

2º trimestre de 2022 (2T22)

A estabilização do e-commerce brasileiro

Patrocínio





Carta ao leitor

Os números do segundo trimestre de 2022 (2T22) mostram que o e-commerce brasileiro não passou imune às complexidades do cenário internacional e nacional.

A queda de 3,2% no faturamento registrada no 2T22 confirma a tendência de desaceleração já observada no trimestre anterior. Os impactos globais da guerra na Ucrânia, com alta nos combustíveis e inflação elevada, ajudam a explicar um comportamento mais cauteloso do consumidor.

Outra razão é a base de comparação. No 2T21, o comércio tradicional havia sido fortemente impactado pela pandemia. Com a retomada das atividades, o consumidor voltou às lojas físicas. A boa notícia é que o número de pedidos segue em alta. Ou seja, o consumidor segue comprando online.

Esse relatório traz uma fotografia do 2T22 em comparação com os períodos idênticos dos anos anteriores. São dados que contribuem para projetar o que está para vir pela frente. Afinal, o segundo semestre de 2022 será um período extremamente desafiador: eleições, Black Friday, Copa do Mundo e Natal.

Boa leitura!



FABRÍCIO DANTAS
CEO da Neotrust



Quem Somos



Temos origem na ClearSale, empresa fundada por **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 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.

O segundo trimestre de 2021 e de 2022 são a base principal para os dados deste relatório.

A base da Nuvemshop também foi utilizada para a apuração dos dados das páginas 29, 30 e 31.

mais de **5 mil** lojas do e-commerce





Sumário



1. INDICADORES | Pág. 6
2. DIA DOS NAMORADOS | Pág. 24
3. PME'S | Pág. 29
4. TENDÊNCIAS | Pág. 32

1

INDICADORES


Os principais
números do 2T22






Big Numbers

R\$ 38,4
bilhões
em faturamento

 **-3,1%**
(vs. 2T21)

89,6
milhões
de pedidos

 **4,3%**
(vs. 2T21)

R\$ 427,9
ticket médio

 **-7,1%**
(vs. 2T21)



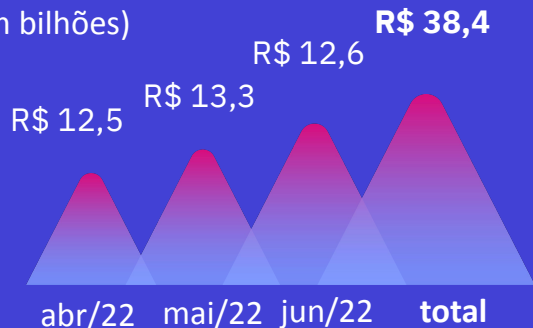
Faturamento em ligeira queda no 2T22

Depois de dois anos de crescimento, o faturamento do e-commerce registrou queda de **3,2%** no 2T22.

O mês de abril foi o que mais sentiu o impacto. Os consumidores compraram **R\$ 12,5 bilhões** (5,4% abaixo do registrado no mesmo mês de 2021).

Em maio, mês do Dia das Mães, a variação foi nula (**0%**), mas o movimento decrescente voltou a aparecer em junho, com queda de **4,1%**.

Faturamento mês a mês
(em bilhões)



Período	Faturamento (em bilhões)
2T19	R\$ 16,2
2T20	R\$ 33,9
2T21	R\$ 39,6
2T22	R\$ 38,4



Pedidos crescem 4,3% no 2T22

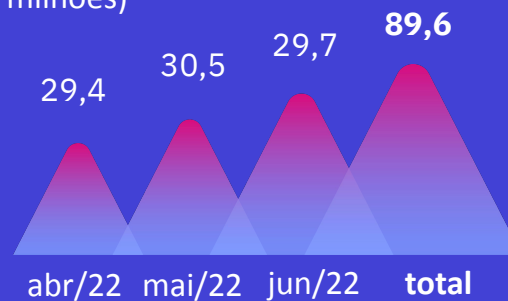
Período	Pedidos (em milhões)
2T19	39,0
2T20	85,8
2T21	85,9
2T22	89,6

O consumidor tomou gosto pelo e-commerce!

Mesmo com situação econômica mais delicada, o volume de pedidos avançou no segundo trimestre de **2022**, chegando a **89,6 milhões** de pedidos em todo o Brasil – **4,3%** acima do registrado no mesmo período de 2021.

