

NEOTRUST

APRESENTA

black FRIDAY

2021



NEOTRUST



ClearSale



Dados PME powered by



Patrocínio



A Black Friday 2021 foi mais um marco para o e-commerce brasileiro.

E o relatório que você tem em mãos é a prova disso. Com um faturamento de R\$ 7,5 bilhões, crescimento de 7,1% em relação à 2020, essa edição mostra que só cresce a confiança dos consumidores nas compras online.

E um indicador superlegal dessa tendência é que na faixa etária acima de 51 anos registramos crescimento de 1,4 p.p. no número de pedidos em relação à Black Friday do ano passado.

Outro fato bastante curioso é que, nesta edição, esperava-se uma explosão de pagamento com PIX, mas isso não aconteceu. Modalidade de pagamento que é uma febre no país, ela foi responsável por apenas um dígito dos 11,5 milhões de pedidos. Em primeiro lugar, disparado, permanece o cartão de crédito. Nossa análise mostra que o consumidor ainda tem uma clara preferência por uma forma de pagamento que permita o parcelamento.

Nesta edição, também houve um aumento de participação em vendas nos dias pré Black Friday (segunda e quarta) e pós (sábado e domingo). O sábado, inclusive, foi um dia melhor que a quinta – tanto em faturamento quanto em vendas.

Ao longo das próximas páginas, você vai ver dados exclusivos sobre a data mais importante do comércio digital brasileiro, que só a Neotrust tem.

E eu termino essa carta comemorando mais um dado positivo: o e-commerce brasileiro teve um aumento de 4% no número de novos consumidores nesta edição da Black Friday.

Boa leitura!



Fabrício Dantas
CEO Neotrust.

Quem Somos?

Responsável pelo monitoramento de mais de 85% do e-commerce brasileiro, a Neotrust traz o dado mais preciso e com maior velocidade para a tomada de decisões inteligentes do varejo, indústria e mercado financeiro.

Com números reais transacionais, ganhamos credibilidade devido à precisão e inteligência no processamento de dados, com tecnologia segura e imparcial.

Esse foi o terceiro ano consecutivo que a Neotrust trouxe todos os indicadores da Black Friday atualizados hora a hora, incluindo projeções de fraudes – e o primeiro ano que contou com projeção de troca e devoluções.



Sumário

1. Black Friday 2021: Big numbers | Página 06
2. O retrato do cenário de consumo no Brasil | Página 10
3. E a Cyber Monday, como foi? | Página 27
4. A força das PMEs | Página 32
5. Três tendências apontadas pela Black Friday | 41

Confi:

Mais de 4 milhões de **compras aprovadas** de forma segura evitando fraudes

 /conficomvc

 /conficomvc

 /conficomvc

 /conficomvc



confi.com.vc

Pra você



Acompanhe as compras feitas no seu CPF **de graça** com notificações em tempo real



Busque + **3 mil lojas seguras** para comprar



Aprove compras mais rápido com seu perfil digital Confi e **concorra a prêmios**

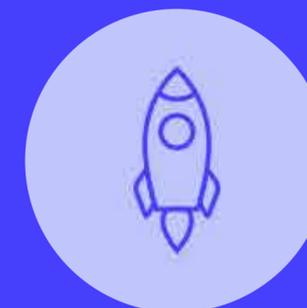
Pro seu negócio



Dê um up na sua **reputação** online com o selo Confi



Monitore comentários e **veja os principais indicadores** da sua loja



Turbine suas vendas com mais pontos de contato com clientes **através do selo, banner e app.**

T

Big Numbers da Black Friday

NEOTRUST



FATURAMENTO TOTAL DO E-COMMERCE

R\$ 7.523.492.545

que representa

7,1%

DE CRESCIMENTO

na comparação com o desempenho
do mesmo período na Black Friday 2020

*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21



**NÚMERO
DE PEDIDOS**

11,5 Milhões

(-0,2% ante 2020)



**TICKET
MÉDIO**

R\$ 654,06

(+7,2% ante 2020)



**PREÇO MÉDIO
DO FRETE**

R\$ 20,37

(-7% ante 2020)

Quando você pensa em e-commerce,
você pensa com Elo.



Com mais opções de pagamento,
**maiores são as chances
de crescimento.**



**Não fique para trás,
vá com Elo e venda mais.**

**Elo ajuda sua empresa a vender mais,
trazendo novas oportunidades para você.**

Saiba mais

Vai na sua.
Vai com  elo

2

Black Friday 2021:
retrato do cenário
de consumo
no Brasil

Vendas online mostram um consumidor mais cauteloso

A razão mais provável é o cenário macroeconômico, que combina elevados níveis de desemprego e aumento do custo de vida – a inflação acumula alta de **8,24%** no ano e de **10,67%** nos últimos **12 meses pelo IPCA.**



Faturamento chega a R\$ 7,5 bilhões

Isso representa um crescimento de **7,1%** na comparação com a edição de **2020**.

O número de pedidos ficou praticamente estável, com uma pequena queda de **0,2%**, fechando em **11,5 milhões**.

Já o Ticket médio foi de R\$ 654,06, com uma alta de 7,2% ante o resultado de 2020.

A PERFORMANCE DA BLACK FRIDAY

| | 2021 | Var. x 2020 | Var. x 2019 |
|---------------------|------------------------|--------------|---------------|
| PEDIDOS | 11,5 milhões | -0,2% | 20,1% |
| FATURAMENTO | R\$ 7,5 bilhões | 7,1% | 35,6% |
| TICKET MÉDIO | R\$ 654,06 | 7,2% | 12,9% |
| PREÇO MÉDIO | R\$ 246,09 | 2,3% | -20,9% |

Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

Elas são a maioria nas compras

As mulheres continuam sendo as principais compradoras da Black Friday.

Em **2021**, a participação feminina correspondeu a **56,9%** dos pedidos, equivalente a **R\$ 3,6 bilhões em faturamento**.

Os números confirmam o resultado apontado na edição de 2020, quando as consumidoras foram responsáveis por **57,4%** dos pedidos.

PEDIDOS POR GÊNERO (PARTICIPAÇÃO)

| | 2021 | 2020 |
|--|-------|-------|
|  MULHERES | 56,9% | 57,4% |
|  HOMENS | 43,1% | 42,6% |

FATURAMENTO POR GÊNERO

| | | | |
|--|------------|------------|------------|
|  MULHERES | R\$ 3,6 bi | R\$ 3,4 bi | R\$ 2,5 bi |
|  HOMENS | R\$ 3,9 bi | R\$ 3,6 bi | R\$ 3,0 bi |

Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

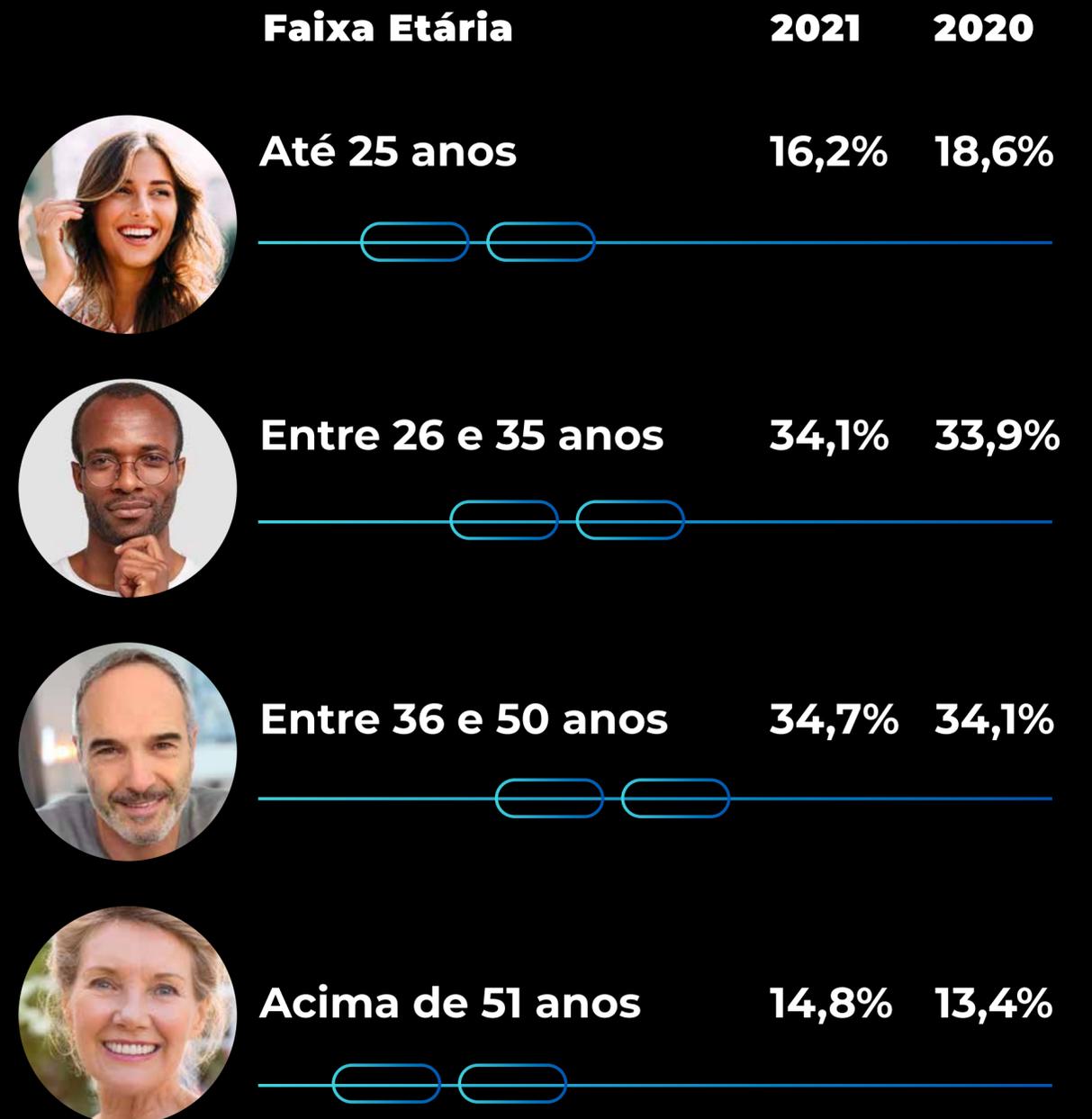
Faixa etária entre 36 e 50 anos liderou as compras

Os jovens de **16 a 25 anos** ficaram com **16,2%** de participação.

A grande novidade é o crescimento de **1,4 p.p.** do consumo de pessoas com mais de **51 anos**.

O resultado confirma que esse público está cada vez mais confortável com as compras no ambiente digital.

PEDIDOS POR FAIXA ETÁRIA (PARTICIPAÇÃO)



Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

Sudeste tem 60% das compras, mas Amazonas surpreende

Região mais populosa do país, o **Sudeste** concentrou **60%** dos pedidos.

O **Nordeste** ficou com **17%** dos pedidos e o **Sul**, com **15%**.

Com apenas **2%**, a **região Norte** tem como destaque o desempenho do **Amazonas** – o Estado de maior crescimento em faturamento: **26%**.

