

# NEOTRUST | 7ª EDIÇÃO | 2021

## “Novo normal”

Quais segmentos foram os mais impactados durante o último ano?

Primeiro trimestre de 2021 encerra em alta se comparado ao ano anterior.

Faturamento cresce

# 72%

O CENSO DO  
E-COMMERCE



# carta ao leitor

O e-commerce nunca teve tanta relevância para o mercado como nesse momento. Obviamente seu crescimento é uma tendência constante, mas com a velocidade a qual o mercado digital expandiu nos últimos 12 meses, houve uma necessidade em acelerar seus processos para se adaptar à esta ferramenta que se torna cada vez mais importante para os negócios.

E esse crescimento não para! No começo deste ano de 2021 havia uma expectativa de redução da intensidade da expansão, mas com a chegada da nova variante do COVID-19 e, conseqüentemente, da segunda onda de contaminação que atinge nosso país, nos deparamos com uma evolução ainda mais intensa das vendas no e-commerce não somente brasileiro, mas ao redor do mundo. Fato disto, é que em 2021 o varejo online na China, pela primeira vez, deve ultrapassar o off-line, segundo estudo da eMarketer - empresa de pesquisa de mercado voltada à tendências no mundo de comércio e marketing digital.

O mês de março em 2021, foi o segundo maior mês da história em termos de volume de vendas do e-commerce brasileiro, ficando atrás somente do mês de novembro de 2020, que evidentemente, tem o impacto positivo das promoções da Black Friday. A taxa de crescimento de março, comparada ao ano anterior, supera os índices observados nos meses do segundo semestre de 2020, o que prova que o ritmo de crescimento aumentou novamente.

Além do fechamento do comércio tradicional em muitas regiões do país, temos um cenário hoje com muito mais consumidores habituados e confortáveis com a compra online. No ano de 2020, como mostramos em nosso relatório anterior, foram 20,2 milhões de novos consumidores no mundo digital. É um número grandioso! Significa praticamente o dobro do número de consumidores únicos totais dentro do ecossistema de compras digitais, no Brasil.

O que fazer agora? Um dos principais pontos para aproveitar o sucesso da evolução do e-commerce e fazer parte, de fato, do crescimento histórico o qual vivenciamos hoje, é além de muito estudo, acompanhar tendências e dados do setor. Espero que o estudo que você está prestes à acompanhar, contribua em sua jornada para o sucesso no universo digital.



**FABRÍCIO DANTAS**  
CEO NEOTRUST



# índice

## Capítulo 1:

Fechamento do 1º trimestre de 2021

06

## Capítulo 2:

Quais produtos os consumidores  
mais buscaram durante o último ano?

25



## Não fique para trás: aceite Elo no seu e-commerce e venda mais.

Elo está no Brasil inteiro, são 140 milhões de cartões na mão do brasileiro. 140 milhões de oportunidades a mais de ter internautas entrando no seu site para comprar uma calça. Ou uma flauta. Ou um boneco de astronauta.

Seja lá o que você vende, você sabe: cliente não é de se jogar fora. Se seu e-commerce ainda não aceita Elo, a hora de começar a aceitar é agora.

Não espere, saiba mais em [elo.com.br](http://elo.com.br).

Vai na sua.  
Vai com elo



Capítulo 1:  
**Fechamento  
do 1º trimestre  
de 2021**

**Seguindo a trajetória de alta observada no último ano, o primeiro trimestre de 2021 mostra crescimento do e-commerce em todo o país.**

Impulsionados por sucesso dos “saldões” de início de ano e das promoções da Semana do Consumidor, realizadas em março, os números apontam uma tendência de mais um ano de cifras expressivas no varejo digital. Além disso, novas restrições no comércio físico por conta da pandemia também contribuíram para a alta no período.

Foram realizadas 78,5 milhões de compras online nos três primeiros meses do ano, o que representa crescimento de 57,4% no comparativo com o mesmo período do ano passado. Ao todo, foram gerados mais de R\$ 35,2 bilhões durante os meses de janeiro a março, resultado que representa um aumento de 72,2% na comparação.



