



Neotrust

2021:

o ano da
consolidação do
e-commerce

Patrocínio



Caro leitor,

2022 já começou e será mais um ano desafiador para o e-commerce.

Será um ano de calendário atípico, principalmente no segundo semestre, que inclui eleições e Copa do Mundo – este evento acontecerá em novembro pela primeira vez na história do esporte.

E para nos prepararmos para essa maratona, é importante olharmos para os resultados de 2021 e entendermos o quanto já avançamos e o quanto podemos nos aprimorar em toda a cadeia do e-commerce. 2021 foi um ano de consolidação.

Se por um lado houve uma desaceleração na comparação com 2020 - o primeiro ano da pandemia, em que houve a entrada de milhões de consumidores nesse universo -, o que vimos no ano passado foi uma consolidação do comportamento de compra e um ganho de confiança por parte de consumidores mais maduros.

Do lado do varejo, vimos também a consolidação de marketplaces, com ampliação de produtos ofertados e também um amadurecimento na área de logística, com prazos e fretes diferenciados.

Com base nesse olhar, esse relatório também aponta tendências para este ano.

Boa leitura!



FABRÍCIO DANTAS
CEO da Neotrust

QUEM SOMOS

Temos origem na ClearSale, empresa fundada pelo Pedro Chiamulera em 2001 e referência em soluções antifraude digital no Brasil.

Nascemos em 2020 pelo desejo de desenvolver o mercado digital através da confiança entre pessoas e empresas, com informações precisas, eficiência e tecnologia.

A Neotrust traz os dados mais precisos e com maior velocidade para tomada de decisões inteligentes seja no varejo, indústria e/ou mercado financeiro. Nossa base é composta por dados transacionais de vendas capturadas em tempo real, em mais de 5 mil lojas do comércio digital brasileiro.



METODOLOGIA

Seguindo uma metodologia confiável com dados provenientes de vendas, foi utilizada uma base populacional de registros de vendas declaradas por mais de 5 mil lojas do e-commerce, com informações detalhadas dos pedidos de compras, produtos e valores pagos.

Adicionalmente, a Neotrust estima, com base em fontes secundárias de empresas parceiras e plataformas de e-commerce, o volume de vendas comercializados pelas lojas adicionais para composição de todo o mercado online brasileiro.

Para o cálculo dos índices e indicadores, não foram considerados os registros de vendas de passagens aéreas, hotéis, classificados, aplicativos para refeições ou locomoção, além do site Mercado Livre e outras empresas que comercializam produtos usados ou de artesanato, por exemplo, Elo7 e Enjoei.

Os anos de 2019, 2020 e 2021 foram utilizados como base para os dados deste relatório.

+5mil

lojas do e-commerce





SUMÁRIO



1. 2020: uma breve retrospectiva | Pág. 6
2. 2021: o ano do e-commerce | Pág. 8
3. 4T21: o desempenho do varejo digital | Pág. 27
4. Natal: a performance do e-commerce | Pág. 31
5. O que esperar de 2022? | Pág. 36
6. Tendências para 2022 | Pág. 40



uma breve retrospectiva

2020



2021

LOADING...



2020 explica 2021

Não dá para analisar o resultado do e-commerce em 2021 sem falar de 2020 – o ano mais atípico da era do e-commerce, em função da pandemia. Todos tiveram que mudar seus hábitos de consumo.

Esse cenário trouxe grandes oportunidades para o e-commerce no Brasil. As vendas, em geral, cresceram cerca de 70% frente aos números de 2019. Em 2020 foram feitos mais de **301 milhões de pedidos**. O volume de faturamento foi inédito: cerca de **R\$ 126,3 bilhões**.

Como destaque, os meses de maio, junho e julho de 2020 superaram a variação de 100% em crescimento ante o mesmo período do ano anterior.

2020



mai
vs. 2019



jun
vs. 2019



jul
vs. 2019



2021: o ano do e-commerce





BIG NUMBERS

2021 marcou a consolidação do e-commerce no Brasil.

Os resultados mostram um cenário de crescimento. Não tão intenso quanto o boom provocado pelo primeiro ano da pandemia (2020), claro, mas o suficiente para deixar claro que o consumidor se acostumou a comprar online.

Com o avanço da vacinação, o Brasil testemunhou uma gradual reabertura das lojas físicas em 2021. Mesmo assim, os clientes não abandonaram o e-commerce.

A Neotrust registra um aumento de faturamento, de número de pedidos e também de ticket médio – e uma queda no preço médio do frete –, inclusive na comparação com o período pré-pandemia.





R\$ 161 bilhões de faturamento em 2021

 **26,9%**
(vs. 2020)

 **113,9%**
(vs. 2019)



Em 2021, 59 milhões fazem compras via e-commerce

A média é de quase seis pedidos ao longo do ano – uma alta em relação ao ano anterior.

É mais um dado que mostra a consolidação de uma tendência de consumo que veio para ficar – seja pela segurança, praticidade, prazo de entrega ou ampla possibilidade de escolha.

Dentro desse universo, 15,5% desses consumidores fizeram pelo menos dez pedidos ao longo do ano – número que traz uma evolução e só cresce desde 2018.