O resultado pode revelar a preferência pela procura de produtos de ticket médio menor, devido ao cenário atual do país.

Pedidos mês a mês
(em milhões)

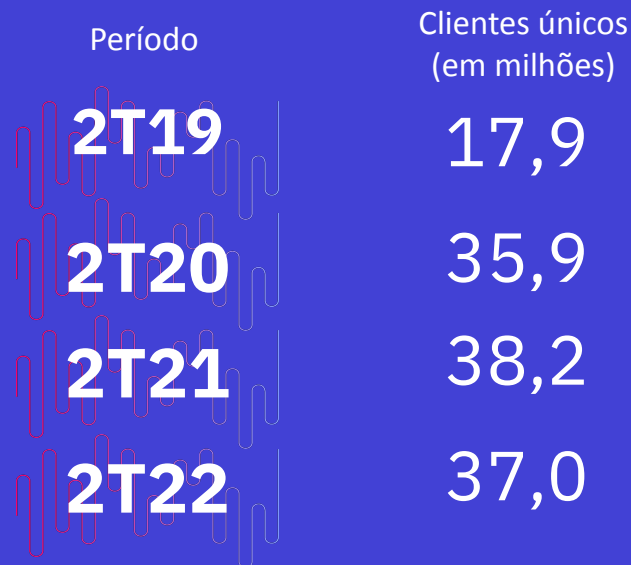




Número de clientes tem queda de 3,7%

A alta do custo de vida pode ser um dos fatores que impactaram no número de clientes únicos no e-commerce brasileiro. A queda foi de **38,2** para **37 milhões**, uma redução de mais de 1 milhão de consumidores.

Outro fator que impacta, é a retomada total das lojas físicas, na comparação com o mesmo período de **2021**, quando ainda havia muitas restrições. Os números, entretanto, são superiores aos de **2020**, o que indica uma estabilização.





Norte cresce em faturamento e pedidos

No 2T22, apenas a região **Norte** teve um crescimento significativo em faturamento (**7,3%**). A alta no número de pedidos pode indicar a chegada de novos clientes. O Sul também cresceu: **0,2%** em faturamento. Já o Sudeste teve o pior desempenho, com uma queda de **5,1%** nesse quesito.

Assim como no primeiro trimestre, o **Nordeste** é a região com maior crescimento em participação no país. Já o **Sudeste**, é a região de maior queda.

Porém, o **Sudeste** continua sendo a região com o maior faturamento e número de pedidos no Brasil, seguido pelo Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Norte, como podemos ver com mais detalhes na próxima página.