**78,5  
milhões**

de compras

**+ 57,4%\***



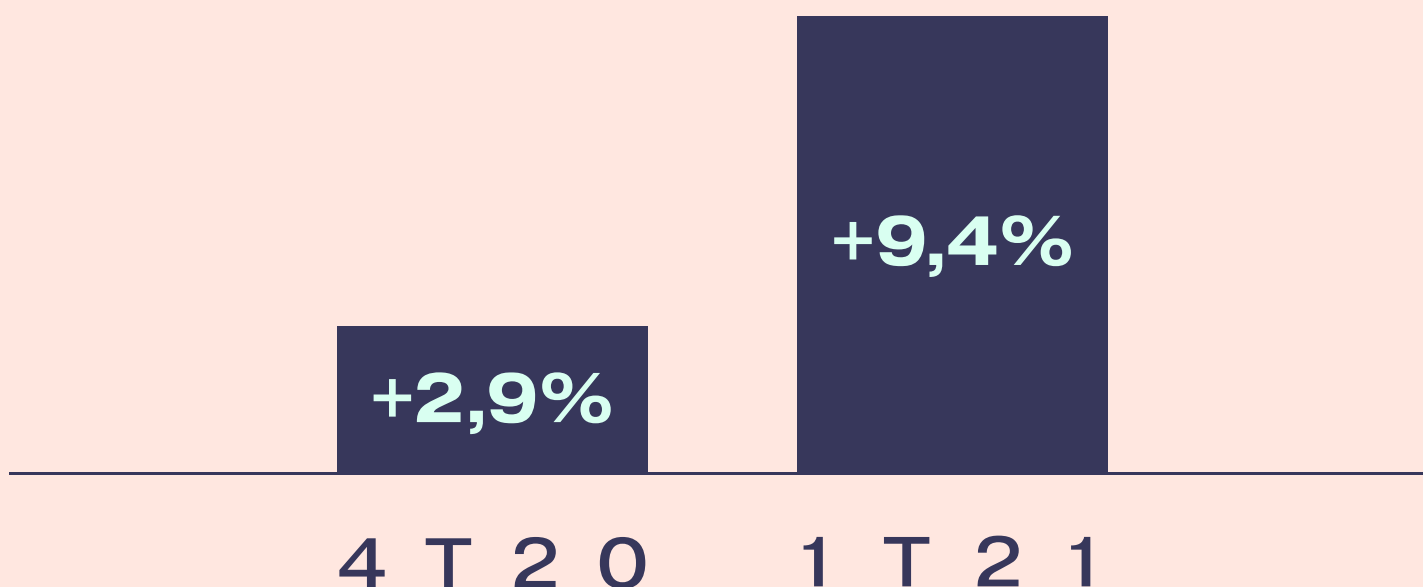
**R\$ 35,2  
bilhões**

em faturamento

**+ 72,2%\***

\*Em comparação com o mesmo período do ano passado.





**ticket médio R\$447,90**

Mantendo a linha de crescimento, os gastos médios nas compras pela internet durante o período também apresentaram alta. No período analisado, o ticket médio gasto foi de R\$447,90, aumento de 9,4% em relação ao mesmo trimestre no ano anterior, alta significativa para o quesito analisado. Traçando um paralelo, o incremento no valor médio das compras foi de 2,9% no 4º trimestre de 2020.





melhor  
automação  
de atendimento  
em pós-venda  
para e-commerces

#chega de  
chamado

Ganhe tempo para tratar de situações complexas,  
aumente a confiança do consumidor no pós-venda  
e amplie a capacidade de prever e resolver  
problemas rapidamente.

jornada de entregas . trocas & devoluções . retenção de estornos

DECATHLON



máscara  
KNIT

MODA

MULTILASER



TRACK & FIELD



Quer fazer parte do time de empresas que lideram o fim dos chamados no SAC?