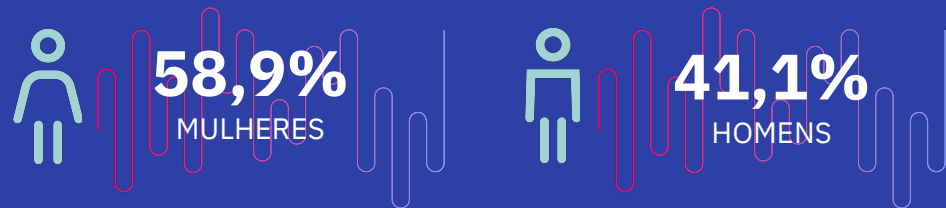


Mulheres lideram compras online em 2021

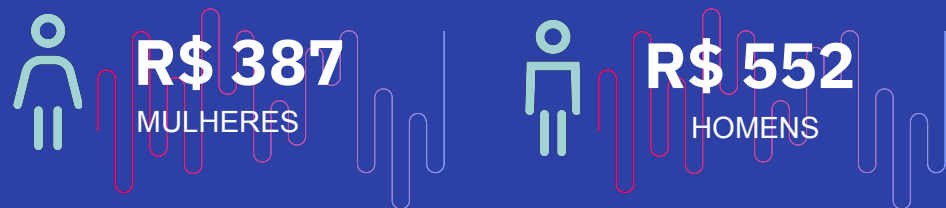
Elas responderam por exatamente 58,9% do volume total de pedidos.

Do outro lado, quando se trata de ticket médio, os homens gastam, em média, R\$ 165 a mais que elas.

SHARE PEDIDOS



SHARE PEDIDOS



A vez dos consumidores maduros

O ano de 2021 foi um ano em que os consumidores ganharam confiança nas compras online.

E uma faixa etária em específico – a de pessoas com 51 anos ou mais, que não estavam tão habituadas a esse universo, mas detentoras de um poder aquisitivo já consolidado –, teve um crescimento de 1,1 ponto percentual.

IDADE



18 - 25



26 - 35



36 - 50



+ 51

SHARE DO MERCADO

2021

2020

2019

16,4%

17,8%

17,6%

32,1%

32,0%

33,3%

34,9%

34,7%

34,5%

16,6%

15,5%

14,6%

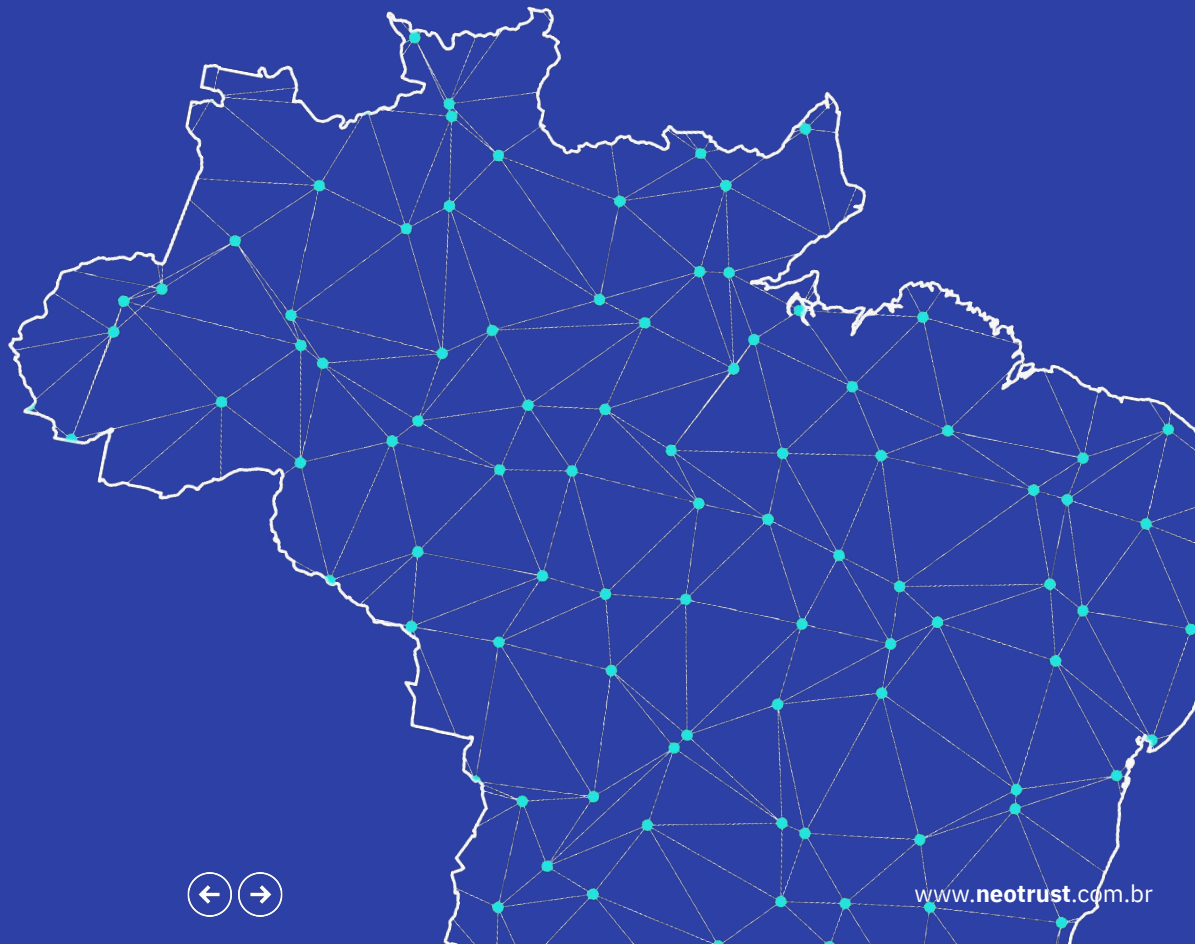


Nordeste e Sul ganham participação

Quando olhamos para o mapa do Brasil, vemos que o Sudeste continua liderando tanto na porcentagem de pedidos (62,3%) quanto na de faturamento (57,9%).

