

Estado de São Paulo

Hábitos de consumo pela internet 2023-2024¹

INTRODUÇÃO

A presente edição do *Seade SP TIC* analisa os hábitos de consumo na internet entre residentes no Estado de São Paulo, a partir de duas tomadas da pesquisa realizada pela Fundação Seade, em 2023 e 2024,² por meio de coleta remota, utilizando unidade de resposta audível (URA).

Os resultados apontam a consolidação do comércio eletrônico em São Paulo no biênio e revelam que a maioria dos paulistas efetuou compras ou contratou serviços pela internet. Em destaque, as pesquisas assinalam elevadas proporções de residentes utilizando *e-commerce* tanto nos municípios de até 20 mil habitantes quanto no conjunto do interior, que passa a se equiparar aos observados para os residentes na capital.

Apesar do hábito de realizar compras *on-line* se mostrar bastante comum no Estado de São Paulo, 33% dos residentes não o praticaram, uma proporção constante em relação a 2023. As principais razões para não aderir ao comércio eletrônico incluem falta de conhecimento sobre como usar a internet, sensação de insegurança e falta de acesso à rede.

A pesquisa também assinala que perdura a desigualdade no hábito de consumir pela internet: maior entre os estratos mais altos de renda e instrução, em detrimento dos grupos de maior idade, menor instrução e rendimento. Esses números sugerem que uma ampliação da base de consumidores *on-line* no Estado de SP pressupõe superar barreiras sistêmicas associadas à heterogeneidade do acesso à internet no Brasil, obstáculos relacionados a padrões demográficos e socioeconômicos que impedem o usufruto dos recursos *on-line* de forma universal.

HÁBITOS DE CONSUMO DOS PAULISTAS VIA INTERNET

No Estado de São Paulo, 67% da população fez compras pela internet em 2024, sendo que 56% reportou ter efetuado essas aquisições no último mês, habitualidade bastante significativa e que, acrescida da estabilidade verificada em relação a 2023, sugere a consolidação do *e-commerce* no Estado.³ Em 2023, essa prática foi mais comum entre os usuários do Município de São Paulo em relação à média do interior, no entanto, em 2024, essa diferença deixa de existir.

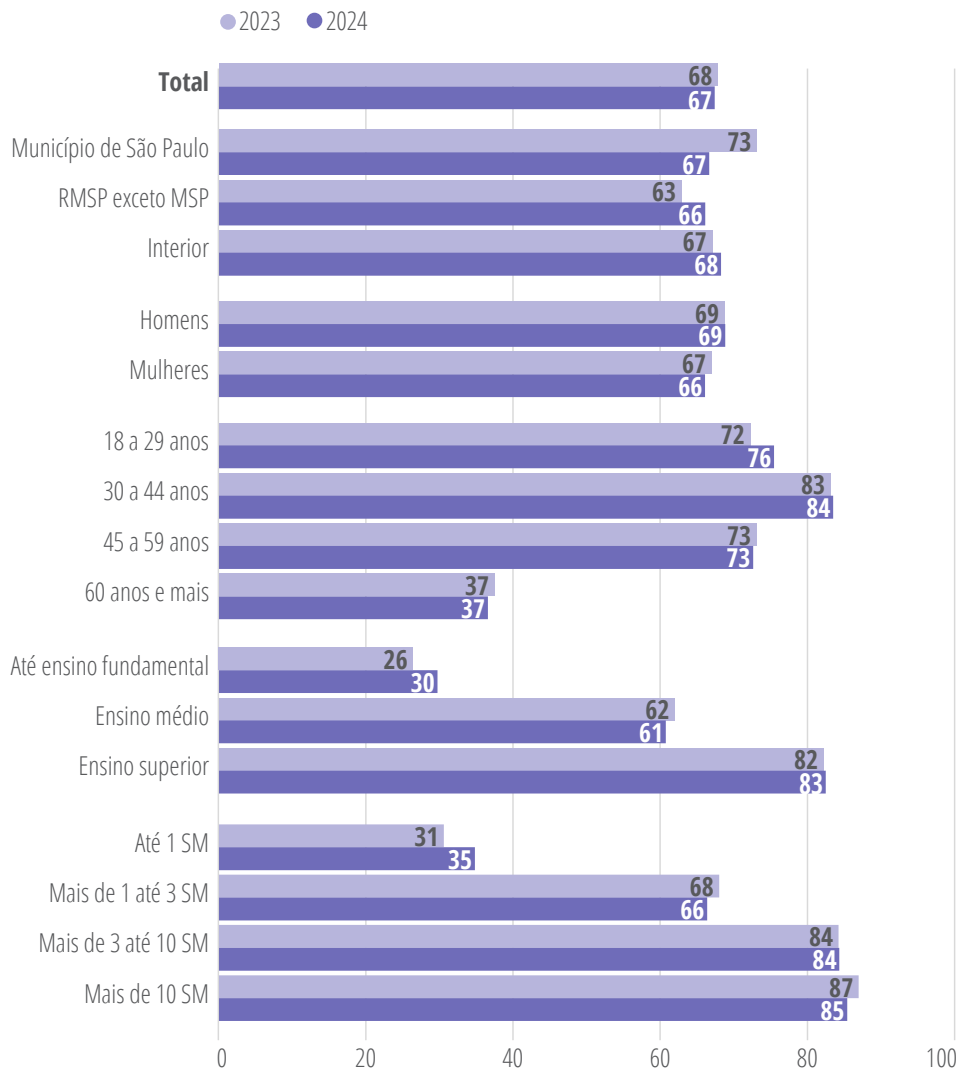
1. Os resultados analisados decorrem de pesquisa primária realizada pela Fundação Seade entre residentes no Estado de São Paulo. Comparações com resultados de outras pesquisas publicadas nos boletins SP TIC não são adequadas, em decorrência da aplicação de metodologia com procedimentos estatísticos distintos. A pesquisa se refere aos hábitos de compra pela internet de eletrônicos e eletrodomésticos, cursos, produtos de turismo e supermercado.