conheça a aftersale

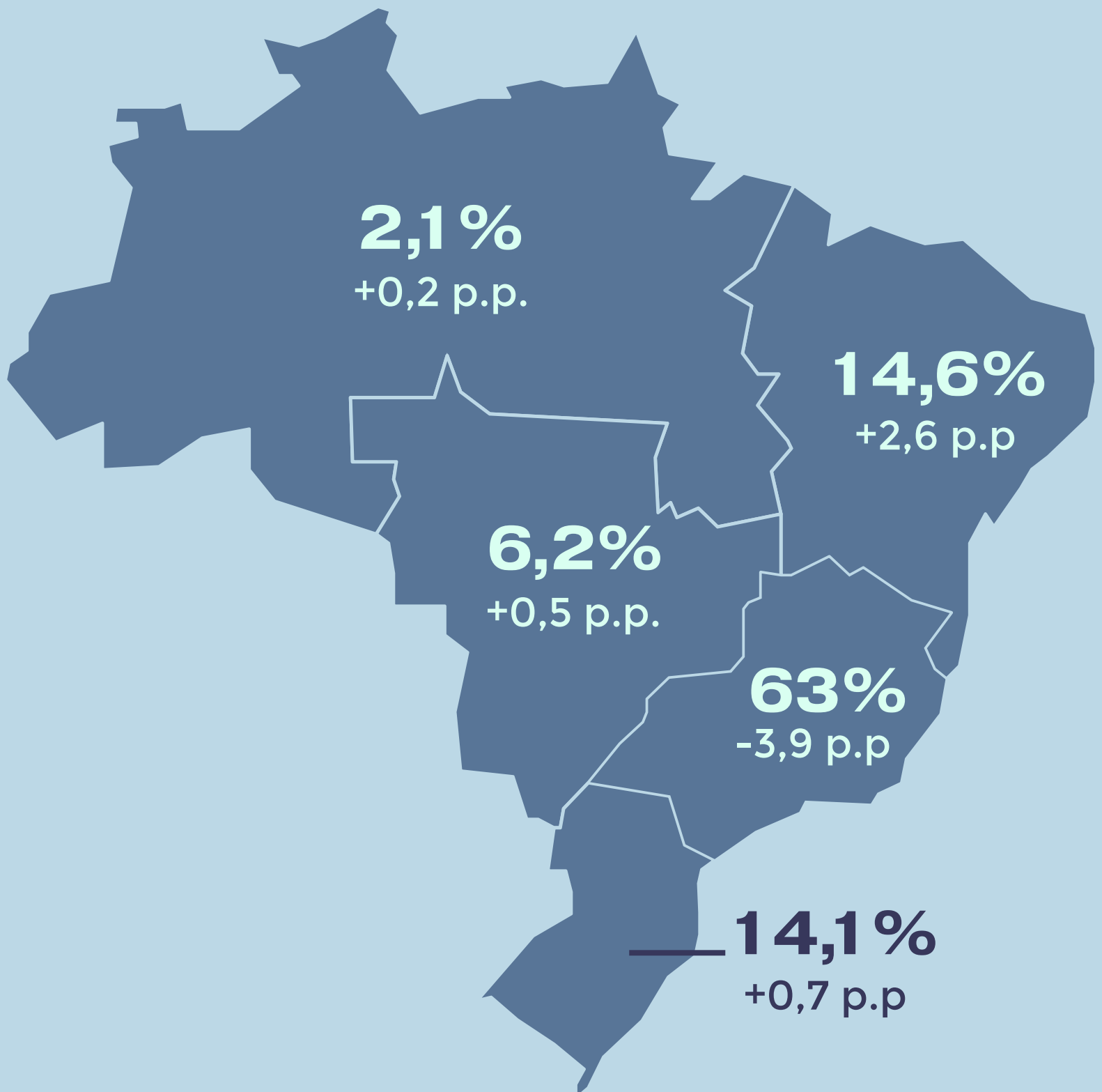
A região Nordeste foi novamente o grande destaque em crescimento no varejo digital, alcançando o segundo lugar no total das vendas. O Sudeste ainda detém a liderança em volume de compras on-line feitas em território brasileiro, com 63% do total de pedidos realizados no trimestre, mesmo com a queda de 3,9 p.p. em relação ao mesmo período do ano passado. Em seguida, o Nordeste concentrou 14,6% das vendas realizadas de outubro a dezembro, o que

representa um aumento de 2,6 p.p. em relação ao primeiro trimestre de 2020.

O Sul foi responsável por 14,1% do total de pedidos realizados no comércio eletrônico, resultado que rendeu um leve crescimento de 0,7 p.p. no comparativo.