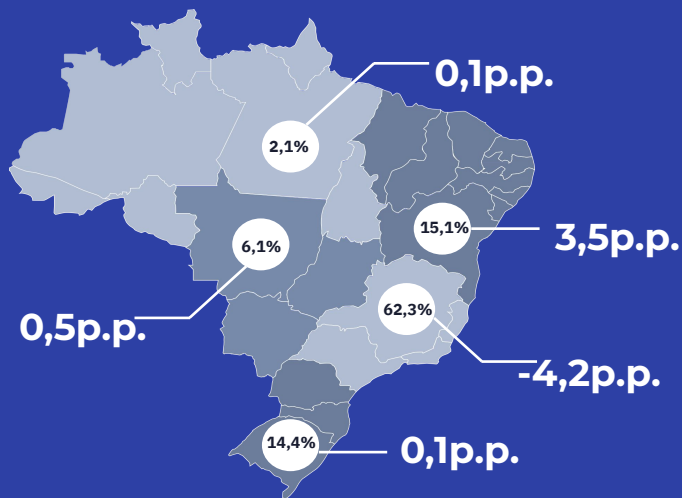
Mas 2021 marcou uma queda nessa participação da região nesses dois quesitos.

E um aumento de 3,5 pontos percentuais no número de pedidos na região Nordeste e de 0,9 p.p. em faturamento na região Sul.

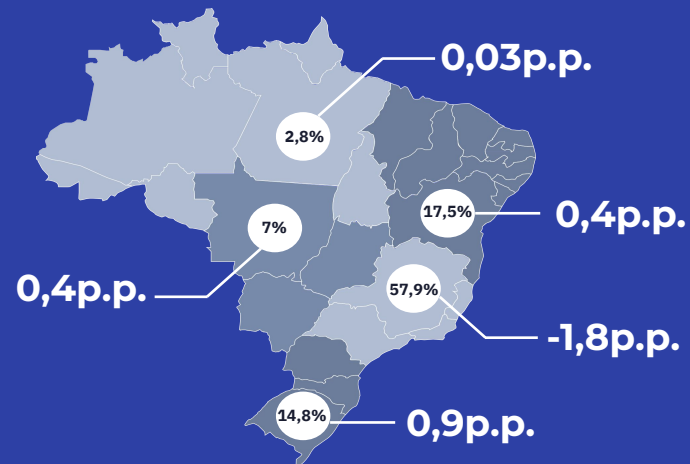




SHARE DE MERCADO – Pedidos



SHARE DO MERCADO – Faturamento





Top Categorias



PEDIDOS



MODA



BELEZA E PERFUMARIA



SAÚDE



CELULARES



UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS

FATURAMENTO



CELULARES



ELETRDOMÉSTICOS



ELETRÔNICOS



INFORMÁTICA



MODA



Frete grátis segue em crescimento

2021 foi um ano em que vimos crescer e se consolidar ainda mais a participação do frete grátis.

Mesmo diante da alta no preço da gasolina, o varejo continua apostando nessa estratégia para fidelizar o consumidor e seis em cada dez compras já contam com essa entrega grátis. E quando o frete foi pago, ele teve o valor reduzido.

Se em 2020, ele custava em média R\$ 33,1, no ano passado esse valor foi de R\$ 28,6.

Evolução do frete grátis no e-commerce brasileiro

FRETE GRÁTIS



Valor do frete tem trajetória de queda

VALOR DO FRETE (MÉDIA)



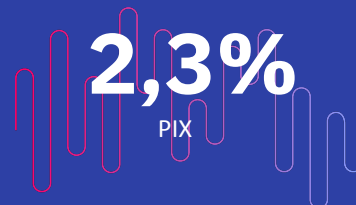
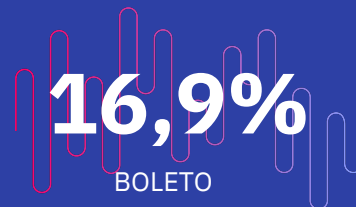
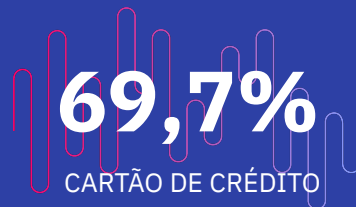


Cartão de crédito predomina em 7 de cada 10 compras

Mesmo com a febre do PIX, o cartão de crédito continua sendo a modalidade de pagamento preferida dos consumidores brasileiros. É responsável por 69,7% das transações.

Isso se explica muito pela questão da segurança, mas também pelas possibilidades de parcelamento em um cenário de economia instável e menos dinheiro no bolso.

Enquanto 32,64% pagaram no cartão em uma única parcela, outros 39,43% dos consumidores parcelam as compras entre 7 a 12 vezes.



Número de parcelas no cartão de crédito

Em 2021, o percentual de consumidores que preferiu pagar seus pedidos em uma única parcela de cartão de crédito teve um crescimento de exatamente 1,78 ponto percentual (p.p.), saindo de **30,86%** (em 2020) para **32,64%**.

Mesmo assim, a maioria dos consumidores preferiu parcelar suas compras em mais vezes. De todos os pedidos realizados em 2021, **39,43%** foram compras parceladas entre 7 e 12 vezes (em 2020 esse número foi de **38,95%**).

A porcentagem restante fica em parcelas entre 2 e 3 vezes (11,07%), 4 e 6 vezes (13,35%) e mais de 12 vezes (3,52%) neste ano.





Uso do PIX tem crescimento

O PIX aparece no acumulado do ano com 2,3% - e os dados mostram que, ao longo de 2021, especialmente a partir do segundo semestre, o uso dessa forma de pagamento só cresceu, ultrapassando 4% do total em dezembro.

E este é um ponto importante de atenção para o varejo, dado que os consumidores esperam do e-commerce formas mais amigáveis de pagamento com essa modalidade.