2. A pesquisa contou com amostras de 4.061 entrevistas (22 a 24 de fevereiro de 2023) e 14.481 (08 de janeiro a 21 de março de 2024), compostas exclusivamente por pessoas de 18 anos ou mais.

3. Nos últimos 12 meses em relação ao momento da entrevista.

Gráfico 1 – População que fez compras na internet nos últimos 12 meses, por atributos pessoais (1)

Estado de São Paulo, 2023-2024, em %

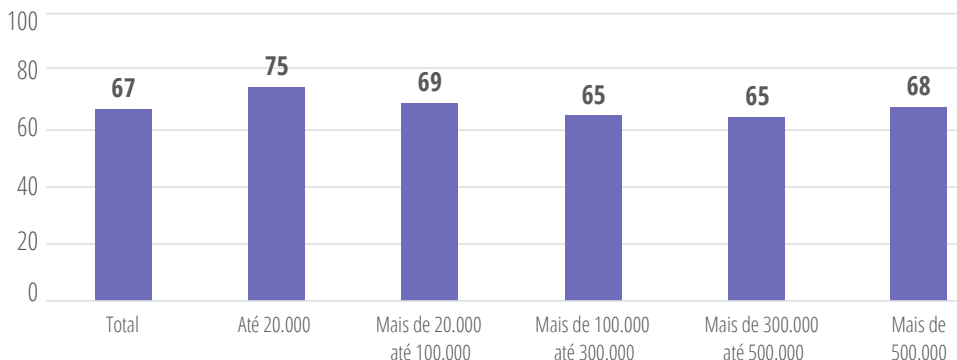


(1) A apuração dos rendimentos refere-se à renda familiar total.

O hábito de comprar pela internet nos municípios de menor porte populacional – até 20 mil habitantes – cuja proporção é de 75%, perfaz índice superior ao do Estado (67%) e das cidades com mais de 500 mil residentes (68%). O maior índice de consumo pela internet em cidades menores sugere uma mudança nos hábitos, como o deslocamento para compras em cidades de maior porte e comércio mais diversificado, além da substituição das lojas de rua pelo *e-commerce*, especialmente de eletroeletrônicos e eletrodomésticos. Esse cenário pode ainda refletir ampliação na rede de distribuição dos *marketplaces*, que propicia diminuição de custos de entrega e agilidade na chegada do produto ao seu destino.