 **+7,3%**
alta no faturamento



NORTE

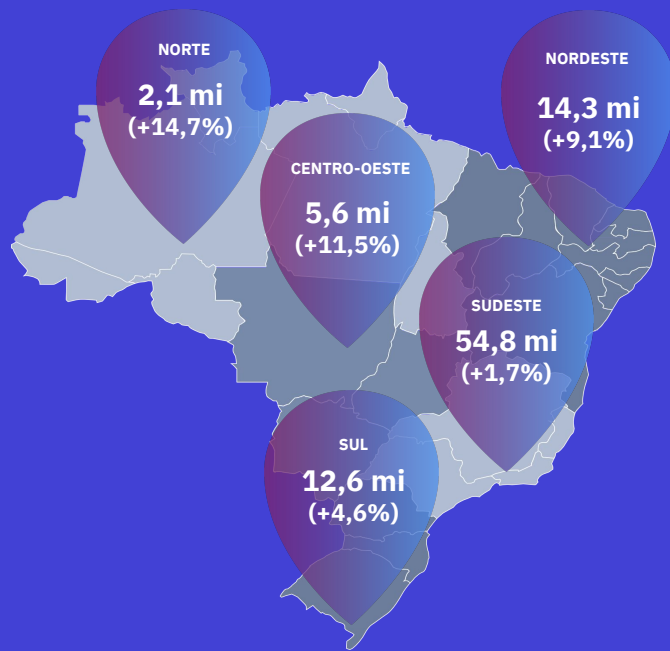
 **-5,1%**
queda no faturamento



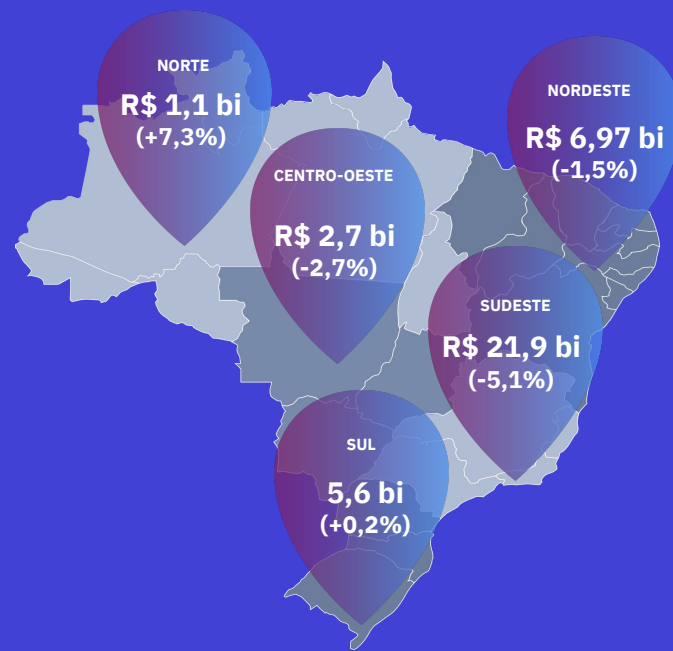
SUDESTE



NÚMERO DE PEDIDOS NO BRASIL (EM MILHÕES)



FATURAMENTO NO BRASIL (EM BILHÕES)





Telefonia segue no topo em **faturamento**

Produtos de **Telefonia** seguem liderando o ranking entre as categorias que mais faturaram no segundo trimestre de **2022** no e-commerce. A compra de celulares, entretanto, teve uma queda no período **(-19,3%)**, ao comparar com os números do primeiro trimestre de **2021**, o que pode indicar um tempo de espera maior para troca de aparelhos. Outra categoria que caiu bastante foi **Informática**.

Já o setor de **Moda e Acessórios** segue em expansão, passando da 5ª para a 4ª posição.





Moda lidera em **pedidos**, mas Saúde é o destaque

Em número de **pedidos**, o grande destaque do 2T22 é a alta de **125,2%** na categoria **Saúde**. Em **Beleza e Perfumaria** também se registrou um bom crescimento, de **9%** - um indicativo de que o autocuidado é prioridade.

Com as pessoas saindo de casa mais vezes, a categoria **Utilidades Domésticas** perdeu força, caindo **11,1%**.





Elas lideram em pedidos e faturamento

No 2T22, as mulheres consolidaram uma tendência já registrada no trimestre anterior: a liderança em faturamento. Elas foram responsáveis por **52%** do share do valor total movimentado pelo e-commerce.

As mulheres seguem na frente do número de pedidos também, com **61,4%**. Um sinal de que cada vez mais mulheres usam o e-commerce em suas rotinas, inclusive para pesquisar e adquirir produtos de ticket médio mais elevado.

De todo modo, os homens tiveram ligeiro aumento de participação (0,2 pontos percentuais) em faturamento e significativa em pedidos feitos (1,5 p.p.) em relação ao mesmo período de **2021**.

52%

(participação no faturamento total)

61,4%

(participação no volume total de pedidos)



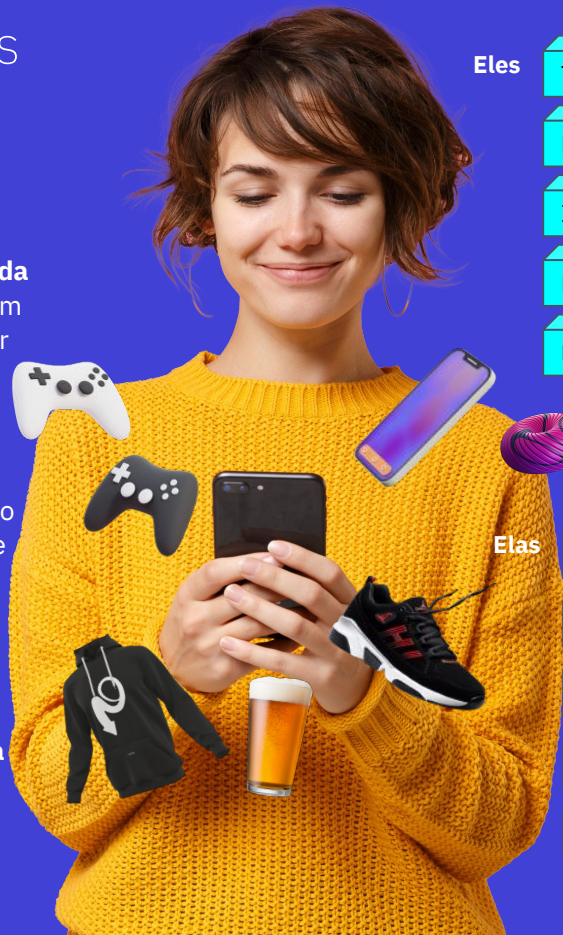


Alimentos e Bebidas estão com tudo no e-commerce!