DADOS DE FATURAMENTO

| | |
|--------------------|-----|
| AMAZONAS | 26% |
| MATO GROSSO DO SUL | 24% |
| MATO GROSSO | 20% |



| | |
|----------------|------|
| AMAPÁ | -12% |
| RONDÔNIA | -8% |
| RIO DE JANEIRO | -7% |

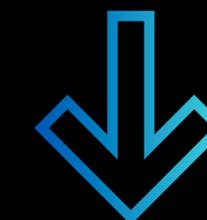


DADOS DE PEDIDO

| | |
|---------|-----|
| PARÁ | 18% |
| ALAGOAS | 16% |
| CEARÁ | 15% |

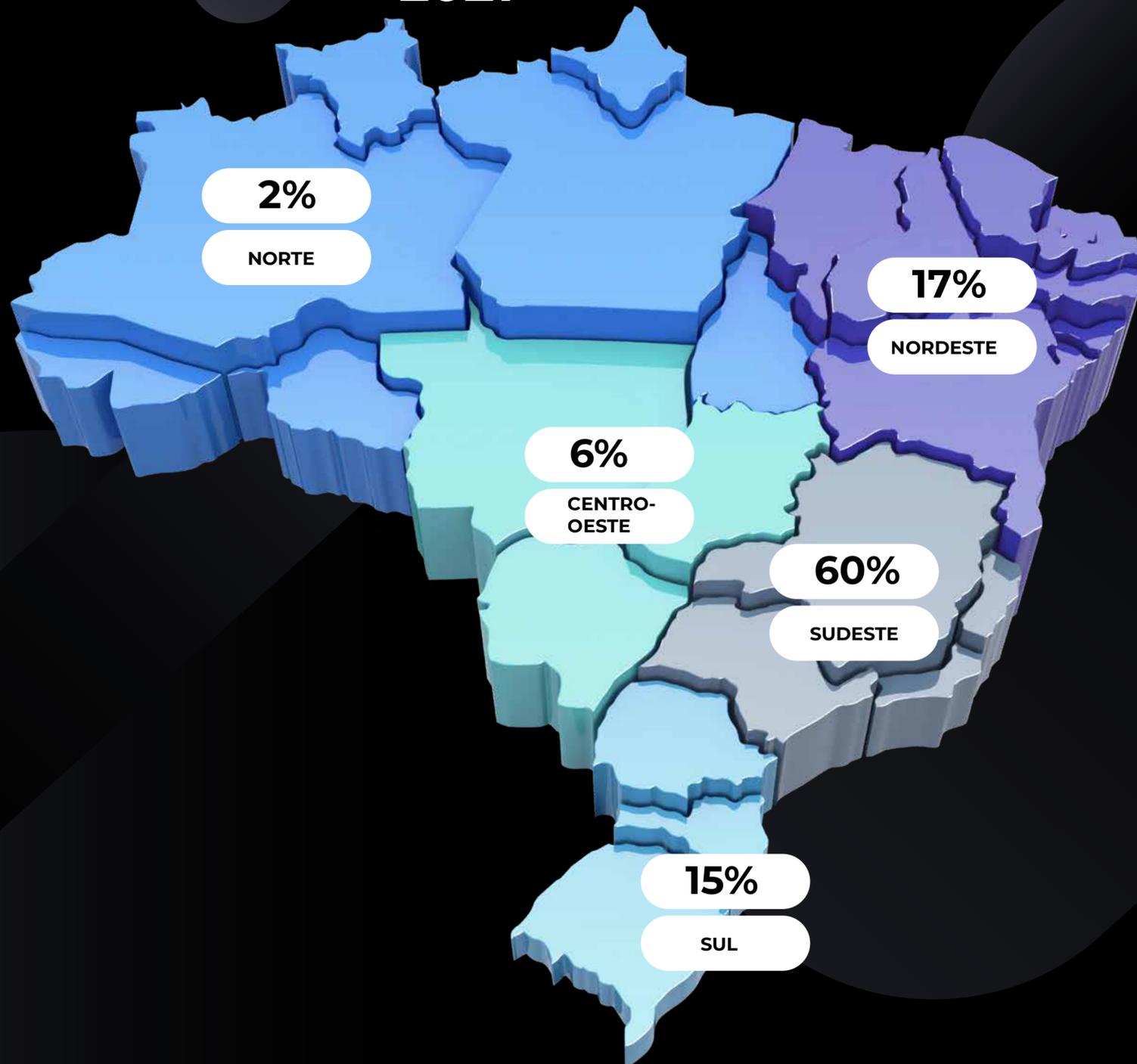


| | |
|----------------|------|
| AMAPÁ | -20% |
| PIAUÍ | -7% |
| RIO DE JANEIRO | -7% |

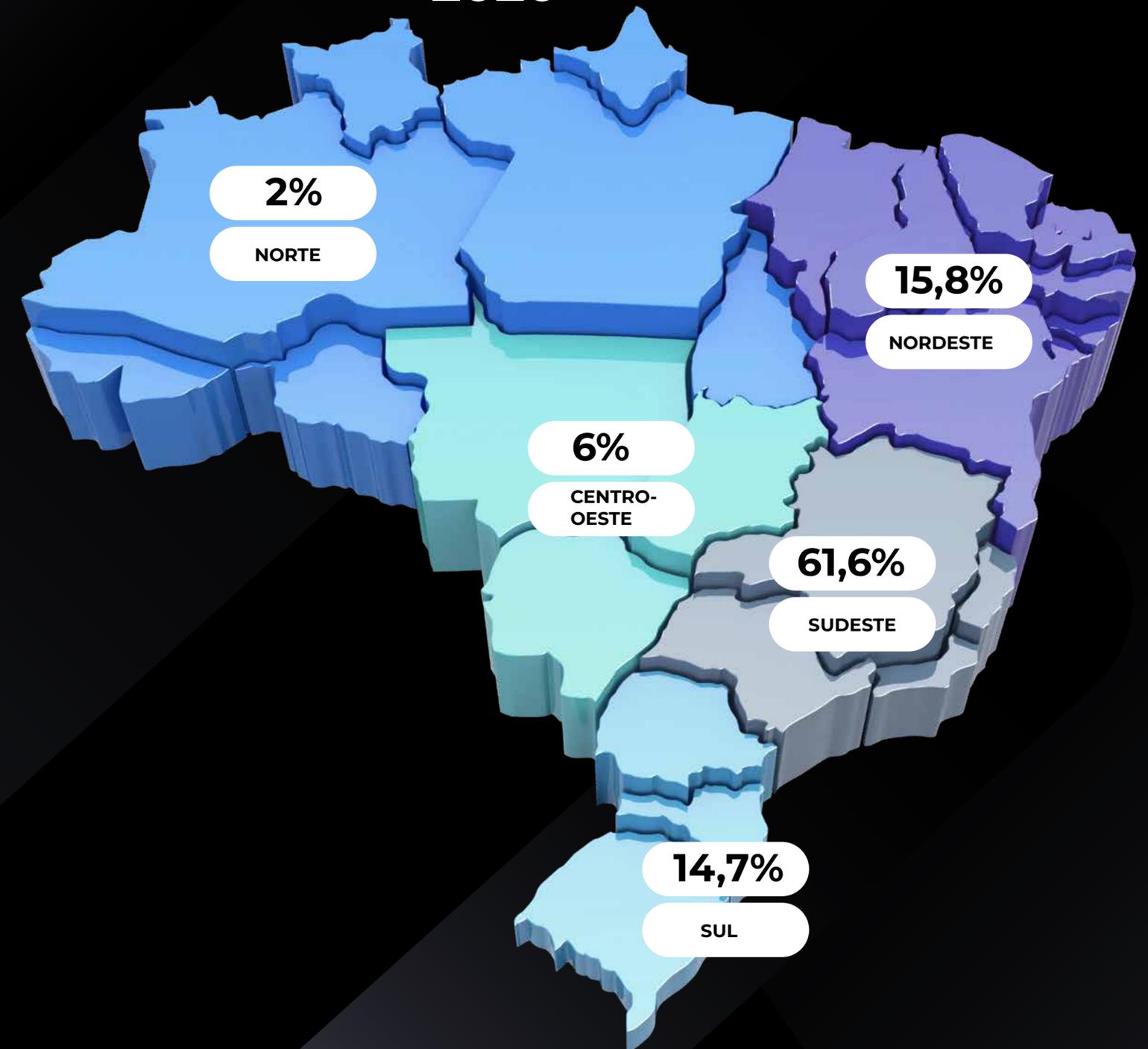


VOLUME DE COMPRAS PELO PAÍS (PEDIDOS)