Gráfico 2 – População que fez compras na internet nos últimos 12 meses, por porte populacional do município de residência

Estado de São Paulo, 2024, em %



Tal qual reportado em 2023, fatores como idade, escolaridade e rendimentos familiares exercem influência sobre o hábito de realizar compras pela internet. Em 2024, a parcela das pessoas de 30 a 44 anos que compraram pela internet (84%) é mais do que duas vezes superior à observada no grupo de 60 anos e mais (37%). Pessoas entre 30 e 44 anos, comumente denominadas como geração *millennial*, compõem um grupo demográfico caracterizado pelo crescimento em meio a avanços tecnológicos significativos, disseminação da internet e popularização dos dispositivos móveis. Pessoas desse segmento etário tendem a apresentar maior familiaridade com tecnologia e domínio das habilidades digitais.

Na medida que o nível de escolaridade aumenta, observa-se um crescimento significativo na realização de compras pela internet. Os consumidores com ensino superior apresentam uma taxa de consumo *on-line* de 83%, o que é 53 p.p. (pontos percentuais) maior do que aqueles com ensino fundamental (30%) e 22 p.p. maior do que aqueles que concluíram o ensino médio. O nível de renda também afeta consideravelmente o hábito de comprar *on-line*. Os dados revelam que 35% das pessoas com renda familiar de até um salário mínimo realizaram esse tipo de consumo, enquanto o índice atinge 85% na faixa acima de dez salários mínimos.

Compra de eletrônicos e eletrodomésticos

Uma das práticas mais citadas pelos consumidores na internet é a compra de eletrônicos e eletrodomésticos, referida, em 2024,⁴ por 88% deles – sendo que 41% afirmam comprar sempre e 47% o fazem eventualmente. Esses resultados são semelhantes aos do levantamento realizado em 2023. Os percentuais significativos, especialmente de eletrônicos, reiteram a importância da inserção digital, motivada por crescentes demandas de trabalho, estudo e vida social no ambiente virtual. Outro aspecto que pode contribuir para esse comportamento é a maior oferta existente *on-line* de equipamentos eletrônicos e eletrodomésticos, acrescida da possibilidade de comparar preços e comodidade na aquisição e entrega.

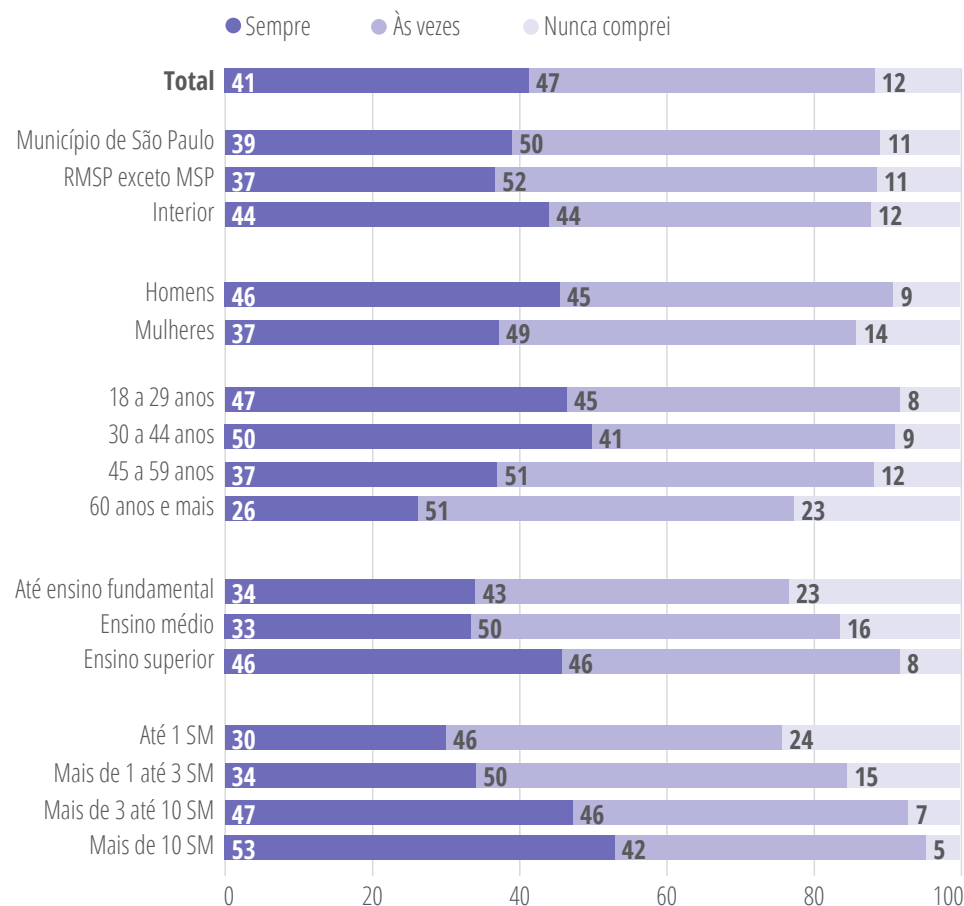
Entre os consumidores que fizeram compras pela internet, os segmentos que se destacam na aquisição de eletrônicos e eletrodomésticos são homens, das faixas etárias mais jovens, mais escolarizados e com renda familiar mais elevada, fenômeno já observado no ano anterior. No entanto, parcelas ainda significativas daqueles que têm renda familiar de até um salário mínimo (24%) e dos que possuem até ensino fundamental completo (23%) afirmaram nunca terem adquirido esses bens *on-line*, apesar destes percentuais terem declinado em relação a primeira tomada da pesquisa.