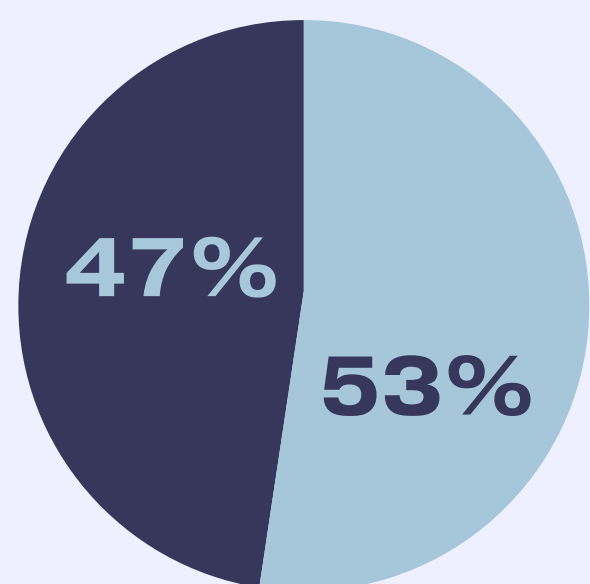
Completando, o Centro-Oeste concentrou 6,2% dos pedidos realizados (aumento de 0,5 p.p.) e o Norte registrou 2,1% das compras on-line feitas nesse período, leve alta de 0,2 p.p. sobre o primeiro trimestre de 2020.

# total de pedidos





A busca por economia no valor do frete também aumentou durante o trimestre: o reflexo disso é o grande crescimento da modalidade de frete grátis nos primeiros três meses de 2021. No período, 53% das compras realizadas foram entregues de forma gratuita, ante 47% no mesmo trimestre do ano passado. Já a entrega paga foi a opção escolhida em 47% dos pedidos realizados, queda de 6% no comparativo. Analisando o valor médio do frete, a cifra teve uma queda significativa: R\$18,15, valor 15,5% menor comparado ao mesmo trimestre em 2020.



**Frete  
p a g o**




**Frete  
grátis**

Valor médio frete:

**R\$ 18,15**

Queda de **-15,5%**

## Total de pedidos realizados 1 T21.

Moda e Acessórios		<b>16,6%</b>
Beleza, Perfumaria e Saúde		<b>15,2%</b>
Entretenimento		<b>12,6%</b>

Analisando o e-commerce pelas categorias de itens comprados, vemos um comportamento semelhante aos trimestres anteriores: produtos com o ticket médio menor foram os mais procurados, e as categorias de produtos com valores elevados, ocuparam os primeiros lugares no quesito faturamento. As categorias campeãs em volume de vendas foram: Moda e Acessórios, que foi responsável por 16,6% do total de pedidos realizados no período, Beleza, Perfumaria e Saúde (com 15,2% desse volume) e Entretenimento (12,6%).

Já a análise das categorias que geraram maior faturamento durante o período mostra que Telefonia ocupa novamente o primeiro lugar, com 21,2% da cifra gerada no trimestre. Em segundo lugar está Eletrodomésticos e Ventilação (17% do total) e, em terceiro, Entretenimento (12,4%). As compras refletem as promoções oferecidas pelas empresas após as grandes datas sazonais de fim de ano e na Semana do Consumidor, que teve maior duração em 2021.

## Categorias maior faturamento 1T21.

Telefonia

**21,2%**



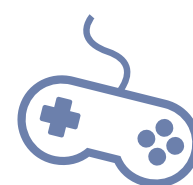
Eletrodomésticos e Ventilação

**17%**



Entretenimento

**12,4%**





# Invista em tráfego orgânico

e conte com o trabalho  
de divulgação realizado  
pelos melhores  
consultores on-line  
especialistas.

lomadee

# mais

## de 3 bilhões

revertidos em tráfego para os sites  
de anunciantes cadastrados  
em sua plataforma

Estratégia **100%**  
**focada** em  
**performance!**



Acesse:  
[www.lomadee.com](http://www.lomadee.com)

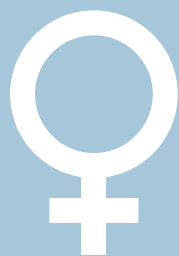
Ao segmentar os consumidores entre os gêneros feminino e masculino, nota-se que as mulheres representam 58,1% de todos os pedidos realizados, mantendo o protagonismo em volume de compras pela internet. Apesar de comprarem em menor quantidade, os homens seguem gastando valores mais altos com suas compras online, com ticket médio de R\$ 538,20, ante R\$ 382,80 do público feminino.