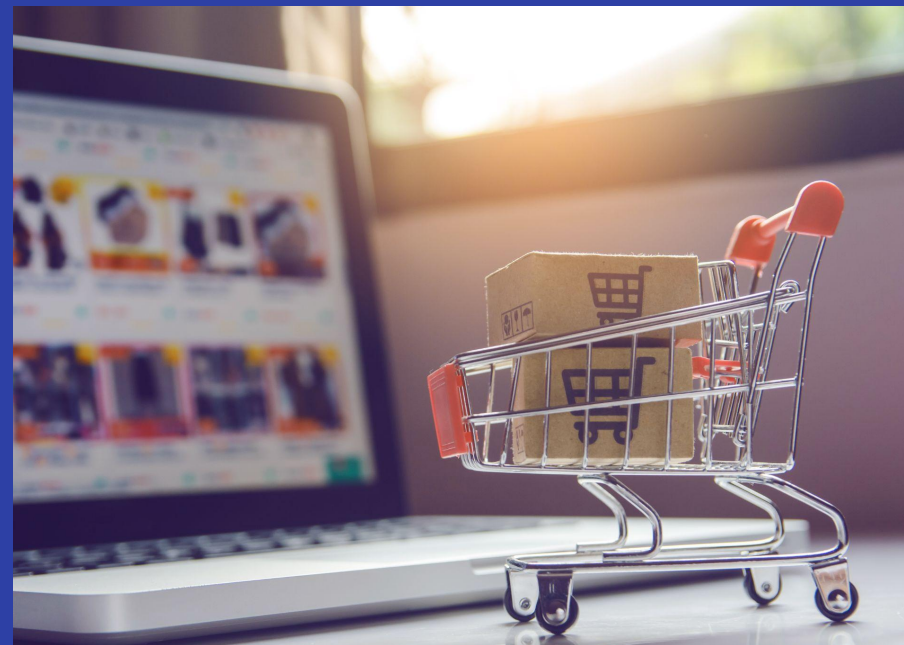


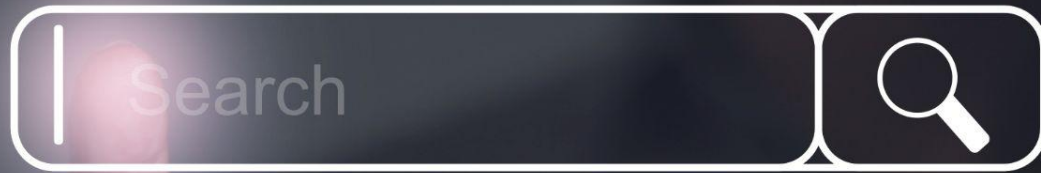


Marketplace: 3P tem crescimento

O marketplace out (3P) vem crescendo - um indicativo de como os comércios de pequeno e médio portes estruturaram suas operações e vêm usando plataformas de gigantes do e-commerce para ampliar a divulgação e o alcance de mais consumidores.

Em dezembro, a modalidade ultrapassou pela primeira vez, na pandemia, o patamar de 40% das vendas em marketplace, cuidando das etapas de venda e entrega do produto.





PMEs



2021: consolidando a presença das PMEs no mundo online

Depois de um 2020 marcado pela transformação digital, o ano de 2021 foi um período de consolidação para a operação online das pequenas e médias empresas (PMEs).

O grande teste veio no primeiro semestre de 2021, período ainda de incertezas para os negócios devido ao cenário econômico e que, depois de alguns meses, foi evoluindo a partir do início da vacinação. Quem tinha investido no e-commerce encontrou no digital uma fonte de recursos durante um período de incertezas derivadas das restrições à operação do comércio.

Mesmo com tantos desafios, ter uma loja online deixou de ser uma alternativa e passou a ser uma condição fundamental para as PMEs.

Foi um ano para ajustar a operação e investir ainda mais no relacionamento e fidelização dos clientes.



Alejandro Vázquez
CCO e cofundador da Nuvemshop



PMEs: ano positivo

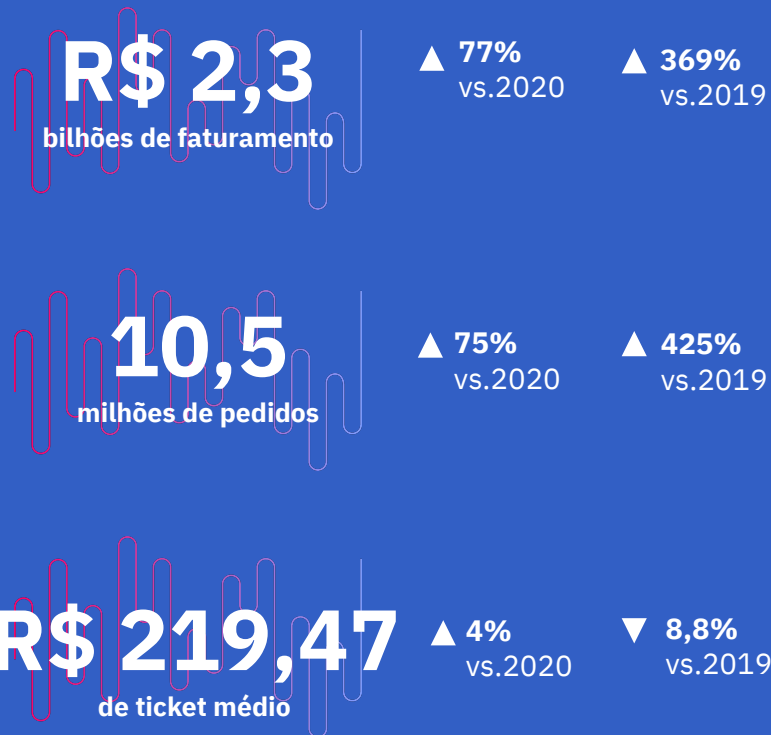
Com toda a transformação digital ocorrida quando começou a pandemia, o ano de 2021 foi uma etapa de consolidação dos resultados positivos para o e-commerce nas pequenas e médias empresas (PMEs).