Registre-se que as proporções daqueles que adquiriam produtos eletrônicos ou eletrodomésticos é similar independentemente da região de residência (Município de São Paulo, RMSP ou interior) ou porte do município, variando apenas a frequência na realização dessas compras, sinalizando a capilaridade do *e-commerce* e seu espraiamento territorial.

4. Nos 12 meses que antecederam a pesquisa.

Gráfico 3 – População que fez compras pela internet nos últimos 12 meses, por atributos pessoais (1), segundo frequência de comprar produtos eletrônicos ou eletrodomésticos

Estado de São Paulo, 2024, em %



(1) A apuração dos rendimentos refere-se à renda familiar total.

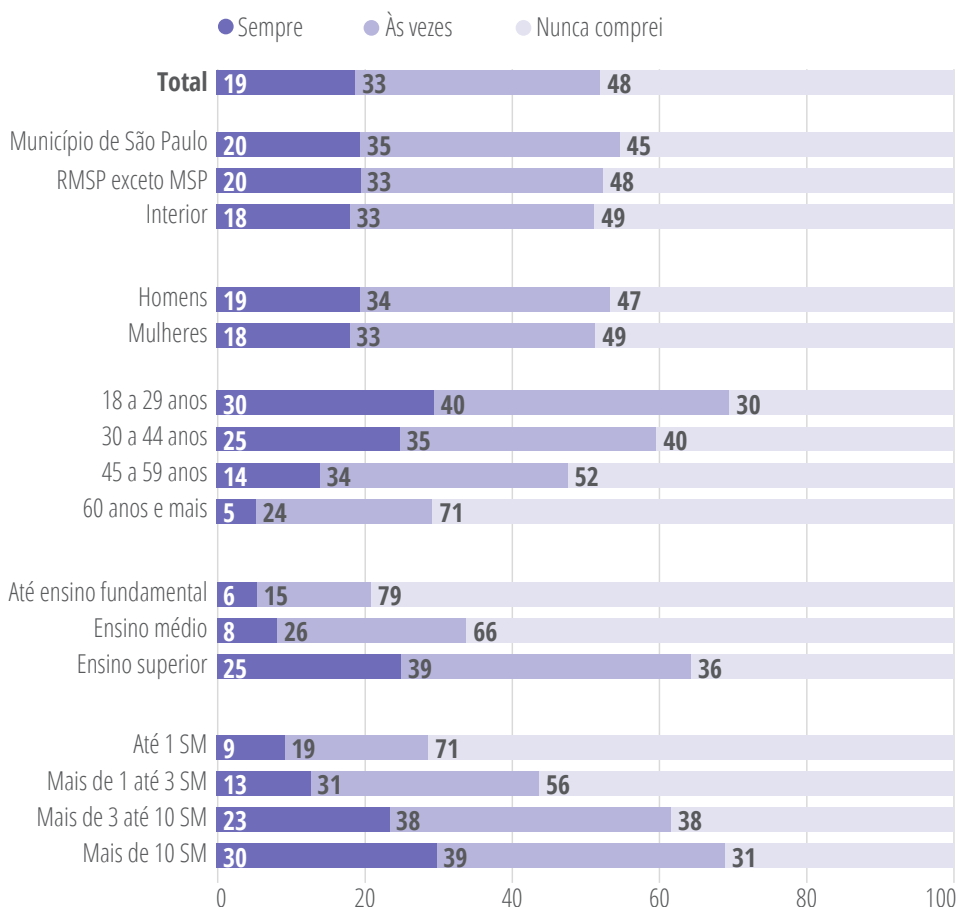
Compra de cursos

Como já foi observado em 2023, a compra de cursos também é prática frequente entre consumidores *on-line*, uma vez que, em 2024, mais da metade deles adquiriram via *web* esse serviço nos últimos 12 meses (52%). Os mais jovens, mais escolarizados e com maior renda são os segmentos que mais compram cursos pela internet. Cerca de dois terços dos usuários com formação superior declararam ter adquirido cursos pela rede, provavelmente profissionais em busca de pós-graduação ou aprimoramento