Em mais um reflexo das retomada de atividades presenciais, a categoria **Moda e Acessórios** assumiu o quinto lugar em faturamento entre os homens, no lugar de Móveis.

Apesar de a categoria de Alimentos e Bebidas ainda não aparecer entre as mais faturadas, desde o final de **2021** o segmento vem ganhando espaço entre as mais pedidas.

No número de pedidos, inclusive, há três mudanças no top 5 entre homens e mulheres: os novos entrantes são **Alimentos e Bebidas, Saúde e Beleza e Perfumaria**.





Pessoas de 26 a 50 anos, dominam o varejo digital

Na análise por faixa etária, o grupo de pessoas de 36 a 50 anos segue com o maior volume de compras, com **33,8%** dos pedidos e **34,4%** do faturamento. Muito ativo nas redes, o grupo de pessoas entre 26 e 35 anos responde por **31,5%** dos pedidos e **32,8%** do faturamento.

A novidade é o crescimento expressivo das compras dos jovens de até 25 anos, com aumento de **1,9 pontos** percentuais (p.p.) em número de pedidos e 2,1 em faturamento.

FAIXA ETÁRIA (em anos)



até 25



26 - 35



36 - 50



51 OU MAIS

SHARE DO MERCADO

FATURAMENTO

PEDIDOS

17,4%

18,4%

32,8%

31,5%

34,4%

33,8%

15,4%

16,3%



Telefonia, Moda e Acessórios no topo

Não importa a faixa etária. Seja entre os mais jovens ou entre os mais maduros, o top 5 tanto de faturamento quanto de pedidos se repete entre os brasileiros de todas as idades nos resultados do 2T22. Em faturamento, **Telefonia** lidera. E em pedidos, **Moda e Acessórios** é líder.

O dado curioso é o crescimento de **Alimentos e Bebidas** em todas as faixas etárias. Um possível reflexo dos tempos de inflação, em que os brasileiros usam o e-commerce para pesquisar ofertas e garantir o melhor preço.

Categorias mais compradas por faixa etária (Ranking por faturamento)



até 25

Telefonia
Moda e Acessórios
Eletrodomésticos
Informática
Eletrônicos



26 - 35

Telefonia
Eletrodomésticos
Moda e Acessórios
Eletrônicos
Informática



36 - 50

Telefonia
Eletrodomésticos
Moda e Acessórios
Eletrônicos
Informática



51 OU MAIS

Telefonia
Eletrodomésticos
Eletrônicos
Informática
Moda e Acessórios

Categorias mais compradas por faixa etária (Ranking por número de pedidos)



até 25

Moda e Acessórios
Alimentos e Bebidas
Beleza e Perfumaria
Telefonia
Utilidades Domésticas



26 - 35

Moda e Acessórios
Alimentos e Bebidas
Beleza e Perfumaria
Telefonia
Utilidades Domésticas



36 - 50

Moda e Acessórios
Alimentos e Bebidas
Beleza e Perfumaria
Saúde
Telefonia



51 OU MAIS

Moda e Acessórios
Saúde
Alimentos e Bebidas
Beleza e Perfumaria
Utilidades Domésticas