Dados da Nuvemshop, plataforma de e-commerce líder na América Latina com mais de 90 mil lojas, em sua maioria pequenas e médias, também apontam um cenário de crescimento.

Em 2021, ter uma loja online deixou de ser uma alternativa e passou a ser uma condição fundamental para as PMEs.

Fonte: Nuvemshop

DESTAQUES





Moda: carro-chefe das PMEs

Segmento importante para o varejo, Moda também aparece como uma categoria fundamental para as pequenas e médias empresas.

Ela foi a líder em faturamento para as PMEs em 2021 e o bom resultado foi puxado pelo avanço da vacinação, que permitiu uma volta, ainda que parcial, às atividades de rotina.

Com isso, as pessoas investiram mais não somente em roupas para trabalhar, mas em outros itens, dado que puderam voltar a fazer mais passeios ao ar livre.

O segmento de roupas de banho, como biquínis, por exemplo, teve um aumento de 154% no faturamento em comparação com 2020.

	Categoria	Faturamento (R\$)
1	Moda	895,4 mi
2	Saúde & Beleza)	146,5 mi
3	Acessórios	114 mi
4	Eletrônicos	82 mi
5	Casa & Jardim	79 mi



4T21: o desempenho do varejo digital

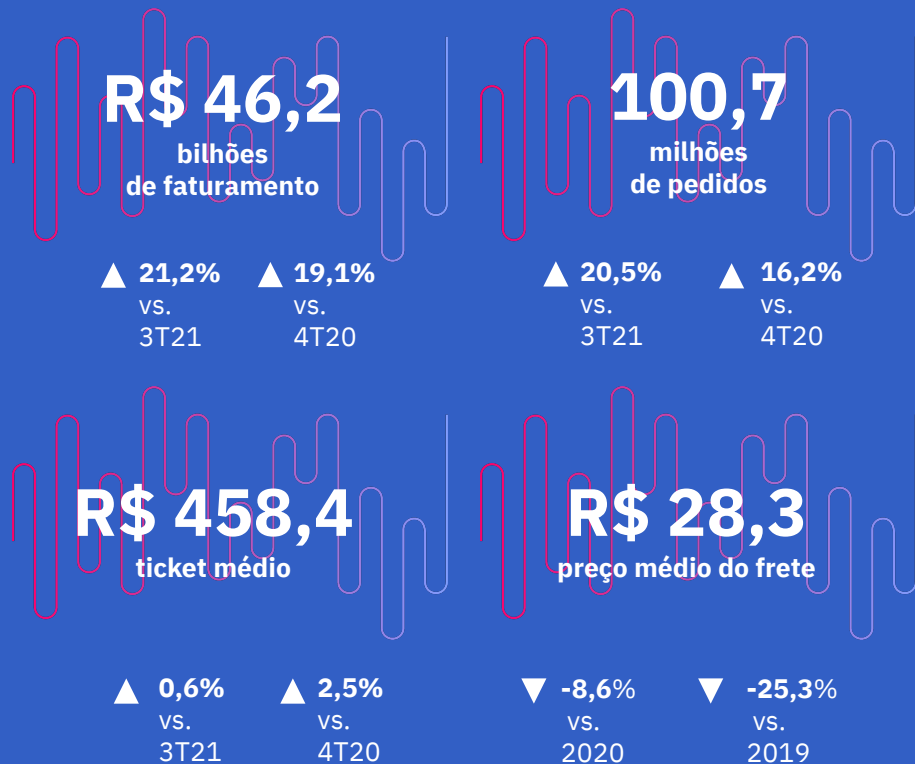




Último trimestre de 2021 tem resultados positivos

Mesmo com um consumidor um pouco mais cauteloso, em função da alta da inflação, tivemos uma boa Black Friday, com faturamento de R\$ 7,5 bilhões – uma alta de 7% na comparação com a mesma data de 2020.

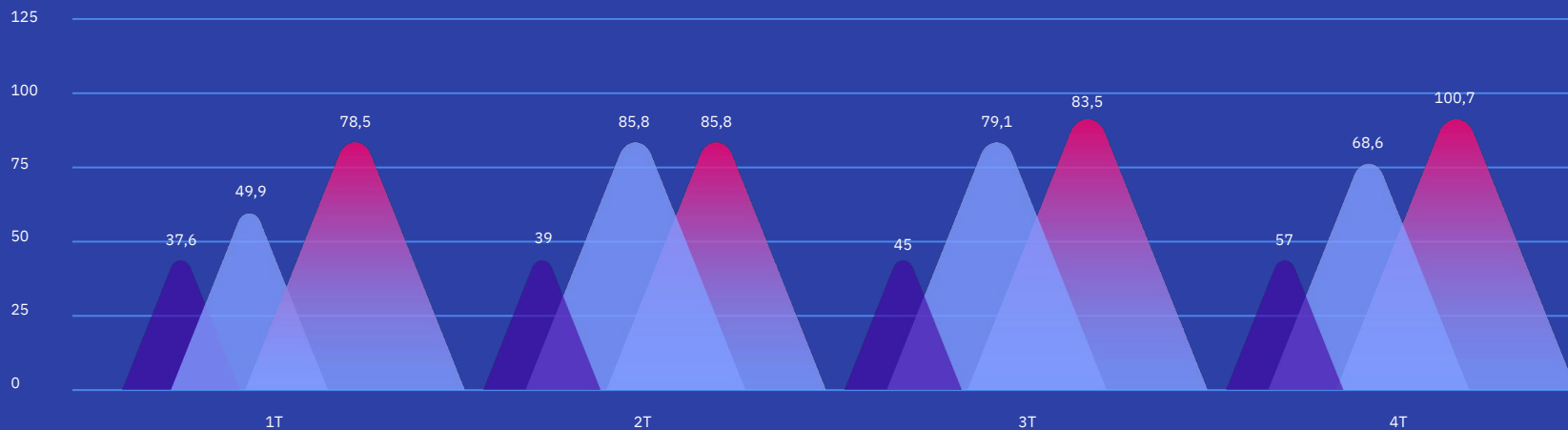
E o Natal, o primeiro em que muitas famílias puderam se reunir novamente, foi marcado não só pela emoção, mas também por bons números, com um crescimento de 16,6% em faturamento, com R\$ 6,5 bilhões (mais detalhes sobre os resultados do Natal a partir da página x).