profissional, enquanto um terço daqueles com ensino médio o fizeram. O maior percentual dos que nunca adquiriram cursos pela internet está entre aqueles com escolaridade até ensino fundamental (79%), talvez por não preencherem os pré-requisitos deste tipo de curso.

Adquirir cursos *on-line* é prática ligeiramente mais comum no Município de São Paulo, em comparação com o interior e com municípios com mais de 100 mil habitantes.

Gráfico 4 – População que fez compras pela internet nos últimos 12 meses, por atributos pessoais (1), segundo frequência de comprar cursos

Estado de São Paulo, 2024, em %



(1) A apuração dos rendimentos refere-se à renda familiar total.

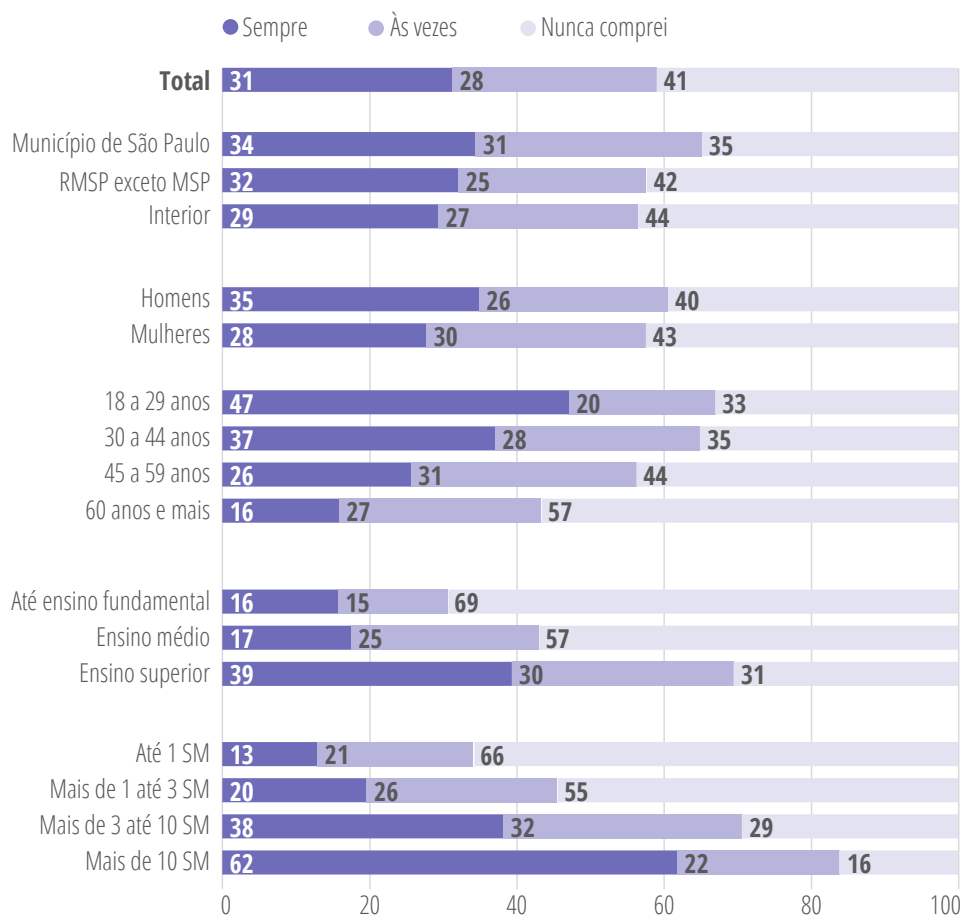
Compra de produtos de turismo

Entre os residentes do Estado de SP que fizeram compras pela internet nos últimos 12 meses, 59% referiram adquirir produtos de turismo (passagem aérea, pacotes de viagem ou alugar carro ou imóvel de férias pela internet), em 2024, e seu perfil é similar ao observado no levantamento de 2023, com maiores percentuais registrados entre moradores da capital, bem como entre as faixas etárias mais jovens, os mais escolarizados e com maiores níveis de renda familiar.