2021



2020

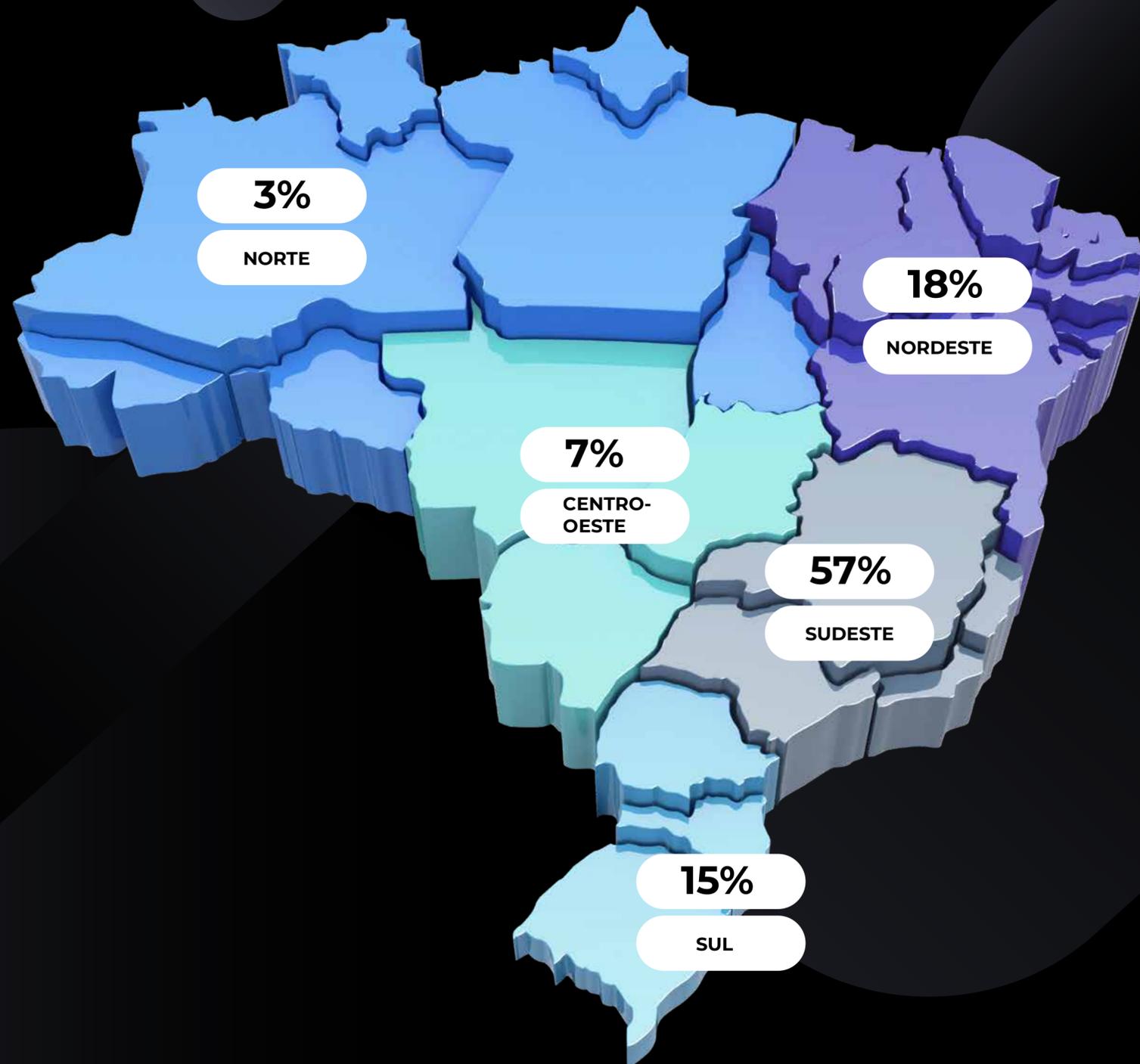


NEOTRUST

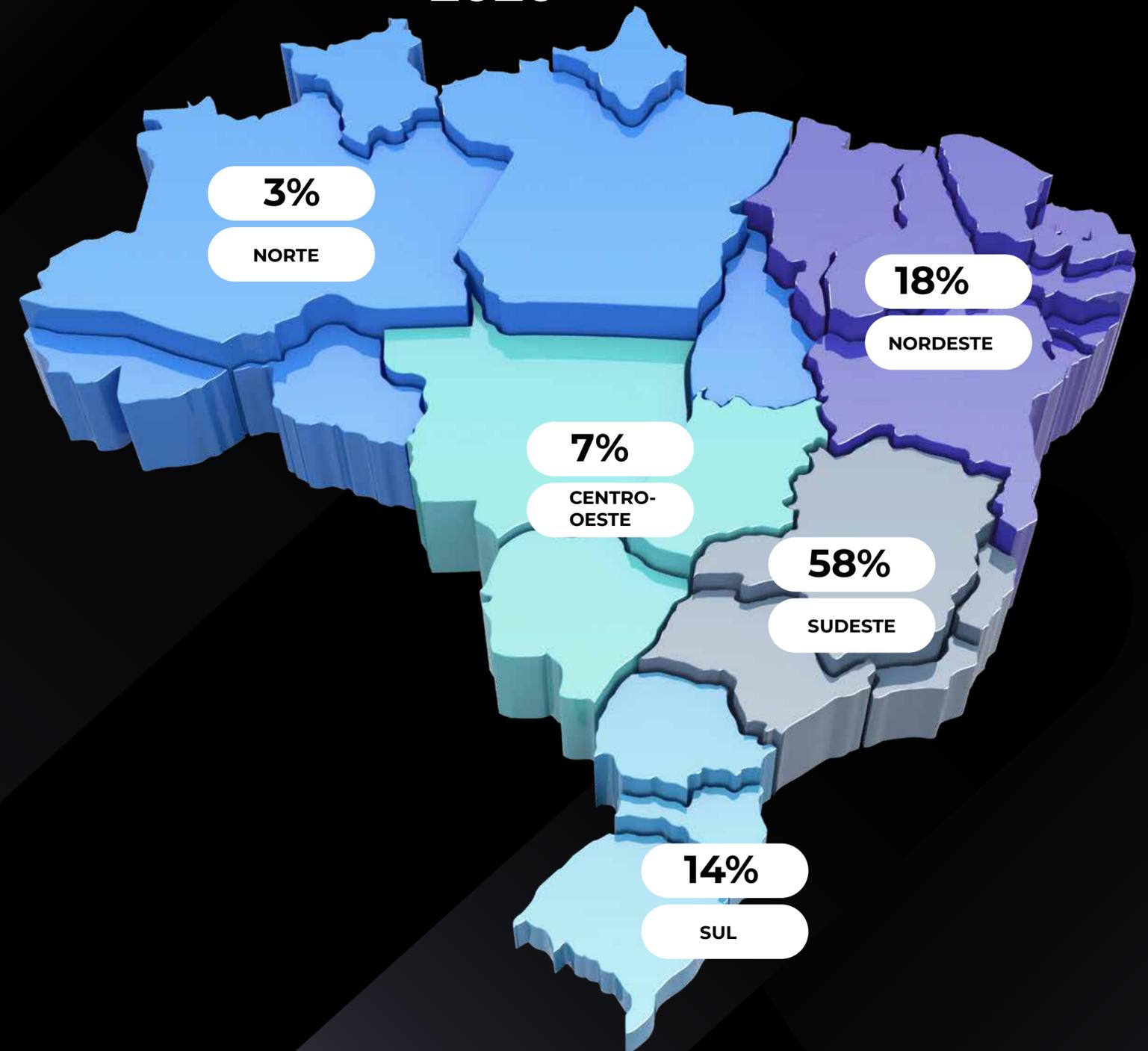
*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

VOLUME DE COMPRAS PELO PAÍS (FATURAMENTO)

2021



2020



NEOTRUST

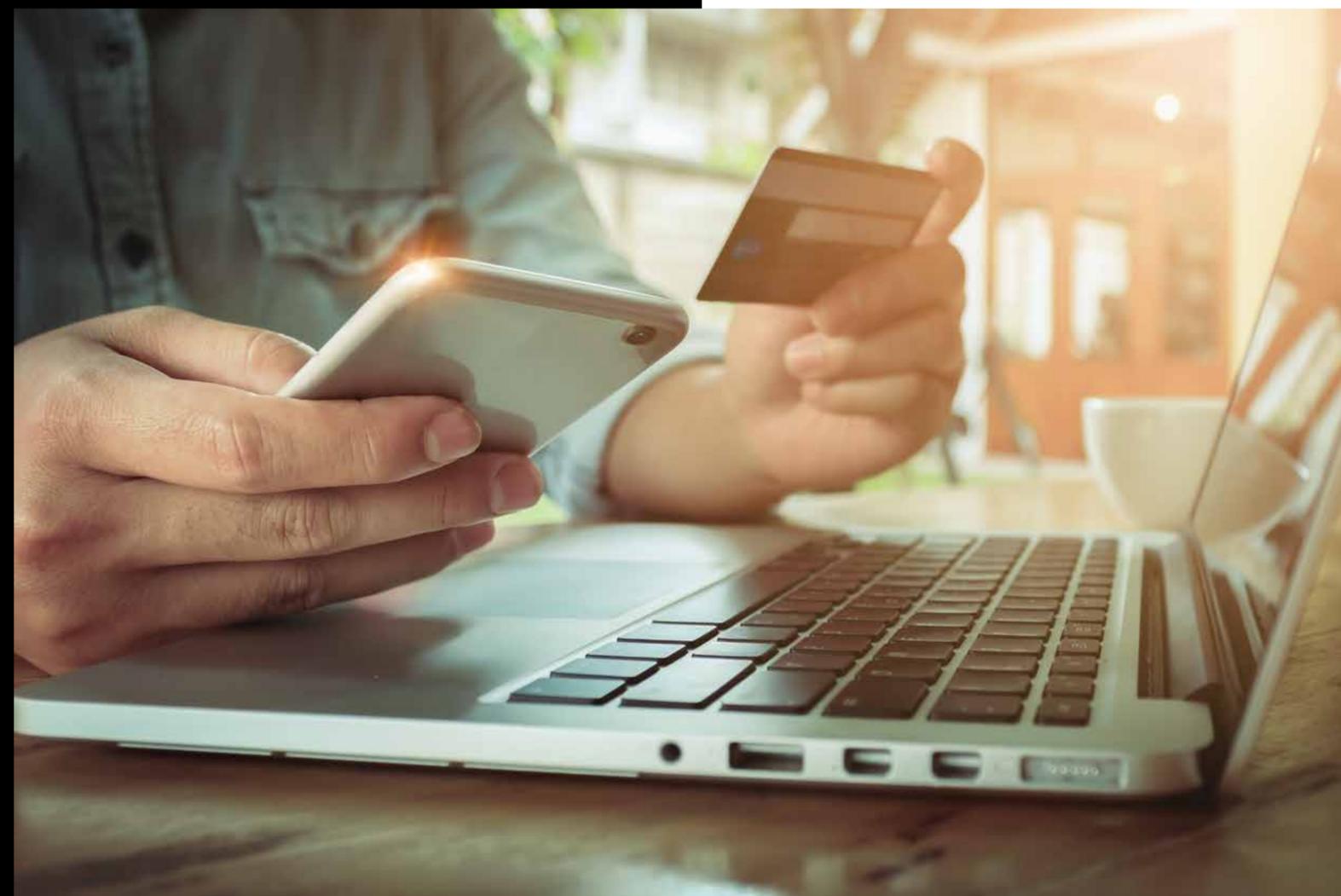
*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

Ranking das categorias aponta mudança de hábito

A **Black Friday** aponta uma variação no comportamento do consumidor.

Em **2021**, as categorias **Móveis, Construção & Decoração** e **Artigos para Casa** tiveram redução no número de pedidos.

No ano passado, com medidas mais restritivas de isolamento social, as pessoas investiram mais em decoração e em produtos para casa.



Moda e Acessórios: categoria mais pedida.

Roupas, calçados, bijuterias. Esses e outros itens foram os campeões de pedidos nesta **Black Friday**.

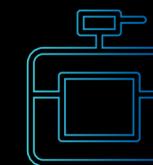
Em volume de pedidos, a categoria que ficou em segundo lugar foi **Beleza e Perfumaria**.

Essas duas categorias de produtos, assim como nas edições anteriores, permanecem no topo das preferências dos consumidores.

TOP 5 CATEGORIAS MAIS PEDIDAS EM 2021



1º Moda e Acessórios
1.730.799 (15,0%)



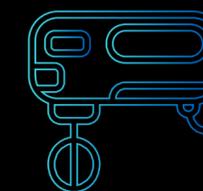
2º Beleza & Perfumaria
1.082.566 (9,4%)



3º Eletroportáteis
732.304 (6,4%)



4º Telefonia
698.461 (6,1%)



5º Eletrodomésticos
692.993 (5,9%)

% = share da categoria

*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

No ranking de faturamento, celulares ganham a liderança

Com um **preço médio de R\$ 1.700** o brasileiro aproveitou os descontos para trocar de aparelho, nem que fosse por um modelo mais barato.