2019 2020 2021

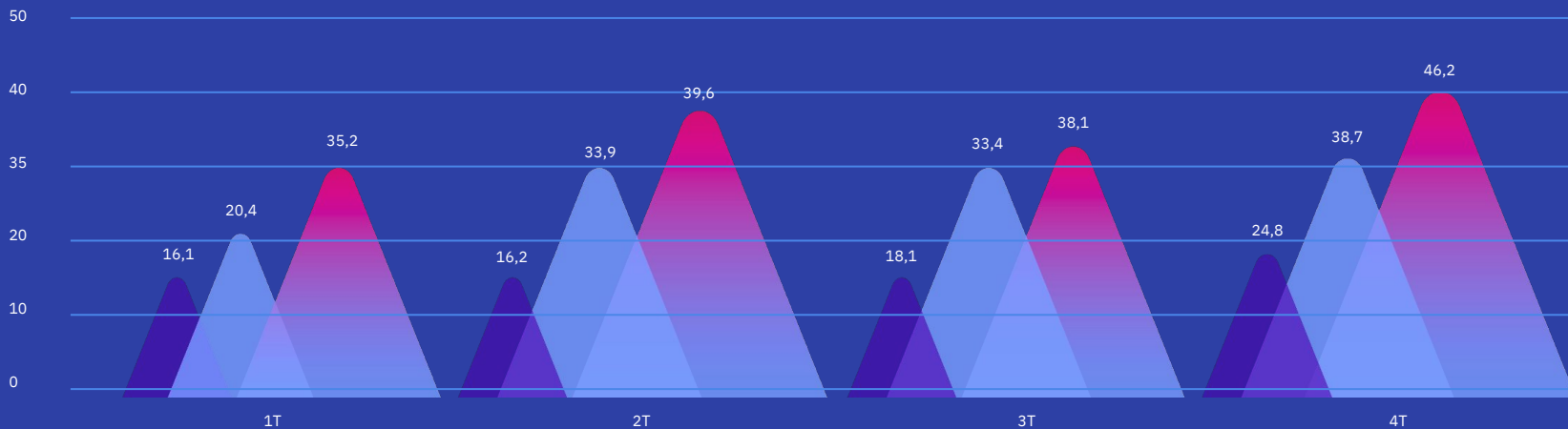
PEDIDOS (UNIDADE)





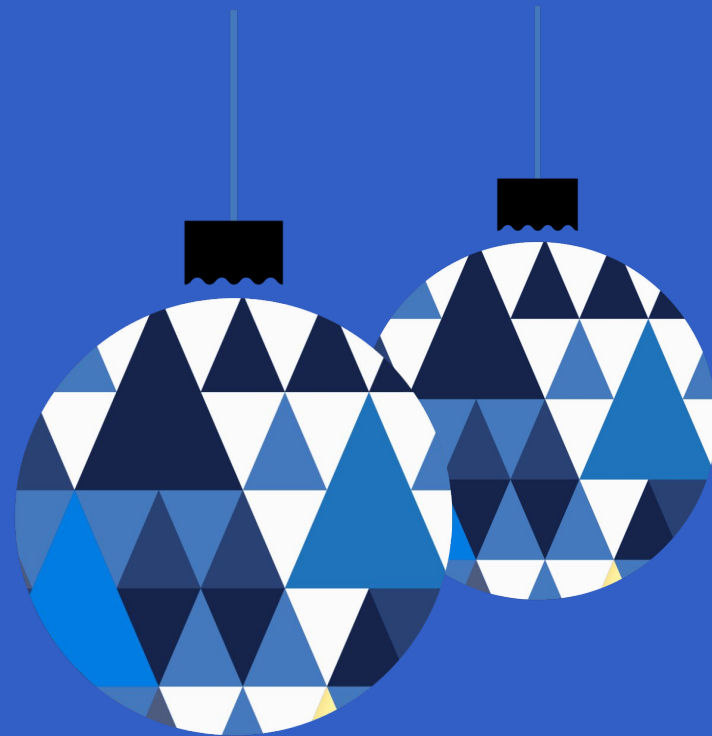
2019 2020 2021

FATURAMENTO (R\$ EM BILHÕES)





Natal: a performance do e-commerce





Natal tem resultados acima das expectativas

Com o avanço da vacinação, o Natal/2021 foi um momento de reencontros, em que famílias que estavam distantes puderam se rever e se abraçar.

Foi um data carregada de ainda mais simbolismo e foi tempo de presentear mais a quem se ama. E isso se traduziu nos números, que superaram algumas das nossas previsões.

Entre 10 a 24 de dezembro, nossa previsão era de um faturamento de R\$ 6,1 bilhões. E o número alcançado foi de R\$ 6,5 bilhões – alta de 16,6% em relação a 2020. Previmos 14,6 milhões de pedidos – e eles somaram 15,7 milhões, crescimento de 24,8%.

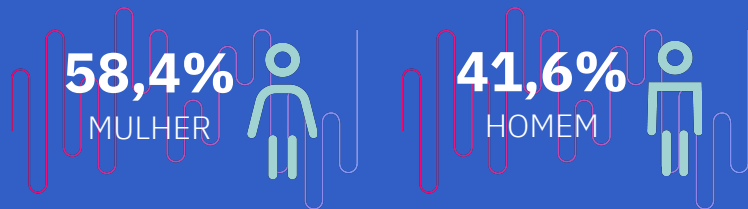


*Dados extraídos entre 10/12/21 à 24/12/21

Assim como no consolidado do ano, o Natal refletiu uma tendência: as mulheres são as principais responsáveis pelo volume de pedidos, mas o ticket médio é maior entre eles.