No entanto, apenas três em cada dez desses consumidores declararam sempre comprar *on-line* passagens aéreas, pacotes de viagem ou alugar carro ou imóvel de férias. É no segmento que tem rendimento familiar mais elevado (acima de dez salários mínimos) que a proporção de compras desse tipo de produto se intensifica, com 62% que sempre adquirem. Por outro lado, na faixa com rendimento familiar de até um salário mínimo, cerca de dois terços dizem nunca contratar esses produtos.

A aquisição de produtos de turismo em cidades com mais de 500 mil habitantes é 18 p.p. maior do que o registrado nas localidades menores (até 20 mil moradores).

Gráfico 5 – População que fez compras pela internet nos últimos 12 meses, por atributos pessoais (1), segundo frequência de comprar passagem aérea e pacotes de viagem, ou alugar carro ou imóvel de férias pela internet
Estado de São Paulo, 2024, em %



(1) A apuração dos rendimentos refere-se à renda familiar total.

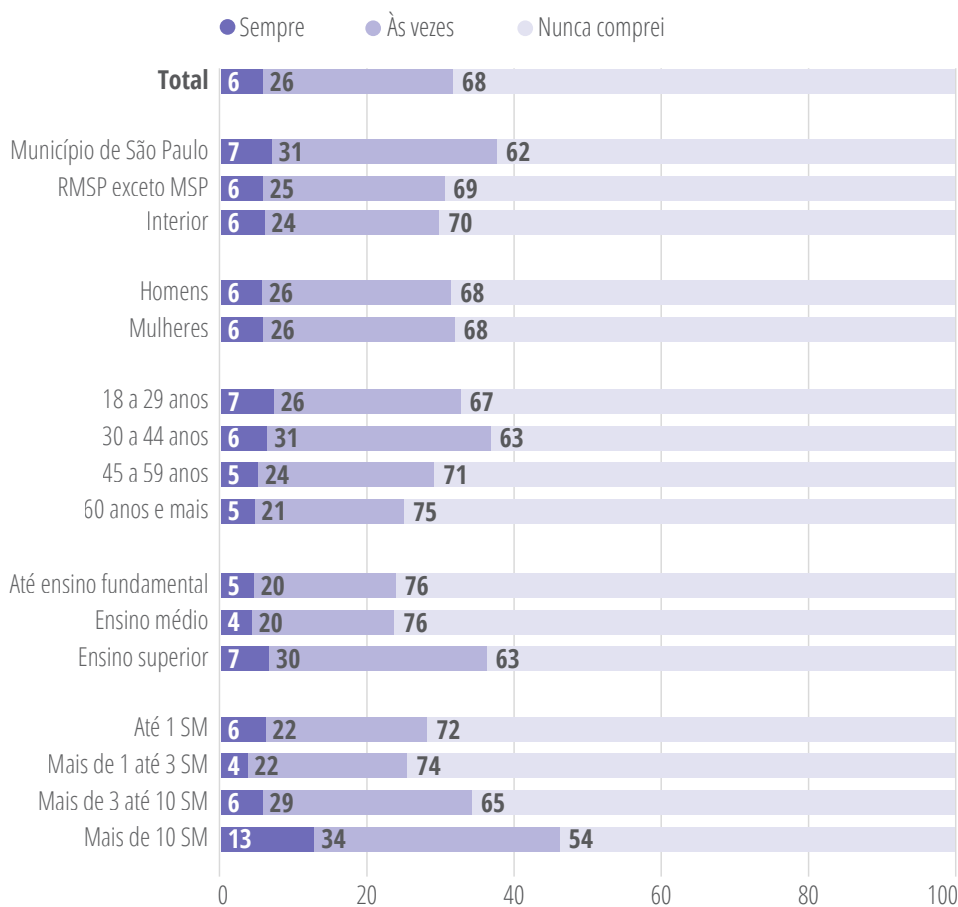
Compras de produtos de supermercado *on-line*