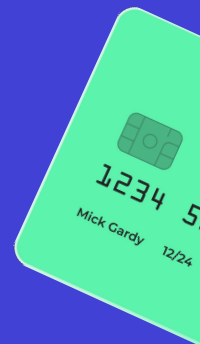
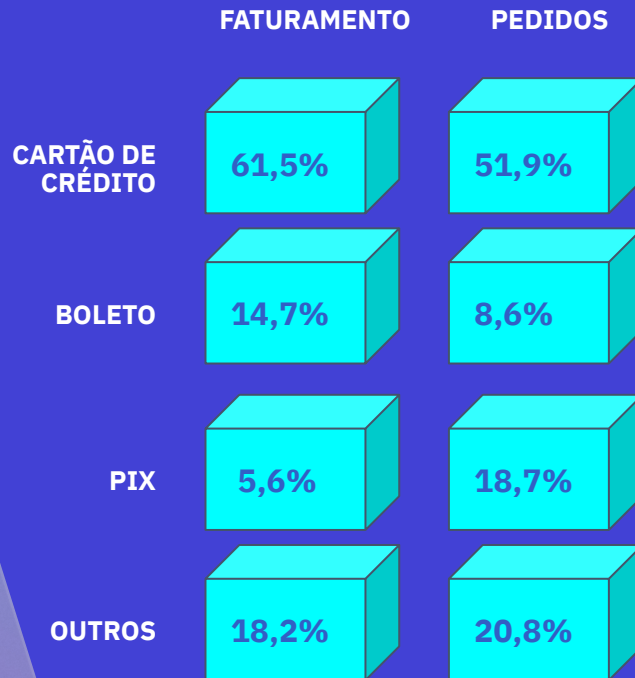


Parcelamento no topo

O cartão de crédito mantém intacta sua liderança na forma de pagamento no segundo trimestre (2T22): está no topo em faturamento (**61,5%**) e pedidos (**51,9%**). Sua participação chegou a crescer em faturamento o que pode ser explicado pelos tempos de crise econômica, em que os consumidores tendem a parcelar compras de ticket médio mais elevado.

O boleto bancário teve uma queda de **10p.p.** em faturamento e **9,6p.p.** em pedidos feitos no 2T22.

Outras formas de pagamento, como carteiras digitais e cashback, representaram uma fatia alta no e-commerce também.

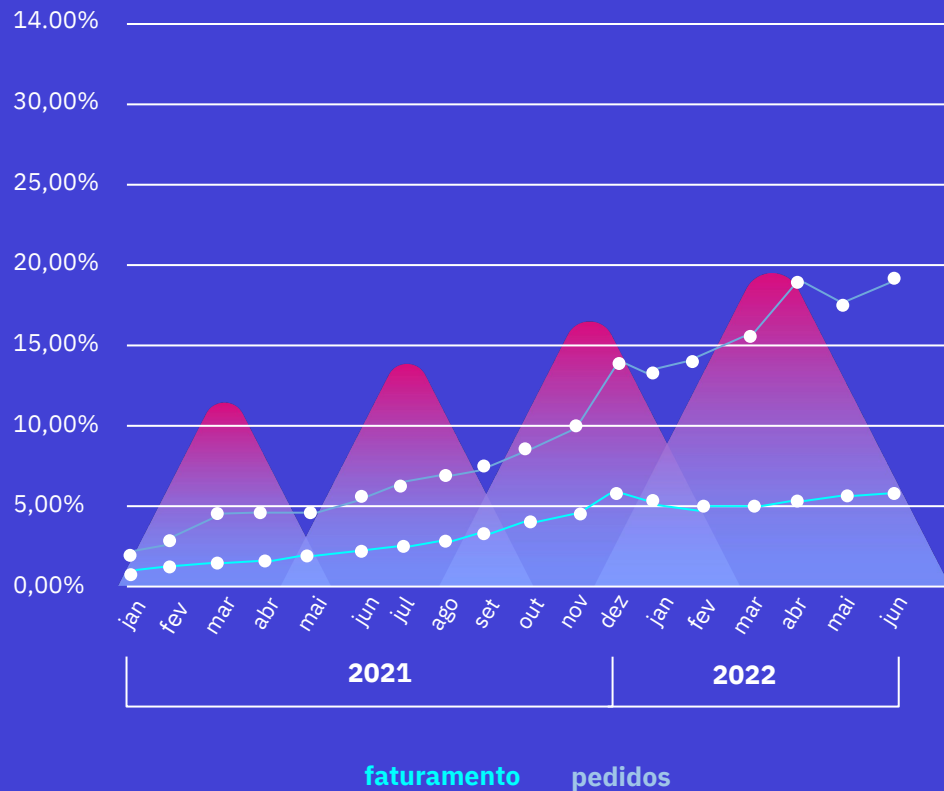




PIX tem alta significativa

Criado no final de **2020**, o PIX definitivamente caiu no gosto dos brasileiros. Sua presença no e-commerce, no entanto, tem sido mais lenta. A notícia mais interessante é que o uso do PIX continua em crescimento, especialmente em produtos de ticket médio menor.