RESULTADOS POR GÊNERO

SHARE PEDIDOS

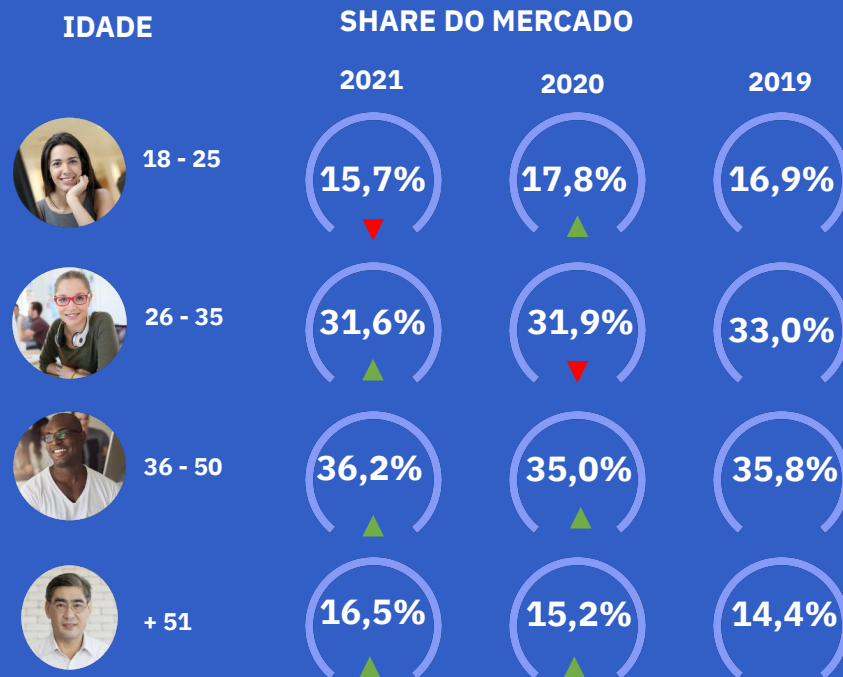


TICKET MÉDIO



As compras dos consumidores mais maduros foram a maioria. Entre os que têm entre 36 e 50 anos, a alta foi de 1,2 ponto percentual, alcançando 1,3 p.p. entre os com mais de 51 anos.

RESULTADOS POR FAIXA ETÁRIA





REGIÃO

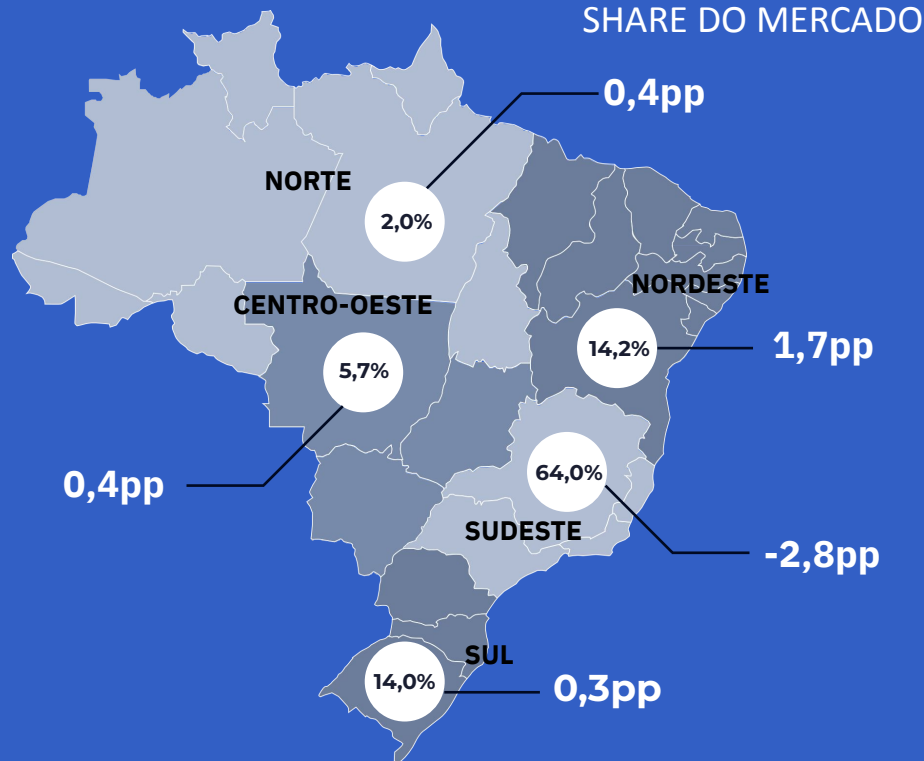
SHARE DO MERCADO

Nordeste mostra sua força

O Natal mostrou também a força que o Nordeste vem ganhando no e-commerce.

Apesar da imensa liderança do Sudeste, a região foi a que teve o maior crescimento em pontos percentuais em share de mercado, com 1,7 ponto percentual.

O Nordeste já é a segunda região do país em faturamento e número de pedidos.





TOP CATEGORIAS Natal 2021

Pedidos	
Moda e Acessórios	1
Beleza e Perfumaria	2
Alimentos e Bebidas	3
Saúde	4
Telefonia	5

REGIÃO

Faturamento	
Telefonia	1
Eletrodomésticos	2
Moda e Acessórios	3
Eletrônicos	4
Informática	5



O que esperar de 2022?





