



# 43<sup>a</sup> ed. Webshoppers

---

Versão Free



Março/ 2021



# WEBSHOPPERS

p. 2

Realizado pela **Ebit | Nielsen** desde 2001, o Webshoppers é o estudo de maior credibilidade sobre o comércio eletrônico brasileiro e a principal referência para os profissionais do segmento.

A **43ª edição** será apresentada em **3 versões**: Free, Capítulos Individuais e Premium (as duas últimas comercializadas).

Saiba mais em: [ebit.com.br](http://ebit.com.br)

Relatório desenvolvido por



## 43° Webshoppers conta com a parceria da Bexs

p. 3

### Com a plataforma Bexs, merchants internacionais oferecem uma experiência local de pagamento



Oferecemos uma solução única que combina pagamentos digitais e FX em uma só plataforma.

Aceite métodos de pagamento locais ou envie dinheiro para brasileiros sem entidades jurídicas no Brasil.

Seu negócio digital pode alcançar um mercado de 200 milhões de pessoas.

visite [bexs.com.br](https://bexs.com.br)

+ PayIn  
Aceite todos os meios de pagamento, incluindo Pix (novo)

+ PayOut  
Transfira dinheiro para pessoas e empresas no Brasil.

+ FX Banking  
Online FX rate para pricing

+ BexsData  
Mais de 35 milhões de e-shoppers em nossa base de dados

All-in-One Digital Platform



# Dividido em 3 versões

p. 4



## Free

Versão geral do relatório com as principais movimentações do **E-commerce** em 2020 versus 2019.

## Premium



Versão completa do relatório, abordando em detalhes 4 grandes capítulos: **Overview do E-commerce** (Tipos de operação, Marketplace, Categorias de produto, M-commerce, Perfil dos consumidores e regionalidades com seus deep dives), **Novos consumidores, Datas sazonais & Cross Border Trade**



## Capítulos individuais

Nesta versão, escolha um ou mais **capítulos** que forem mais relevantes para o seu negócio (é possível adquirir individualmente).



# Metodologia Ebit | Nielsen

p. 5

A **Ebit | Nielsen** classifica a **reputação das lojas online** de acordo com as avaliações dos próprios consumidores



1

## Dados transacionais

consumidor realiza a compra de um produto em uma loja conveniada Ebit | Nielsen e, automaticamente, recebemos os dados do pedido



2

## Pesquisa de compra

ao finalizar a compra, o consumidor tem a opção de responder a primeira pesquisa através do banner implementado no checkout das lojas colaboradoras online



3

## Pesquisa de entrega

de acordo com o prazo de entrega estipulado pelo lojista e com a autorização do consumidor, a Ebit | Nielsen realiza o envio da pesquisa de entrega por email



# Captura de dados Ebit | Nielsen

p. 6

## Hits banner

1

**Informação transacional**

- Quantidade de pedidos
- Total gasto
- Ticket médio
- Quantidade de produtos
- Valor do frete
- Tempo de entrega
- CEP de entrega\*
- Tipo de pagamento
- Tipo de envio (grátis ou pago)
- Categoria de produto
- Descrição do produto
- ID de transação
- Dispositivo

## Pesquisa de satisfação de compra e entrega

2

**Informação declarada**

- Dados demográficos do e-consumidor
- Gênero
- Grau
- Renda
- Frequência de compra
- NPS – Satisfação
- Seleção de produtos
- Informação do produto
- Custos de envio
- Preço
- Avaliação geral da loja
- Entrega no prazo
- Probabilidade de comprar novamente
- Acompanhamento de pedidos
- Suporte ao cliente
- Expectativas atendidas pelo produto

\* CEP com 5 números, em função da LGPD



# Definição dos 12 segmentos de lojas

p. 7

Um segmento é composto por uma seleção fechada de varejos online, classificados de acordo com o protocolo global da Nielsen\*. São consideradas as vendas totais de cada varejista/e-commerce.