#### Volume de compras

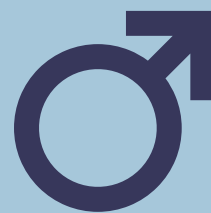


**58,1%**  
mulheres

**41.9%**  
homens



**R\$ 382,80**



**R\$ 538,20**





Na divisão por faixa etária, é possível compreender que a idade média dos consumidores durante o trimestre foi de 37 anos. Os principais grupos consumidores foram os de 36 a 50 anos, que representam 33,9% do total de pedidos realizados, e os de 26 a 35 anos, com 33,1% da soma. Em seguida, brasileiros até 25 anos geraram 19% dos pedidos feitos no período e os compradores com mais de 51 anos, responderam por 14% desse total.



Idade média dos consumidores

**37 anos.**



36 a 50 anos  
**33,9%**



25 anos  
**19%**



26 a 35 anos  
**33,1%**



51 anos  
**14%**



## 3,8 milhões

novos consumidores  
queda de 16,4%\*



## 22,8 milhões

consumidores únicos  
aumento de 43,9%\*

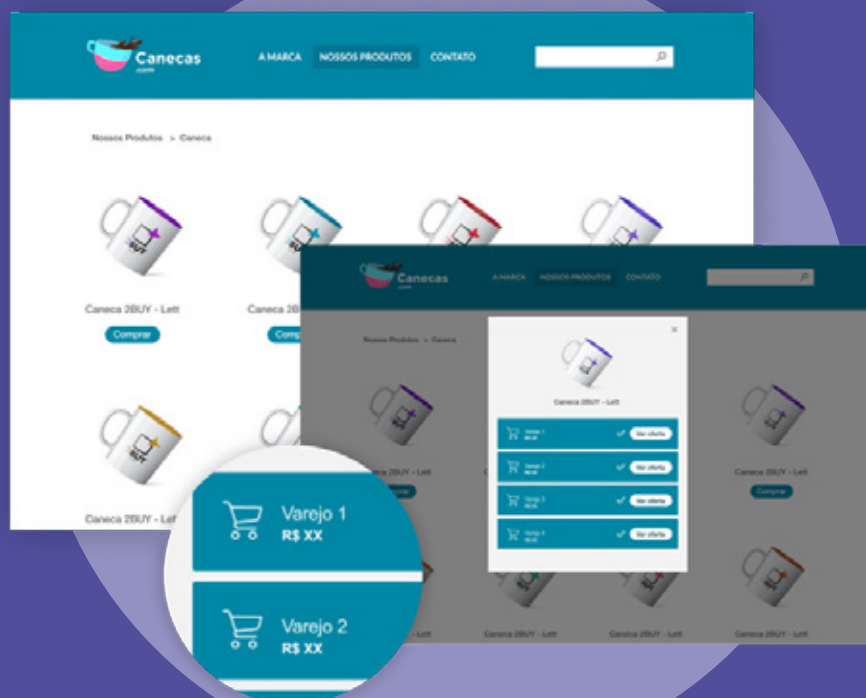
\*Em comparação com o mesmo período do ano passado.

Assim como os trimestres anteriores, o varejo digital conquistou mais brasileiros com suas facilidades: o e-commerce nacional ganhou 3,8 milhões de novos consumidores durante o primeiro trimestre de 2021. Apesar do número expressivo, o valor representa queda de 16,4% em relação aos mesmos meses no ano passado. Nesse período, o varejo digital concentrou 22,8 milhões de consumidores únicos, aumento de 43,9% em relação ao mesmo trimestre do ano passado.



# CONECTE SUA MARCA AOS CONSUMIDORES NO E-COMMERCE

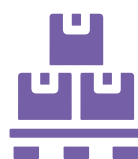
Mostre aos consumidores onde encontrar seus produtos com disponibilidade de estoque no e-commerce.