É a primeira vez desde **2019** que a categoria de Eletrodomésticos fica fora da primeira posição de faturamento no **TOP 5 do e-commerce brasileiro**.

TOP 5 CATEGORIAS DE MAIOR FATURAMENTO EM 2021

| | | |
|----|-------------------|------------|
| 1° | Telefonia | R\$ 1,4 bi |
| 2° | Eletrodomésticos | R\$ 1,2 bi |
| 3° | Eletrônicos | R\$ 982 mi |
| 4° | Informática | R\$ 596 mi |
| 5° | Moda e Acessórios | R\$ 397 mi |

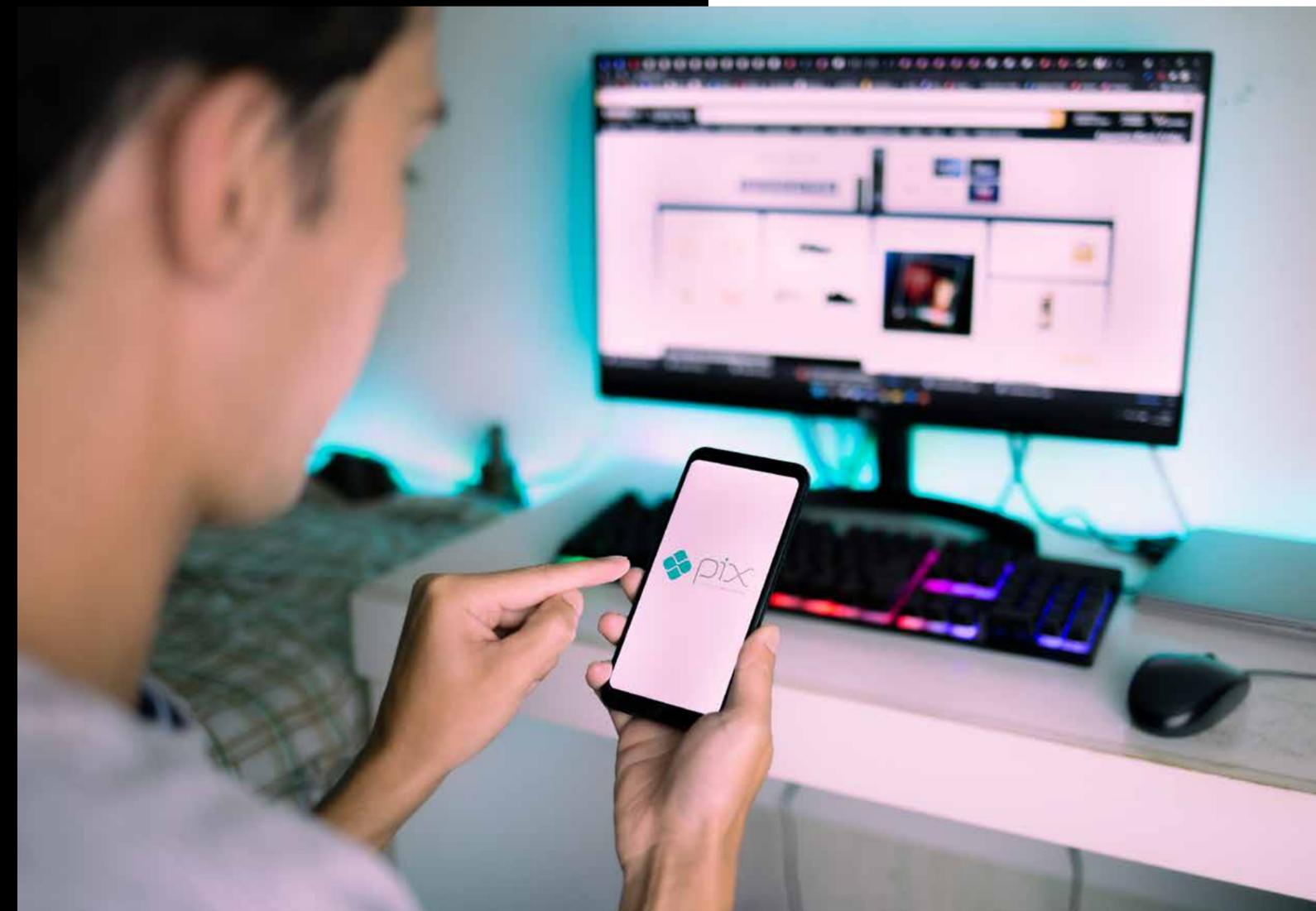
*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

Cartão de crédito lidera; PIX tem crescimento ainda tímido

Os pagamentos com **PIX** cresceram nesta edição da Black Friday, mas ainda não foi desta vez que se viu um “boom”. Uma pequena parcela dos pedidos, de apenas um dígito, foi paga com **PIX**.

O cartão de crédito foi de longe o meio de pagamento mais usado. Uma das explicações é a existência de uma trava de limite do valor no **PIX**, medida adotada para garantir a segurança dos clientes, mas que possivelmente impactou o uso desse formato em compras de valor mais alto, dependendo do horário.

Outra razão é que o cartão de crédito permite parcelamento em um momento do mês que as pessoas têm menos dinheiro.



Frete continua sendo estratégico

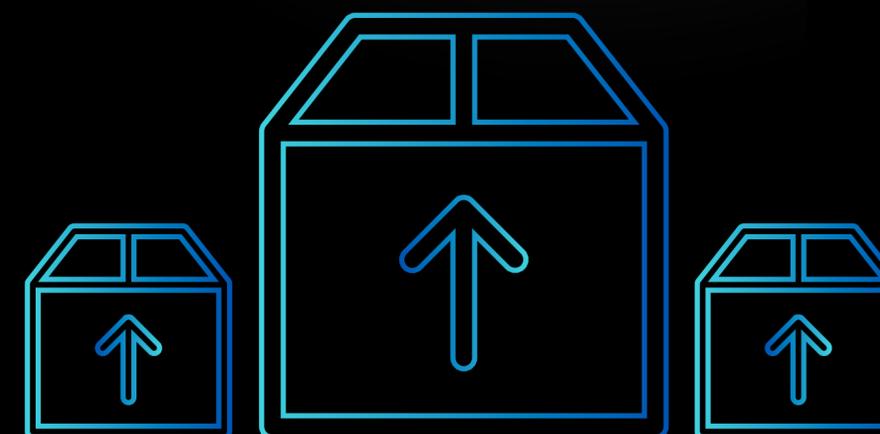
Em mais uma edição, o varejo vem apostando na queda do preço do frete ou frete grátis para agradar o consumidor e garantir as compras.

O valor médio do frete teve redução de pouco mais de **7%**, ficando em exatos **R\$ 20,37**. A participação do frete grátis teve alta de **3,7%**.

FRETE - PARTICIPAÇÃO NO VOLUME DE ENTREGAS

| | |
|--------------|-----|
| Frete Grátis | 66% |
| Frete Pago | 34% |

*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21



Quase R\$ 109 milhões em tentativas de fraudes evitadas

O **crescimento** do **e-commerce** é acompanhado do aumento de tentativas de fraude. Na **Black Friday** não é diferente.

De acordo com levantamento feito pela ClearSale, estima-se que entre os dias **25/11 e 28/11**, o valor total de fraudes evitadas foi de quase **R\$ 109 milhões**, variação **61,8% maior em relação a 2020**.