No 2T22, a participação foi de **18,7%** no número de pedidos e **5,6%** em faturamento – considerando apenas os sellers que adotam esse sistema de pagamento.





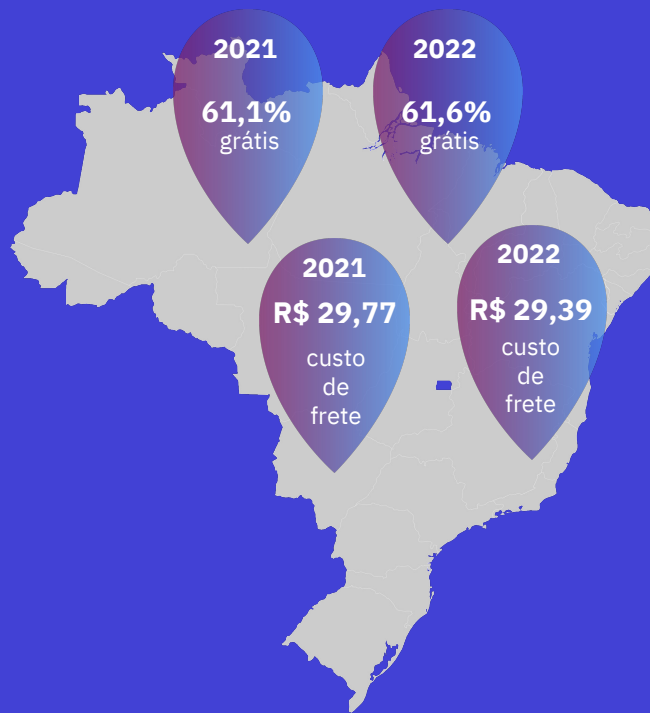
De cada 10 transações, 6 têm frete grátis

A oferta de frete grátis ainda é um dos pontos mais relevantes na tomada de decisão do consumidor. Do total das transações, **61,6%** contam com esse benefício. Destaque para o Nordeste, com frete grátis em **70,7%** dos pedidos no 2T22.

Essa oferta de valor teve queda no Sudeste, região onde o valor médio do frete é o menor do país. O número caiu exatamente 1,5 ponto percentual (1,5 p.p).

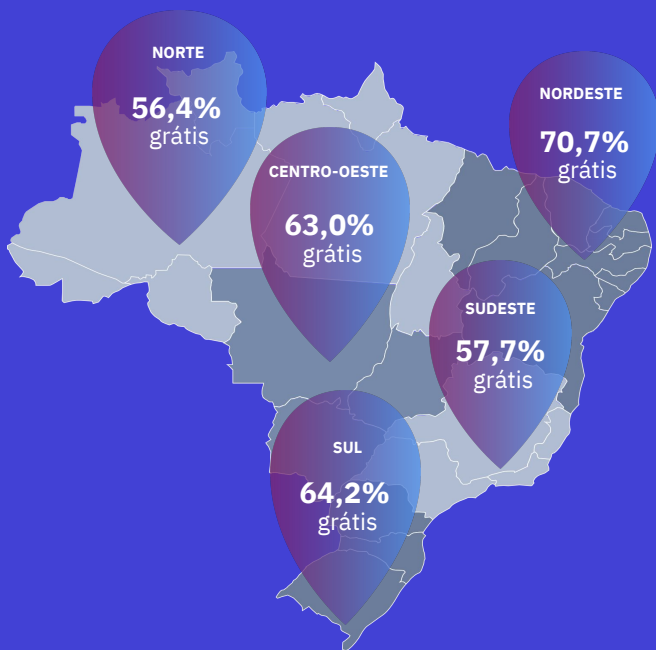
No gráfico ao lado vemos a participação de frete grátis e frete pago no país no 2T21 e 2T22, assim como o custo médio em cada trimestre. As marcações do mapa são ilustrativas. Os valores representam o Brasil por completo.