Ofertas exibidas pela **geolocalização do shopper**



Análise de dados de **visitas e conversão**



Produtos sempre **disponíveis em estoque**



Exclusão automática de ofertas **fora da margem de preço**



Ranqueamento por regras de **conteúdo e preço**



Ganho de **visibilidade para os varejos** clientes



**Layout e configuração** por campanha



**Equipe local de** Customer Service

**CONHEÇA O 2BUY**





Em relação a frequência, a média de compras foi de três por consumidor, mantendo a média em relação ao trimestre anterior. O gasto médio total de cada consumidor foi de R\$ 1.340,00, valor que representa aumento de 14,1% em relação ao mesmo trimestre em 2020. Ao analisar quem são as pessoas que fizeram ao menos uma compra durante janeiro a março, é possível perceber que as mulheres predominaram: elas correspondem a 58,6% dos consumidores únicos. Segmentando por faixa etária, a maior parte destes pedidos foram realizados por consumidores com idade média de 26 a 35 anos, com 31,2% do total de consumidores únicos no Brasil para os meses analisados.

**Gasto médio total  
por consumidor**

**R\$ 1.340,00**

aumento de 14,1%

**Consumidores  
únicos**

**Mulheres 58,6%**

**26 a 35 anos 31,2%**



Observando pelas categorias de produtos, as que concentraram mais vendas nestes meses foram Moda e Acessórios, com 13,3 milhões de pessoas, com uma compra por consumidor e gasto médio total de R\$ 145,00. Por outro lado, a categoria Telefonia reuniu um número inferior de compradores - 2,9 milhões no trimestre - e gasto médio de R\$ 2.232,00. Apesar do crescimento na quantidade de compradores, o setor atinge hoje apenas 17,2% do total de pessoas com acesso à internet no país no primeiro trimestre de 2021.



Capítulo 2:

**Quais produtos os consumidores mais buscaram durante o último ano?**





Com a chegada da pandemia, o hábito de consumo dos brasileiros foi extremamente impactado. A adesão ao isolamento social como medida de prevenção ao contágio da Covid-19 fez com que a população utilizasse a internet não só como ferramenta de busca, mas também como aliada para continuar comprando de maneira mais segura, sem precisar se expor aos riscos do vírus.

Somente em 2020,  
**NOSSA TECNOLOGIA**  
protegeu mais de  
**R\$ 106 BILHÕES**  
**EM TRANSAÇÕES.**



**E AS SUAS,  
ESTÃO  
PROTEGIDAS?**

ClearSale, há  
20 anos combatendo  
a fraude e gerando  
mais confiança no  
ambiente digital.

clearsale

 [br.clear.sale](https://br.clear.sale)

 [clearsale](https://in.clearsale)

 [@clear.sale](https://@clear.sale)

Neste sentido, o Brasil atingiu em 2020 o recorde de pedidos no e-commerce: 301 milhões de compras foram realizadas, número que representa uma alta de 68,5% em relação a 2019. Como consequência, o faturamento nacional também teve um crescimento significativo. Ao todo, a receita gerada foi de R\$126,3 bilhões, número que representa uma variação de 68,1% comparado ao ano anterior e mostra a força do e-commerce para a economia do país. Apesar disso, o ticket médio sofreu uma leve queda de 0,2%, atingindo R\$419,4.



**301 milhões**  
de compras em 2020

**+ 68,5%**  
em relação ao ano anterior

receita de  
**R\$ 126,3**  
**bilhões**  
variação de  
**68,1%**

**ticket**  
**médio**  
**R\$419,4.**  
queda de 0,2%



Completado um ano deste cenário, o e-commerce se mostrou consolidado e uma das opções prediletas dos brasileiros, tendo em vista o crescimento dos números no primeiro trimestre de 2021. Analisando o período de março 2020 a março de 2021, alguns produtos se destacaram e foram os prediletos dos brasileiros.

Destrinchando os itens mais comprados, os brasileiros continuaram vaidosos, mesmo com as restrições para sair de casa. Prova disso, é que a categoria Moda e Acessórios lidera entre as mais vendidas com 19% do total. A categoria de Beleza, Perfumaria e Saúde, foi a segunda com maior volume de compras, com 14,7% da soma.

Ficando mais em casa, a população também buscou mais opções para se distrair durante a quarentena. A categoria de Entretenimento, que engloba itens como Livros, DVDs e Blu-Ray, Eletrônicos, Games, Papelaria e Tickets, foi a terceira classe mais comprada com 12,5%.