TOP 5 – ALVO DE TENTATIVAS DE FRAUDES (POR QUANTIDADE)

| | Segmento | Quantidade (%) |
|----|-----------------|----------------|
| 1° | Automotivo | 3,16% |
| 2° | Celular | 2,90% |
| 3° | Eletrônicos | 2,87% |
| 4° | Ar-condicionado | 2,65% |
| 5° | Ferramentas | 2,60% |

*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

TOP 5 – ALVO DE TENTATIVAS DE FRAUDES (POR VALOR)

| | Segmento | Quantidade (%) |
|----|-----------------|----------------|
| 1° | Eletrônicos | 4,86% |
| 2° | Automotivo | 4,64% |
| 3° | Bolsas/Mochilas | 3,80% |
| 4° | Ar-condicionado | 3,25% |
| 5° | Celular | 2,99% |

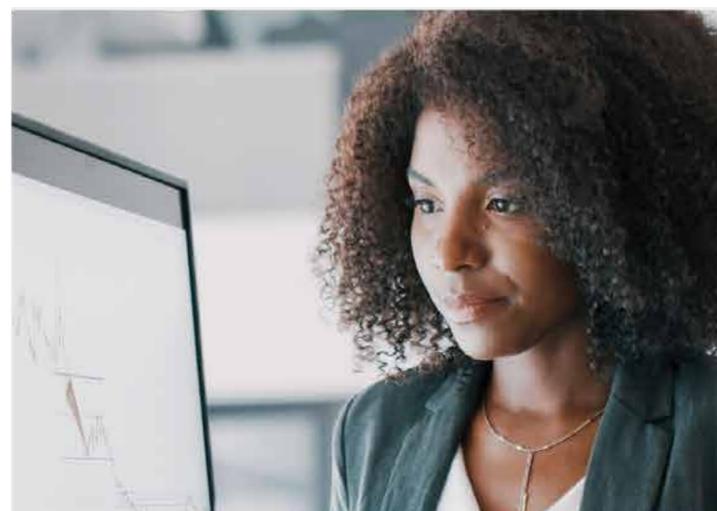
*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 25/11/21 até 23h59 do dia 28/11/21

FRAUDES EVITADAS DURANTE A BLACK FRIDAY EM TODO O BRASIL

| Região | Quantidade de fraudes evitadas | Valor das fraudes evitadas | Ticket Médio |
|--------------|--------------------------------|----------------------------|--------------|
| Centro-Oeste | 8.243 | R\$ 9.345.308 | R\$ 1.134 |
| Nordeste | 19.041 | R\$ 22.026.933 | R\$ 1.157 |
| Norte | 3.280 | R\$ 4.150.299 | R\$ 1.265 |
| Sudeste | 59.639 | R\$ 61.692.333 | R\$ 1.034 |
| Sul | 9.804 | R\$ 11.738.388 | R\$ 1.197 |

não considerados os pedidos com falta de identificação onde a compra foi entregue

NÃO DEIXE A FRAUDE
PARAR O SEU NEGÓCIO.
PARA SUA EMPRESA
IR ALÉM, CONTE
COM A CLEARSALE.



Conheça algumas de nossas
soluções:



Aumento em relação à taxa
de aprovação e redução
de riscos para o seu e-commerce.



Onboarding 100% digital e hub
de soluções de prevenção
e combate a fraude para apps,
bancos, fintechs, etc.



Inteligência artificial para verificação
de CNPJ com background check
completo.



Combate a phishing,
monitoramento de vazamento
de dados e take down de perfis
falsos em redes sociais e sites.



3

E a Cyber Monday,
como foi?

Cyber Monday também tem resultados positivos

A **segunda-feira (29/11)** registrou uma alta de **17,7%** em faturamento, movimentando **R\$ 827,3 milhões**.

O número de pedidos também teve um crescimento, de **6,9%**, e chegou a **R\$ 1,6 milhões**.

Já o **ticket médio** ficou em **R\$ 509,53 (alta de 10,1%)**.

Já as fraudes evitadas chegaram a **R\$ 16,8 milhões**, de acordo com a **ClearSale**.

NEOTRUST



CYBER MONDAY 2021

| | 2021 | Var. x 2020 | Var. x 2019 |
|---------------------|---------------------|--------------|---------------|
| Faturamento | R\$ 827,4 mi | 17,7% | 67% |
| Pedidos | 1,6 mi | 6,9% | 47,3% |
| Ticket médio | R\$ 509,53 | 10,1% | 13,4% |
| Preço médio | R\$ 195,77 | 9,8% | -14,9% |

*Dados capturados a partir de 00h00 do dia 29/11/21 até 23h59 do dia 29/11/21

FRAUDES EVITADAS NA CYBER MONDAY

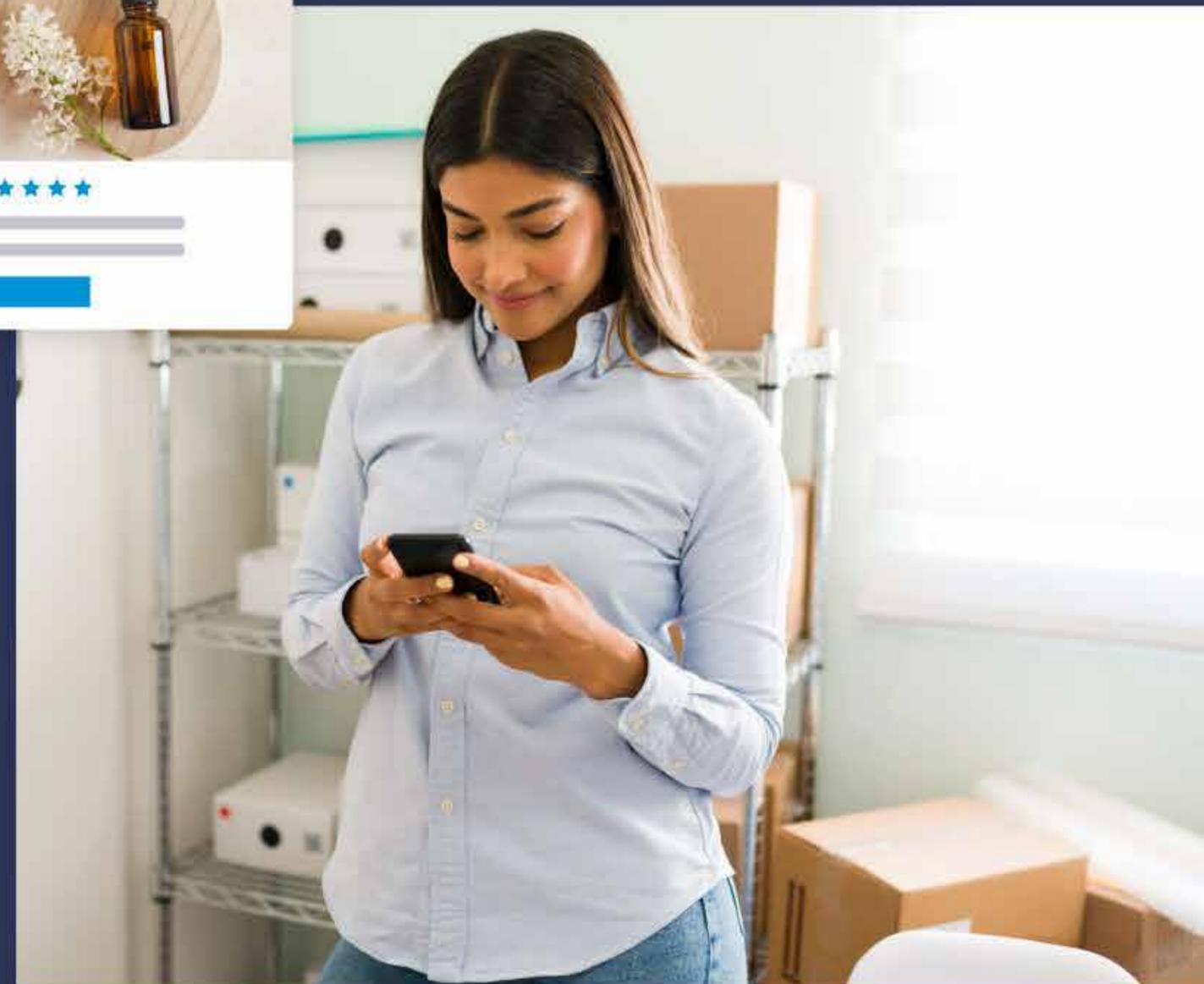
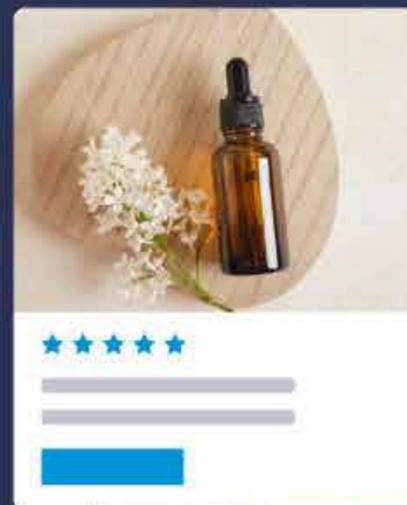
| Região | Quantidade de fraudes evitadas | Valor das fraudes evitadas | Ticket Médio |
|--------------|--------------------------------|----------------------------|--------------|
| Centro-Oeste | 1.888 | R\$ 1.531.205 | R\$ 811 |
| Nordeste | 3.237 | R\$ 3.136.529 | R\$ 969 |
| Norte | 568 | R\$ 588.412 | R\$ 1.035 |
| Sudeste | 11.605 | R\$ 9.690.245 | R\$ 835 |
| Sul | 1.955 | R\$ 1.858.276 | R\$ 951 |