Frete no Brasil

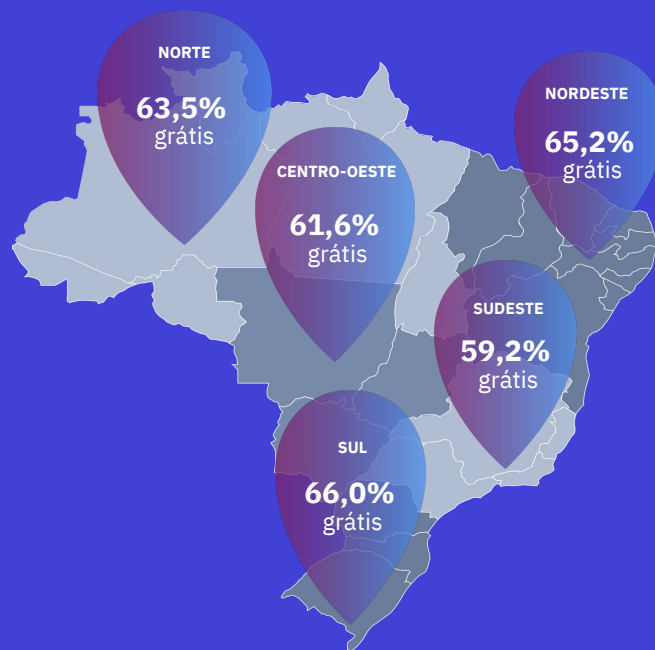




2022

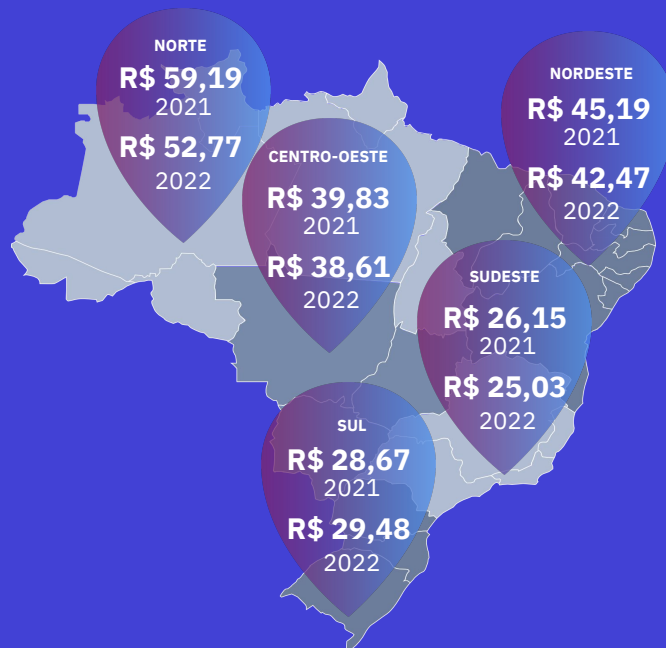


2021





CUSTO DE FRETE NAS REGIÕES DO BRASIL



2

Dia dos Namorados:
Resultados em 2022





Big Numbers

▲ **15,4**
milhões
de pedidos

▲ **+ 9,8%**
crescimento
(vs. 2021)

▲ **6,5**
bilhões de
faturamento

▲ **+ 0,3%**
aumento
(vs. 2021)

▼ **R\$ 423,6**
de ticket médio

▼ **- 8,6%**
queda
(vs. 2021)

▼ **R\$ 152,7**
de preço médio

▼ **- 5,2%**
queda
(vs. 2021)

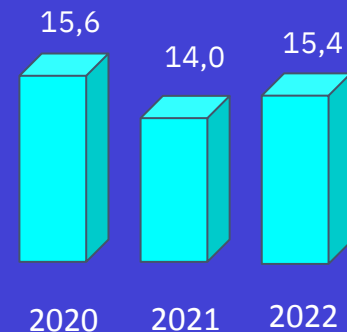


Namorados priorizam preço médio mais baixo

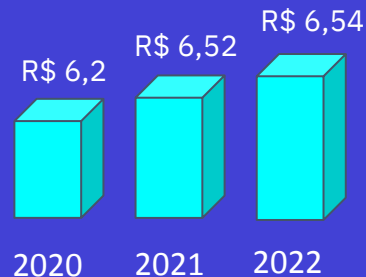
O número de pedidos no **Dia dos Namorados** teve um crescimento de **9,8%**. Já o faturamento ficou apenas **0,3%** acima do valor registrado em 2021. O resultado foi uma redução no ticket médio, caindo de **R\$ 463,65** para **R\$ 423,64** (redução de 8,6%).

Também houve uma queda no preço médio investido: de **R\$ 161,12** para **R\$ 152,71** (-5,2%). Isso indica que, diante da queda de poder aquisitivo, o consumidor foi mais criterioso, escolhendo produtos de preço mais baixo.

