a compra online. Salto de 36 p.p. entre escolaridade até nível fundamental e médio (completo ou incompleto).

PARA O SEU NEGÓCIO

Atenda ao seu público-alvo: a propensão a realizar compras online é inferior à média entre pessoas com 45 anos ou mais, das classes D/E e com escolaridade até o ensino fundamental.

3 Quem ainda não compra online fala de confiança, hábito e tecnologia, não de frete ou prazo

Motivos de quem nunca comprou online - aceita mais de uma resposta.

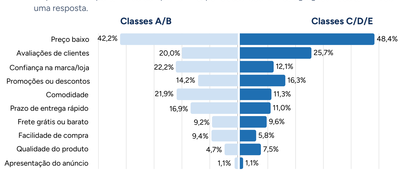


PARA O SEU NEGÓCIO

Confiança se constrói com sinais visíveis: endereço, CNPJ, política de troca clara e um canal humano para atendimento.

4 No online, o preço abre a conversa e a confiança vem na sequência

O que é mais importante ao comprar online, por classe econômica agregada - aceita mais de uma resposta.



Confiança

na marca ou na loja pesam mais para classes A/B.

Avaliações

aparecem como segundo fator para classes C/D/E.

Preço baixo

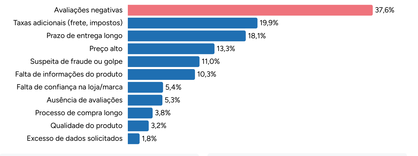
é o fator de maior relevância em todas as classes.

PARA O SEU NEGÓCIO

Além de oferecer preços competitivos, é fundamental manter uma boa reputação. Por isso, responda às dúvidas e reclamações recebidas com clareza e agilidade.

5 Uma avaliação negativa derruba mais vendas do que o preço alto

O que leva o cliente a desistir de uma compra online - aceita mais de uma resposta.



9,4% decidem a compra pelo frete grátis ou barato → **19,9%** desistem por taxas adicionais

23,6% valorizam avaliações de outros clientes → **37,6%** desistem por avaliações negativas

PARA O SEU NEGÓCIO

Responda às avaliações (principalmente as negativas), mostre o valor total da compra e um prazo realista de entrega logo no início da jornada de compra.

6 Na loja física, o atendimento vale mais do que qualquer outro fator

O que é mais importante ao comprar em lojas físicas - aceita mais de uma resposta.

52,6%

apontam o bom atendimento como fator mais importante, quase o dobro do 2º fator

PARA O SEU NEGÓCIO

Treine a equipe (escuta, conhecimento do produto, agilidade) e torne a experiência do seu cliente mais fluida, deixe os preços bem visíveis e facilite ver e experimentar o produto.

7 O mau atendimento afasta mais clientes do que o preço alto

O que mais faz o cliente sair de uma loja sem comprar - aceita mais de uma resposta.

O atendimento é decisivo

52,6% bom atendimento atrai

63,8% atendimento ruim afasta

8 Online ou na loja, quem vende é o relacionamento

A reputação decide a compra online, a equipe decide na loja.

	Online	Loja Física
O que mais pesa	Preço baixo (46,1%)	Bom atendimento (52,6%)
2º fator decisivo	Avaliações de outros clientes (23,6%)	Preço visível e claro (26,8%)
O que mais faz perder a venda	Avaliações negativas (37,6%)	Mau atendimento (63,8%)
2º motivo de perda	Taxas adicionais (19,9%)	Preço alto (35,9%)

1 Trate as avaliações como vitrine

37,6% desistem por avaliações negativas; 23,6% decidem pela opinião de outros clientes.

2 Mostre o valor final da compra

Taxas extras fazem 19,9% desistir; o frete grátis decide para 9,4%.

3 Seja honesto no prazo de entrega

Prazo longo leva 18,1% a desistir; prazo rápido pesa mais para A/B (16,9%).

4 Transmita segurança e informação

11,0% desistem quando suspeitam de golpe e 10,3% desistem por falta de informação.

5 Saiba atender ao seu público

Saiba o que importa mais para o perfil do seu público.

6 Faça do atendimento seu maior ativo

52,6% valorizam o bom atendimento; 63,8% saem da loja por causa do mau atendimento.

REFERÊNCIA

Fonte: Sebrae/ES. Pesquisa realizada com Consumidores do Espírito Santo. 1.200 entrevistas com consumidores de 18 anos ou mais residentes no Espírito Santo. Entrevistas realizadas entre 26 de agosto a 08 de setembro de 2026.

SEBRAE