*Dados capturados pela ClearSale do dia 25/11/21 ao dia 28/11/21
(não considerados os pedidos com falta de identificação no campo UF de onde a compra foi originada)



Crie sua loja online
e mostre ao mundo
do que você é capaz.

www.nuvemshop.com.br



4+

A força
das PMEs

NEOTRUST

Pequenas e médias empresas também têm papel fundamental

Nesta edição, trazemos os dados das **PMEs**, a partir de uma parceria com a **Nuvemshop, plataforma de e-commerce líder na América Latina** com foco nesse segmento de mercado. Assim como no varejo, as **PMEs** também tiveram crescimento na **Black Friday** deste ano na comparação com **2020**.

Os dados de quinta a domingo mostram que o faturamento das **compras online** foi de **R\$ 74,7 milhões**, alta de **29%** em relação ao mesmo período de **2020**. As **PMEs** tiveram **316 mil** em volume de pedidos, crescimento de **16%**. O ticket médio foi de **R\$ 236,00**, alta de **11,3%**.



PMES - BIG NUMBERS

Var. 2020

| | | |
|--------------------------|--------------------|--------------|
| Faturamento | R\$ 74,7 mi | 29% |
| Número de pedidos | 316 mil | 16% |
| Ticket médio | R\$ 236 | 11,3% |

Fonte: Nuvemshop

PMEs: os cinco Estados campeões por faturamento

Os Estados do **Sudeste** e do **Sul** do país figuram entre os mais importantes na questão de faturamento na **Black Friday 2021** para as pequenas e médias empresas.

São Paulo liderou o faturamento, com **R\$ 40,6 milhões**.



PMEs: categorias líderes por faturamento

Os dados das cinco categorias que mais faturaram na **Black Friday** mostram a importância, para as **PMEs**, do setor de **Moda**.

Essa foi a categoria líder, com **R\$ 35,2 milhões**, com uma diferença significativa para a segunda colocada, que é **Saúde & Beleza**, com **R\$ 4,9 milhões**.

TOP 5 – PMEs - CATEGORIAS POR FATURAMENTO

| | | |
|----|-------------------|------------------|
| 1° | Moda e Acessórios | R\$ 35,2 milhões |
| 2° | Saúde & Beleza | R\$ 4,9 milhões |
| 3° | Casa & Jardim | R\$ 3,1 milhões |
| 4° | Brinquedos | R\$ 2,5 milhões |
| 5° | Eletrônicos | R\$ 2,4 milhões |

Fonte: Nuvemshop

PMEs: logística de envio de produtos

Quando o assunto é envio dos produtos para a casa dos clientes, a estratégia usada pelas pequenas e médias difere da usada no varejo.

Nesta edição da Black Friday, a maioria dos pedidos foi enviada aos clientes com o uso de aplicativos de logística.

Modo de envio

Aplicativos de logística

70%

Correios

30%



Fonte: Nuvemshop

NEOTRUST

PMEs: cartão de crédito puxa metade das compras

No caso das **PMEs**, os consumidores também deram preferência ao cartão de crédito como forma de pagamento. Essa foi a opção escolhida por mais da metade dos **clientes (53%)**.

O **PIX** teve uma participação de **8%**, ficando atrás de pagamentos customizados e em dinheiro, mas à frente dos boletos bancários.

TOP 5 - PMEs - MEIOS DE PAGAMENTO

| | | |
|----|------------------------|-----|
| 1° | Cartão de crédito | 53% |
| 2° | Pagamento customizado* | 15% |
| 3° | Offline (dinheiro) | 10% |
| 4° | PIX | 8% |
| 5° | Boleto bancário | 5% |

*As lojas podem oferecer diversas formas de pagamento customizado, como depósito em conta, transferência bancária, entre outros

Fonte: Nuvemshop

PMEs: desempenho na Cyber Monday

Assim como no varejo, as **PMEs** também tiveram resultados positivos e registraram crescimento na **Cyber Monday**.

O faturamento da **segunda-feira** foi liderado pelo segmento de **Moda e Acessórios**. Essa categoria foi responsável por quase metade do valor arrecadado da data, com **R\$ 7,4 milhões**.

O volume de pedidos nas **PMEs** foi de **60 mil**, alta de **9%**. Já o tíquete médio foi de **R\$ 257 (alta de 12%)**.

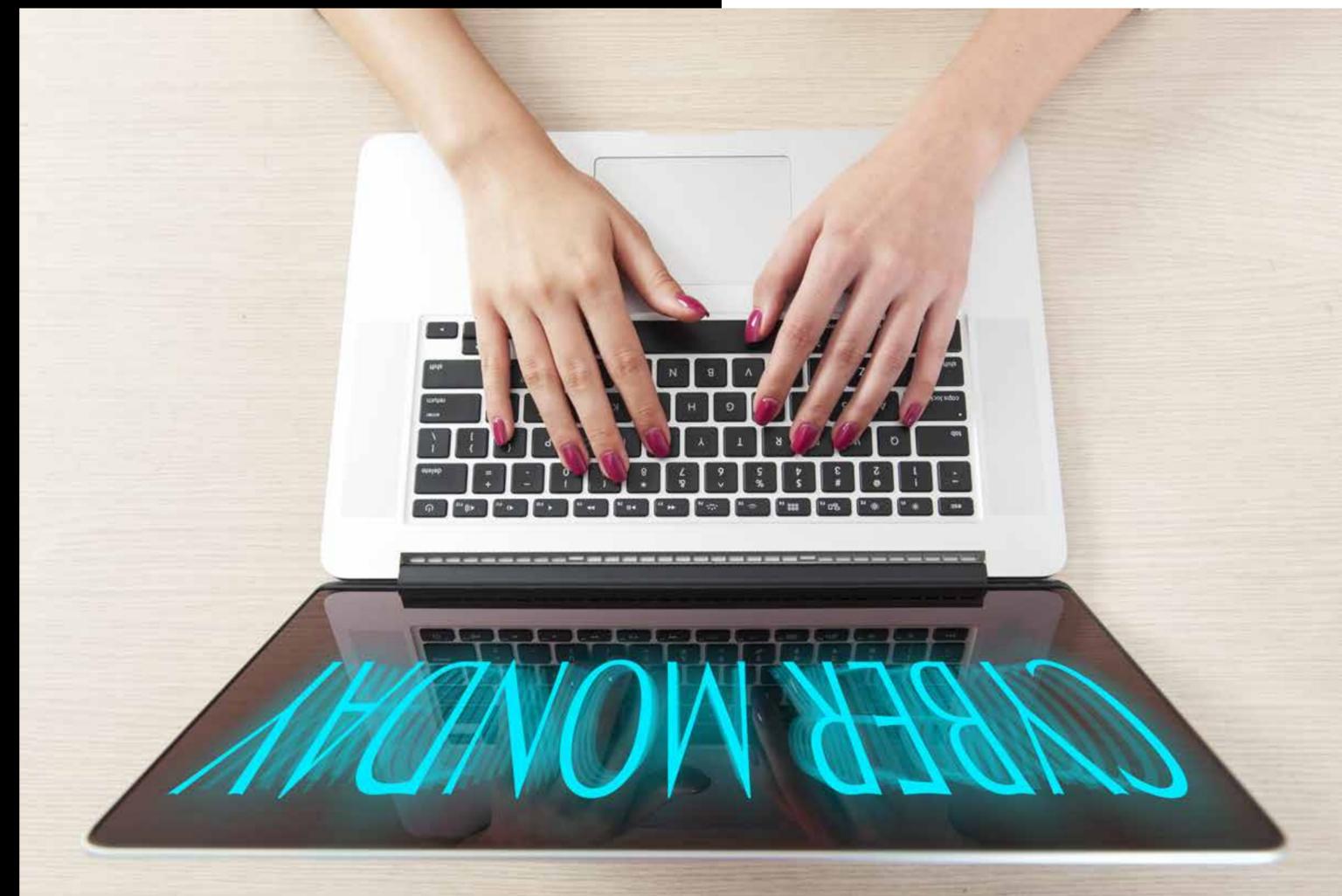
PMEs – BIG NUMBERS CYBER MONDAY

Var. 2020

| | | |
|-------------------|------------------|-----|
| Faturamento | R\$ 15,4 milhões | 22% |
| Volume de pedidos | 60 mil | 9% |
| Ticket médio | R\$ 257 | 12% |