A maioria dos consumidores *on-line* residentes em São Paulo (68%) não utilizam a internet para aquisição de produtos de supermercado. A relativa falta de hábito de realizar esse tipo de compra *on-line* pode ser associada à preferência dos consumidores por visitas presenciais aos estabelecimentos, que podem envolver uma experiência sensorial, permitindo a escolha dos produtos segundo critérios pessoais, além da aquisição de produtos frescos como carnes, legumes e hortaliças ou ainda preços promocionais.

Esse tipo de consumo é mais comum entre os que compram pela internet no Município de São Paulo (38%) do que no Interior (30%), diferença regional que merece destaque. Essa prática também foi mais referida em cidades maiores – 35% dos residentes em cidades com mais 500 mil habitantes, índice 7 p.p. maior que o registrado nas cidades com até 20 mil moradores.

Repetindo a tendência observada nos outros tipos de aquisição pela internet, verificam-se percentuais mais elevados de consumidores dessa modalidade nas faixas etárias mais jovens, nos mais escolarizados e com renda familiar mais elevada.

Gráfico 6 - População que fez compras pela internet nos últimos 12 meses, por atributos pessoais (1), segundo frequência de comprar produtos de supermercado pela internet
Estado de São Paulo, 2024, em %



(1) A apuração dos rendimentos refere-se à renda familiar total.

MOTIVOS PARA NÃO FAZER COMPRAS PELA INTERNET NEM POR APLICATIVOS

Embora o hábito de comprar pela internet esteja bastante disseminado, 33% dos residentes em São Paulo não reportaram essa prática em 2024,⁵ proporção estável em relação a 2023 e que se eleva entre pessoas acima de 60 anos, de menores escolaridade e rendimentos no domicílio. Esses dados corroboram a constatação de que as barreiras no acesso e uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs) são reflexo das divisões econômicas, sociais e etárias presentes na sociedade.⁶ Assim, permitir a universalidade do usufruto dos recursos *on-line* de forma efetiva exige o investimento em diversas dimensões, como o desenvolvimento das habilidades digitais, ampliação da infraestrutura física e acesso mais equânime a dispositivos, conexão de qualidade e acessível.

Entre aqueles que não aderiram ao comércio eletrônico em 2024, as motivações são o desconhecimento de como utilizar a internet (41%), seguida por insegurança (21%) e falta de acesso à rede (16%). Destaca-se, entre as duas tomadas da pesquisa, a redução de 6 p.p. na proporção de pessoas que alegaram insegurança para não ter realizado compras *on-line*, talvez em decorrência do pagamento via Pix, que cresceu no período, modalidade de pagamento considerada menos vulnerável em decorrência da diminuição de intermediários, criptografia e necessidade de autenticação imediata.

5. Nos últimos 12 meses em relação ao momento da entrevista.

6. NIC.br; CETIC.br. *Conectividade significativa: propostas para medição e o retrato da população no Brasil*. Cadernos NIC.br, Estudos Setoriais, abr.2024. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/20240415183307/estudos_setoriais-conectividade_significativa.pdf /. Acesso em: 18 abr.2024.

Essa insegurança em realizar compras *on-line* é referida de forma significativa entre pessoas com renda familiar acima de dez salários mínimos (39%) e com educação superior (35%), superando a média do Estado.

Gráfico 7 – População que não fez compras pela internet nem por aplicativo (1), por região de residência