Como prova do crescimento do e-commerce, os artigos para casa como Eletroportáteis, Utilidades Domésticas, Cama, Mesa e Banho registraram 10,1% do share, ocupando a quarta colocação dentre todas. Por fim, Móveis, Construção e Decoração completam o Top 5 com 8,1% da totalidade.

## % share pedido



Moda e Acessórios

**19%**



Beleza, Perfumaria  
e Saúde

**14,7%**



Entretenimento

**12,5%**



Eletrportáteis, Utilidades  
Domésticas, Cama, Mesa e Banho

**10,1%**



Móveis, Construção  
e Decoração

**8,1%**

Já pela ótica das cifras, a categoria Telefonia foi a que mais faturou neste primeiro ano de pandemia. Analisando a totalidade, a classe somou 20,2% do share, número atingido por serem produtos de maior valor médio. Eletrodomésticos e Ventilação, outra categoria de itens de valor mais alto, aparece em seguida com 15,9% do montante.

Uma das mais buscadas em volume, a categoria de Entretenimento também figura nas que mais geraram receita. Com 13,7% do valor, a classe ocupa a terceira posição na análise. Finalizando o ranking das cinco categorias que concentraram maior renda, Informática e Câmeras, Móveis, Construção e Decoração completam o estudo com 10,4% e 8,9%, respectivamente.



## % share faturamento



Telefonia

**20,2%**



Eletrodomésticos  
e Ventilação

**15,9%**



Entretenimento

**13,7%**



Informática e Câmeras

**10,4%**



Móveis, Construção  
e Decoração

**8,9%**

A nível de detalhe maior, as subcategorias, ou seja, os itens que destrincham os segmentos mencionados, que ganharam maior destaque durante o último ano vão de Livros, com variação 97,2% maior que o mesmo período do ano passado, até mesmo Fones de Ouvido, que alcançou um crescimento de 76,1% se tratando em número de pedidos - para este último item mencionado, a prática do home-office e a necessidade de reuniões diárias pode ter influenciado diretamente na busca do produto.

Outros itens como TV (var. 80,5%), Remédios (var. 56,7%) e Aparelhos elétricos para cabelo (var. 50,4%) completam a lista em destaque quando nos referimos aos números de pedido.

Já falando sobre o mesmo tema de subcategorias, mas voltado para o faturamento, o Ar Condicionado, que faz parte do segmento de Ar e Ventilação, atingiu uma variação de 86,9% - número até mesmo maior que o próprio crescimento do mercado digital (72,2%), comparando março de 2020 e março de 2021. Em seguida, temos Celulares e Smartphone, representando o segmento de Telefonia, com variação 81,6%, TV (var. 80,5%), Notebook (var. 22,6%) e Geladeira/Refrigerador representando o universo de Eletrodomésticos (var. 19,7%).

## mais vendidas:



Livros

**97,2%\***

TV

**80,5%\***

Fone de ouvido

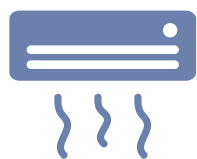
**76,1%\***

Remédios

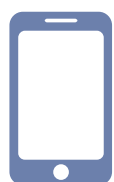
**56,7%\***Aparelhos elétricos  
para cabelo**50,4%\***

\* Representa o share da subcategoria dentro de seu segmento.



**mais faturadas:**

Ar Condicionado

**86,9%\***

Celulares e smartphones

**81,6%\***

TV

**80,5%\***

Notebook

**22,6%\***

Geladeira/Refrigerador

**19,7%\***

\* Representa o share da subcategoria dentro de seu segmento.

**Se interessou pelos dados apresentados?**  
Obtenha um estudo exclusivo Neotrust para seu negócio.

**NEOTRUST**

[www.neotrust.com.br](http://www.neotrust.com.br)

**AGENDAR REUNIÃO**

Realização:

NEOTRUST

Apoio:

T.group®

clearsale 

movimento  
compre  
& confie

 lomadee

 VIPy

 aftersale

 LETT

 ASET

e-commercebrasil

LojaVirtual  
com.br

Patrocínio:

 celo