## Alimentos

Lojas online com predominância de venda de alimentos, hortifrúti e bebidas - inclui lojas especializadas em suplementos alimentares.



## Automotivo

Lojas online com predominância na venda de acessórios automotivos, como rodas, pneus, faróis, alarmes de segurança, etc.



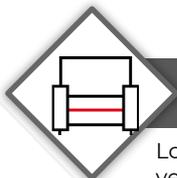
## Autosserviço

Lojas online com predominância na venda de alimentos, bebidas e produtos de limpeza para casa, exemplos: hipermercados e supermercados.



## Bebidas

Lojas online especializada na venda de bebidas, incluindo bebidas alcoólicas e não alcoólicas, como suco pronto e em pó, água de coco, vodka, cerveja, rum, conhaque, etc.



## Casa e decoração

Lojas online com predominância na venda de artigos para casa e decoração, como móveis, luminárias, acessórios para decoração, entre outros.



## Departamento

Lojas online com variedades de sortimento, caracterizada pela diversidade de categorias distintas anunciadas.

\* O critério é pelo cadastro da empresa (CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas)



# Definição dos 12 segmentos de lojas

p. 8

Um segmento é composto por uma seleção fechada de varejos online, classificados de acordo com o protocolo global da Nielsen\*. São consideradas as vendas totais de cada varejista/e-commerce.



## Esportivo

Lojas online com predominância na venda de artigos esportivos, que também oferece a venda de vestuário e equipamentos para musculação.



## Farma

Lojas online com predominância na venda de medicamentos, que também oferece cosméticos e perfumaria.



## Informática

Lojas online com predominância na venda de produtos de informática, como eletrônicos, smartphones, computadores, jogos, etc.



## Perfumaria

Lojas online com predominância de venda de cosméticos, perfumes, especializadas em cuidados para o corpo e cabelo. Não inclui lojas especializadas em suplementos alimentares.



## Petshop

Lojas online com predominância na venda de rações, medicamentos, itens de higiene, acessórios e brinquedos para animais, especializadas em cuidados para os animais.



## Roupas e calçados

Lojas online com predominância na venda de vestuário e calçados, que também oferece cosméticos, perfumaria e acessórios, como relógio, pulseira, óculos, etc.

\* O critério é pelo cadastro da empresa (CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas)



# Definição das 12 categorias

p. 9

Quais são as subcategorias que estão presentes em cada uma das categorias abaixo?

## Alimentos e bebidas

**Subcategorias:** vinho, cerveja, café, complemento alimentar, alimentos e bebidas, chocolate em barra, chá whisky, outros doces, leite

## Bebês e cia

**Subcategorias:** fralda para bebê conjunto para bebê outros artigos de moda para bebê lenço umedecido para bebê macacão para bebê cadeira para auto carrinho para bebê bebês e cia cama / mesa / banho para bebê berço

## Casa e decoração

**Subcategorias:** Cama armário / guarda-roupa outras utilidades domésticas jogo de panelas jogo de cama casa e decoração sofá / estofado mesa de jantar escrivaninha / mesa para PC cadeira

## Construção e Ferramentas

**Subcategorias:** fralda para bebê conjunto para bebê outros artigos de moda para bebê lenço umedecido para bebê macacão para bebê cadeira para auto carrinho para bebê bebês e cia cama / mesa / banho para bebê berço

## Eletrodomésticos

**Subcategorias:** Máquina de lavar roupas fogão geladeira / refrigerador fritadeira aspirador de pó / água liquidificador ventilador / circulador ar condicionado microondas cafeteira

## Eletrônicos

**Subcategorias:** TV fone de ouvido / headset eletrônicos som portátil controle remoto suporte para TV / monitor kit de som / alto-falante para automóveis pilha / bateria som automotivo outros acessórios para áudio / vídeo