Faturamento deve crescer 9%

Nossas projeções apontam para mais um ano de crescimento do e-commerce. A previsão é de um faturamento de R\$ 174 bilhões -- alta de 9%. Já o número de pedidos deve bater os 379 milhões (alta de 8%), enquanto o ticket médio deve ficar em R\$ 460 (1% acima de 2021).

Além das conjuntura macroeconômica, o maior desafio é o calendário no segundo semestre. Neste ano, a Copa do Mundo acontecerá em novembro, o que vai coincidir justamente com o período da Black Friday.

Um pouco antes, em outubro, o Brasil terá eleições, outra ocasião que pode influenciar o comportamento do consumidor.



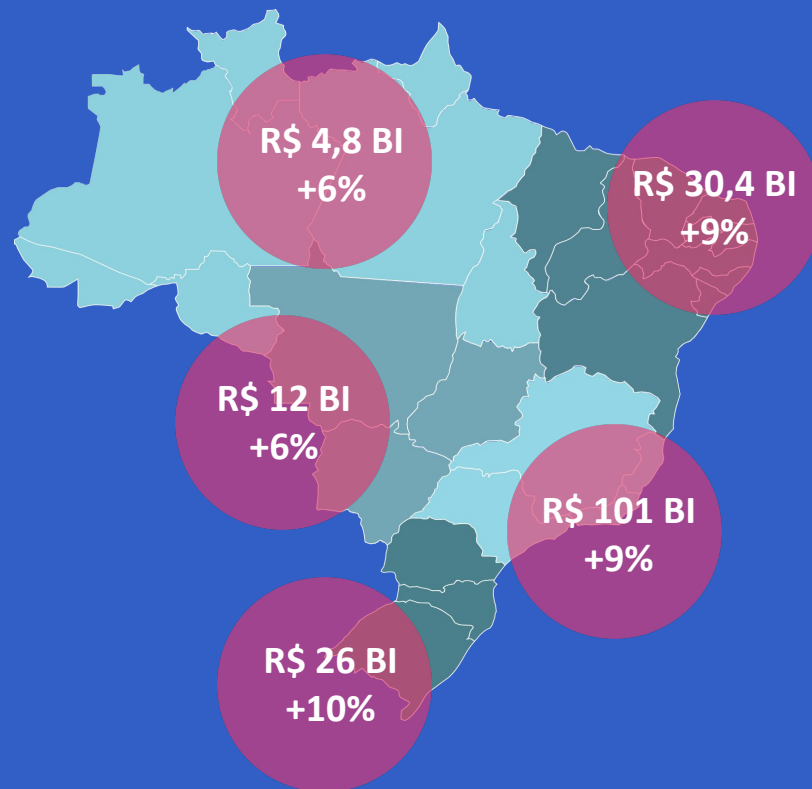


R\$ 174 bilhões de faturamento

9% vs. 2021













Projeção de variação do faturamento por região





Projeções de faturamento por categoria em valores percentuais de crescimento em 2022

	Alimentos e Bebidas	3,3 B	+18%		Elerodomésticos	23,7 B	+14%
	Beleza e Perfumaria	5,5 B	+14%		Eletrônicos	18,6 B	+21%
	Brinquedos	1,2 B	+15%		Eletrportáteis	4,9 B	+19%
	Cama, Mesa e Banho	1,5 B	+13%		Esporte e Lazer	4,2 B	+4%
	Casa e Construção	3,0 B	+7%		Informática	15,0 B	+4%

	Moda e Acessórios	15,2 B	+14%
	Móveis	12,5 B	+14%
	Pet Shop	2,0 B	+7%
	Saúde	3,1 B	+8%
	Telefonia	32,4 B	+6%

Faturamento em bilhões
Variação 2022 vs 2021



Tendências para 2022



1

Expansão de marketplace

- Plataforma de grandes empresas preparadas para marketplace
- Expansão de pequenas empresas por esse canal

2

Interação presencial/digital

- Clique e retire
- Compra virtual e troca na loja física
- Visualiza no físico e compra no virtual

3

Consolidação de novas formas de pagamento

- Carteiras digitais
- PIX

4

Social commerce

Uso maior de redes sociais para estimular as transações.

5

Entregas mais eficientes

Prazo de entrega será um diferencial cada vez maior na decisão de compra

GOSTOU DESTE ESTUDO?

*ESTE RELATÓRIO TEM
O PATROCÍNIO DA ELO.*



Soluções em toda a jornada do e-commerce

A Neotrust faz parte do TGroup, um ecossistema de soluções de tecnologia que atua em toda a jornada de consumo no e-commerce.

Você já conhece nossos parceiros?



É o elo entre marcas e consumidores, com mais de 40 mil consultores influentes em suas comunidades através do social commerce.

QUERO CONHECER A SOCIALSOUL

<http://www>



Para os consumidores, a Confi é um app para realizar compras online sem medo. Já para as empresas, é uma plataforma que gera inteligência com o objetivo de vender mais através da confiança.

QUERO CONHECER A CONFI

<http://www>



Uma plataforma de automação de operações para o pós-compra. Nossas soluções transformam a grande dor de cabeça dos e-commerces, a troca, em uma fonte de receita e aumentam a satisfação do cliente.

QUERO CONHECER A AFTERSALE

<http://www>



Sobre a Nuvemshop

O Relatório Neotrust 8ª Edição contou com dados sobre pequenas e médias empresas do e-commerce (PMEs), fornecidos pela Nuvemshop.



QUERO CONHECER A NUVEMSHOP



Quer um estudo personalizado?

Você pode ter um relatório com dados exclusivos sobre o seu segmento.

<http://www>

Quer receber dados e inteligência sobre o e-commerce em primeira mão?

Sempre postamos novidades e dados exclusivos em nossas redes. É só clicar nos ícones abaixo e nos seguir!



in



You
Tube