**Pedidos
(em milhões)**



**Faturamento
(em bilhões)**





O triunfo da Moda

Em um cenário de redução de preço médio, a categoria de Moda e Acessórios registrou no **Dia dos Namorados** um crescimento de **15,8%** no obtido em **2021**, subindo uma posição no ranking de faturamento.

O contexto também ajuda a explicar a alta de **15,6%** em faturamento e de **23%** no número de pedidos da categoria de Alimentos e Bebidas.

Um dos destaques da data vai para o crescimento expressivo da subcategoria **Bomboniere**, com variação de **186%** em faturamento.

Beleza e Perfumaria também variou positivamente: **9%** em faturamento.





51,4%

48,6%

Mulheres
compram mais

Assim como aconteceu em 2021, as mulheres tiveram maior participação no faturamento, com **51,4%** do volume investido nas compras, com **59%** dos pedidos.

Os homens representaram somente **48,6%** do faturamento e **41%** dos pedidos.

3

PMEs (Pequenas e
Médias Empresas)





PMEs

R\$ 648,9
milhões
em faturamento

▲ **+11,4%**
(vs. 2T21 |
582,5 milhões)

11,1
milhões
de produtos vendidos

▼ **-1%**
(vs. 2T21 |
11,2 milhões)

R\$ 248,8
De ticket médio

▲ **+12,48%**
(vs. 2T21 |
R\$ 221,20)

2,6
milhões
de pedidos pagos

▼ **-3,7%**
(vs. 2T21 |
2,7 milhões)

19%
De pedidos pagos
com PIX

▲ **15 p.p.**
(vs. 2T21 |
4% de pedidos pagos)



PMEs: Moda é líder em faturamento

O agrupamento analisado de categorias tem como base os dados e categorização da **Nuvemshop**, e mostra que o segmento de Moda, é em disparado o que mais faturou entre as pequenas e médias empresas.

Acessórios e **Saúde e Beleza** ficam em segundo e terceiro lugar, respectivamente, com uma folga de mais de **R\$ 28 milhões** para o quarto colocado e mais de **R\$ 32 milhões**, para o quinto lugar.

Destaque para a categoria de **Jóias**, que ocupou a quinta posição, no lugar de **Artes**, quando olhamos para o mesmo período em 2021.

Dados provenientes da base da Nuvemshop

	CATEG.	FATURAMENTO
	MODA	R\$ 257,3 milhões
	ACESSÓRIOS	R\$ 49,7 milhões
	SAÚDE E BELEZA	R\$ 49,3 milhões
	CASA & JARDIM	R\$ 20,9 milhões
	JÓIAS	R\$ 16,8 milhões

4

Projeções e
tendências para os
próximos trimestres





Brasileiro: de olho em ofertas antes da inflação

Apesar do crescimento do número de pedidos, o e-commerce brasileiro apresentou uma queda no faturamento. O ticket médio das compras realizadas entre abril e junho de **2022** foi menor que o do mesmo período em **2021**.

Uma das razões desse declínio pode ter origem na diminuição do poder de compra dos consumidores, em função do cenário econômico desfavorável.

A inflação também tem provocado mudanças no comportamento de consumo, especialmente em categorias de produtos de uso contínuo, como **Alimentos e Bebidas, Saúde e Beleza e Perfumaria**. O consumidor está de olho em ofertas que possam lhe render alguma economia.





Insights

01

PIX: crescimento acelerado

O PIX vem avançando rapidamente para tomar o espaço dos boletos, especialmente quando a escolha do consumidor é pelo pagamento à vista. Oferecer essa forma de pagamento passa a ser essencial para quem está no e-commerce.

02

Norte e Centro-Oeste acima de 2 dígitos

Os dados mostram um crescimento acima de dois dígitos no número de pedidos feitos nas regiões Norte (14,7%) e Centro-Oeste (11,5%). O Nordeste também subiu **9,3%**. Olhar para essas regiões, especialmente na logística de entrega, pode fazer a diferença.

03

Autocuidado em alta

A retomada da vida normal, pós-vacinação, levou muita gente a buscar com mais intensidade produtos nas categorias **Moda e Acessórios** e **Beleza e Perfumaria**. São segmentos que devem continuar em alta – até por terem um preço médio mais acessível.



Paulina Dias
Head de Inteligência
da Neotrust



Gostou do 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](#)



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](#)



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](#)



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