Fonte: Nuvemshop

NEOTRUST



Unimos os principais anunciantes do país a influenciadores digitais e pessoas comuns interessadas em empreender digitalmente.

Dessa união, surgem **resultados positivos** para as duas pontas: de um lado as empresas ganham **canais de divulgação** diversificados com visibilidade e controle sobre os gastos de campanha.

Do outro, nossos **afiliados conquistam** uma **renda extra** ou até a completa **independência financeira**



Acesse:
www.lomadee.com



5

Três tendências
apontadas pela
Black Friday

Veio para ficar

O **e-commerce** mostra sua força. A comparação dos dados desta **Black Friday** com a edição de **2019** apontam uma consolidação.

Se compararmos essa edição com 2019, um ano pré-pandemia, tivemos crescimento expressivo de pedidos e faturamento. Ou seja, mesmo com todas as lojas abertas, sem nenhuma restrição, o consumidor continua comprando online

Paulina Gonçalves Dias
Head de Inteligência da Neotrust

PEDIDOS



20%

2019 x 2021

FATURAMENTO



35,6%

2019 x 2021

Cada vez mais baixo

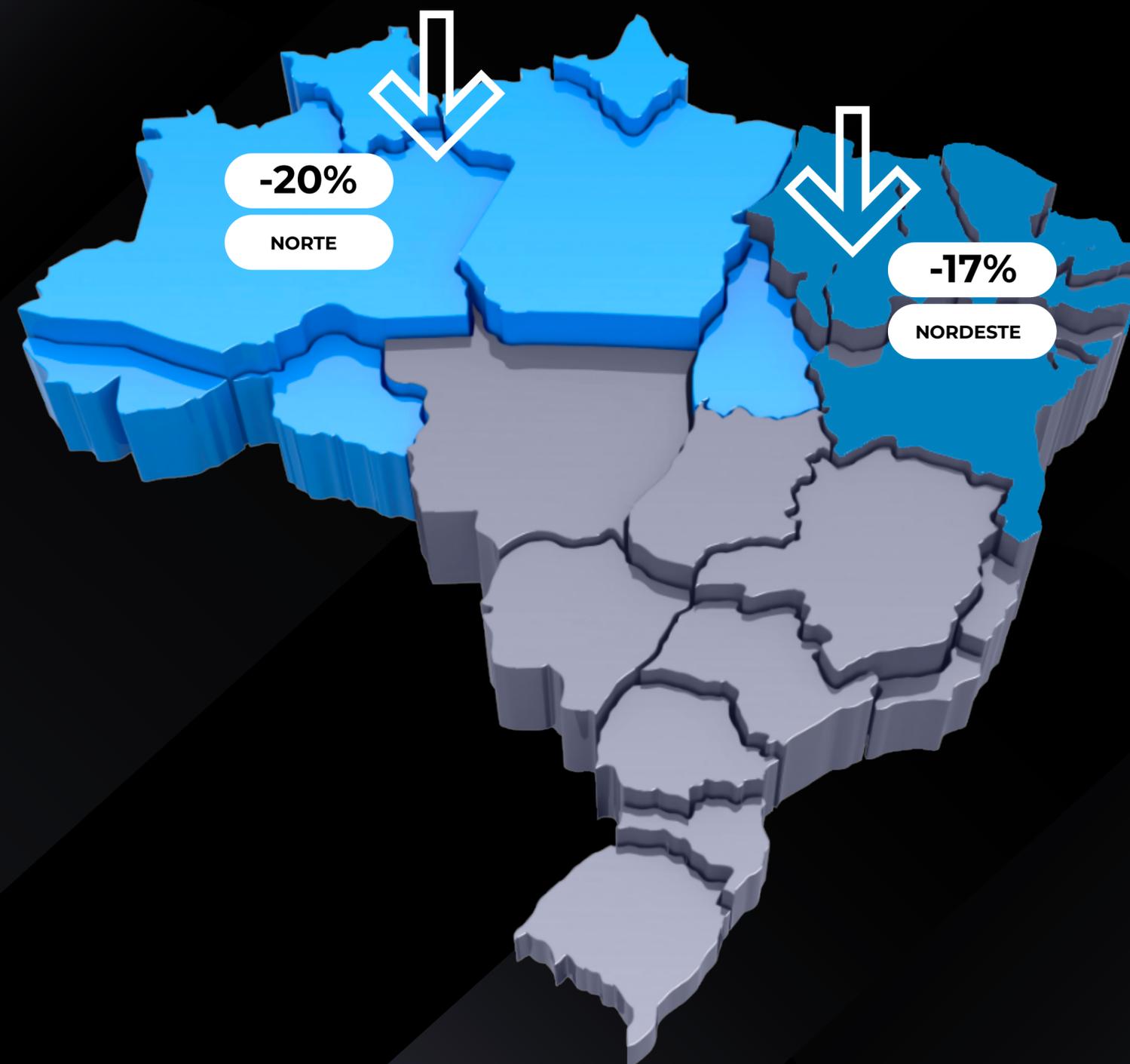
O frete teve redução de custo, mesmo em um cenário de alta nos preços dos combustíveis.

Norte e **Nordeste** foram o destaque.

Muitos varejistas arcaram com parte do frete para tornar as compras mais atrativas. A queda no custo pode ser motivada pela evolução no preparo logístico. Agora, muitas empresas contam com centros de distribuição em regiões que até então não eram atendidas. Outra tendência é o *ship from store*, que pode ajudar a baratear o frete.

Paulina Gonçalves Dias

Head de Inteligência da Neotrust



* Variação referente ao mesmo período do ano anterior

Qualquer produto a um clique

A categoria de **Alimentos e Bebidas**, ainda que não tenha figurado no **Top 5**, revela uma tendência de comportamento do consumidor.

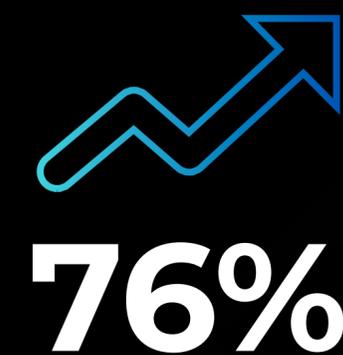
“Alimentos e bebidas vem registrando crescimento sobre crescimento e mostra que o consumidor percebeu que se pode comprar tudo na internet. Hoje, as pessoas compram frutas, verduras, bebidas... Isso é uma tendência que abre muitas oportunidades para o varejo.”

Paulina Gonçalves Dias
Head de Inteligência da Neotrust

Alimentos e Bebidas



2019 - 2020



2020 - 2021

O momento ideal para investir na **experiência de troca** é:

- ✓ Antes da Black Friday
- ✓ Depois da Black Friday
- ✓ Durante a Black Friday

Livre os consumidores de experiências frustrantes. Chega do pós-venda tradicional e lento. Ofereça uma experiência de autoatendimento que impacta positivamente na experiência do consumidor e alcance a tão sonhada recorrência de compra.

Conheça a  **aftersale**

after.sale



br.aftersale



company/aftersale-br



aftersale.br



Sua empresa também pode receber um estudo segmentado. Entre em contato:

comercial@neotrust.com.br

NEOTRUST