Estado de São Paulo, 2023-2024, em %

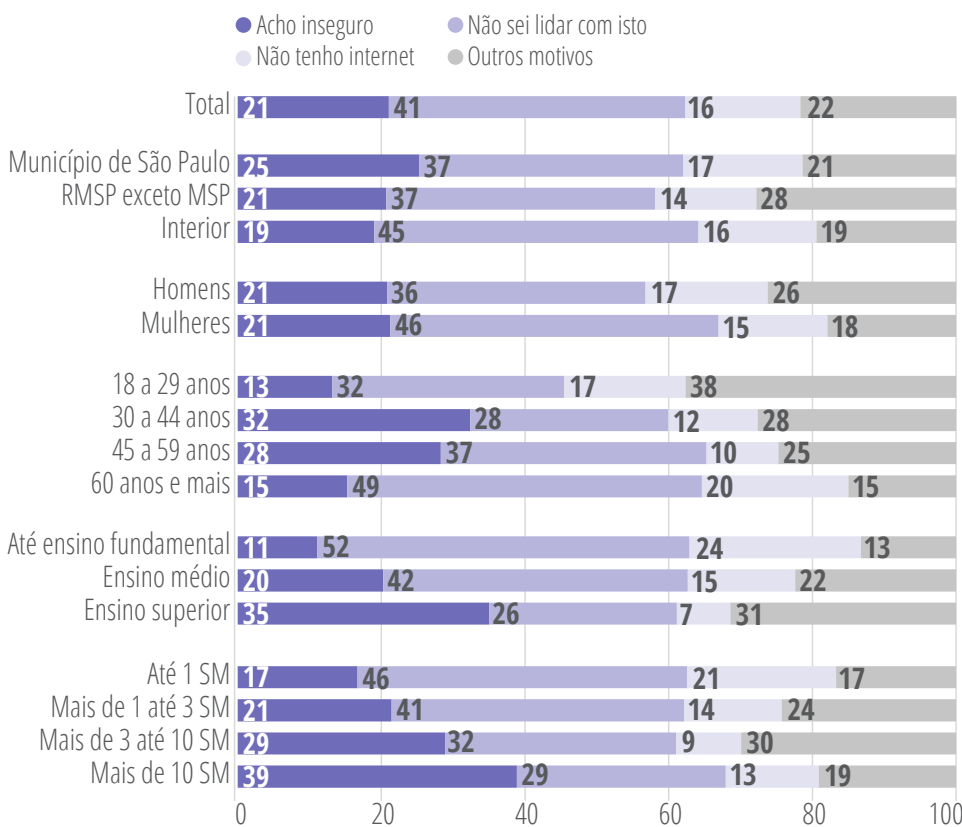


(1) Compra pela internet nos últimos 12 meses e por aplicativo no último mês.

A ausência de compras na *web* motivadas por dificuldades em lidar com a rede alcança seu maior percentual entre as pessoas com escolaridade até o ensino fundamental (52%), comportamento que se repete nas de 60 anos e mais. Esses percentuais declinam especialmente entre pessoas de maior escolaridade e rendimentos familiares ou na faixa de 30 a 44 anos, corroborando os hiatos socioeconômicos no uso das tecnologias. O percentual de mulheres que se abstém do comércio eletrônico e alegam não saber lidar com a tecnologia é 10 p.p. maior do que entre os homens.

Gráfico 8 – População que não fez compras pela internet ou por aplicativo (1), por atributos pessoais (2), segundo motivos

Estado de São Paulo, 2024, em %



(1) Compra pela internet nos últimos 12 meses e por aplicativo no último mês.

(2) A apuração dos rendimentos refere-se à renda familiar total.

Fonte: Fundação Seade. Pesquisa Hábitos de Consumo pela Internet e Aplicativos, 2024.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Governador do Estado
Tarcísio de Freitas

Vice-Governador do Estado
Felício Ramuth

Secretário da Fazenda e Planejamento
Samuel Kinoshita

SEADE

Presidente do Conselho Curador
Carlos Antonio Luque

Diretor Executivo
Bruno Caetano

Diretor-adjunto de Produção e Análise de Dados
Carlos Eduardo Torres Freire

Diretor-adjunto de Comunicação e Informação
Marcelo Moreira

Diretor-adjunto Administrativo e Financeiro
Luiz Ricardo Santoro

Chefe de Gabinete
Sérgio Meirelles Carvalho

SP TIC

Responsável técnico
Maria Paula Ferreira

Equipe técnica
Elaine G. Minuci, Ida Maria Caminada Bismara, Irineu Francisco Barreto Jr., Lilia Belluzzo, Mariza Tokie W. Taira, Osvaldo Guizzardi Filho e Susana Maria Frias Pereira.

Assessoria de Editoração e Arte
Responsável técnico
Paulo Emirandetti Junior

Equipe técnica
Cristiane de Rosa Meira, Elisabeth Magalhães Erharter, Maria Aparecida Batista de Andrade, Rita Bonizzi e Vania Regina Fontanesi