## Esporte e lazer

**Subcategorias:** Suplemento bicicleta mochila outros artigos de esporte / lazer calça esportiva piscina top esportivo outros artigos para musculação esporte e lazer shorts esportivo

## Informática

**Subcategorias:** Notebook Informática Impressora Tablet Cartucho para Impressora PC Monitor Mouse HD Teclado para PC

## Moda e acessórios

**Subcategorias:** Blusa feminina moda e acessórios calça feminina calçados conjunto infantil tênis vestido camiseta masculina sandálias femininas bolsa

## Perfumaria e cosméticos

**Subcategorias:** Perfume shampoo para cabelo outros produtos para cabelo máscara para cabelo dermocosméticos tintura para cabelo secador de cabelo desodorante protetor solar hidratante para o corpo

## Saúde

**Subcategorias:** Remédios fitoterápicos outros equipamentos e acessórios hospitalares saúde álcool em gel sabonete lentes de contato outros artigos para cuidados e terapias papel higiênico sabonete líquido

## Telefonia

**Subcategorias:** Celular e smartphone aparelho de telefone capa para celular e smartphone braçadeira para celular e smartphone carregador para celular e smartphone outros acessórios para celular e smartphone bateria para celular e smartphone película para celular e smartphone carregador para walkie talkie cabo de dados para celular e smartphone



# Overview do e-commerce



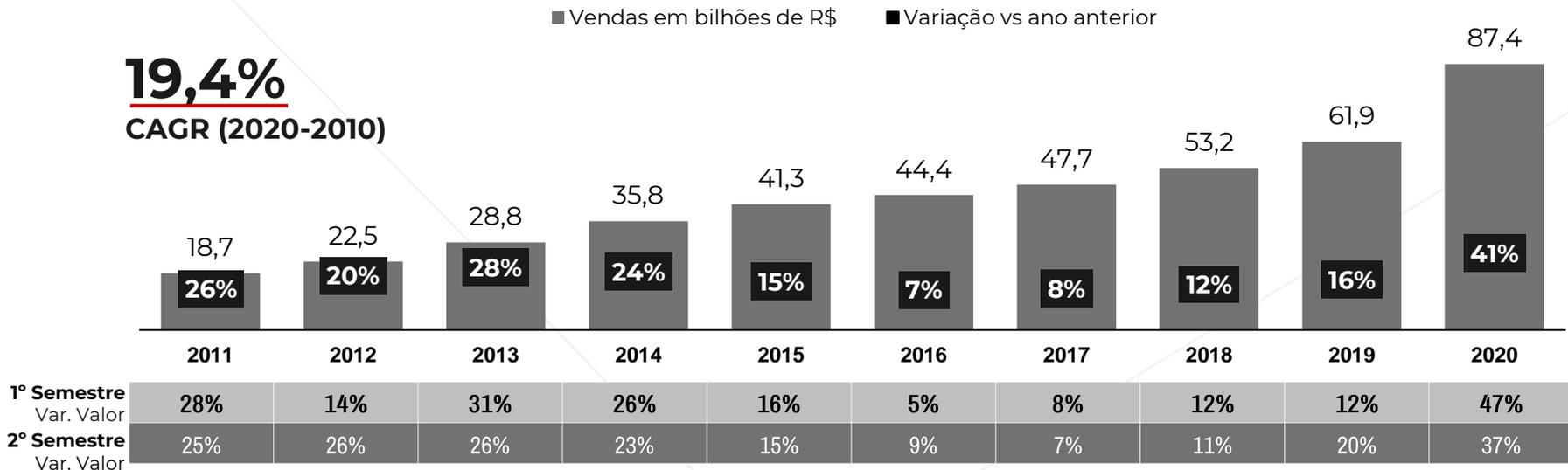


# E-commerce chega a marca histórica de mais de R\$87 Bi em vendas em 2020

p. 11

## Vendas do e-commerce

Evolução do comércio eletrônico brasileiro





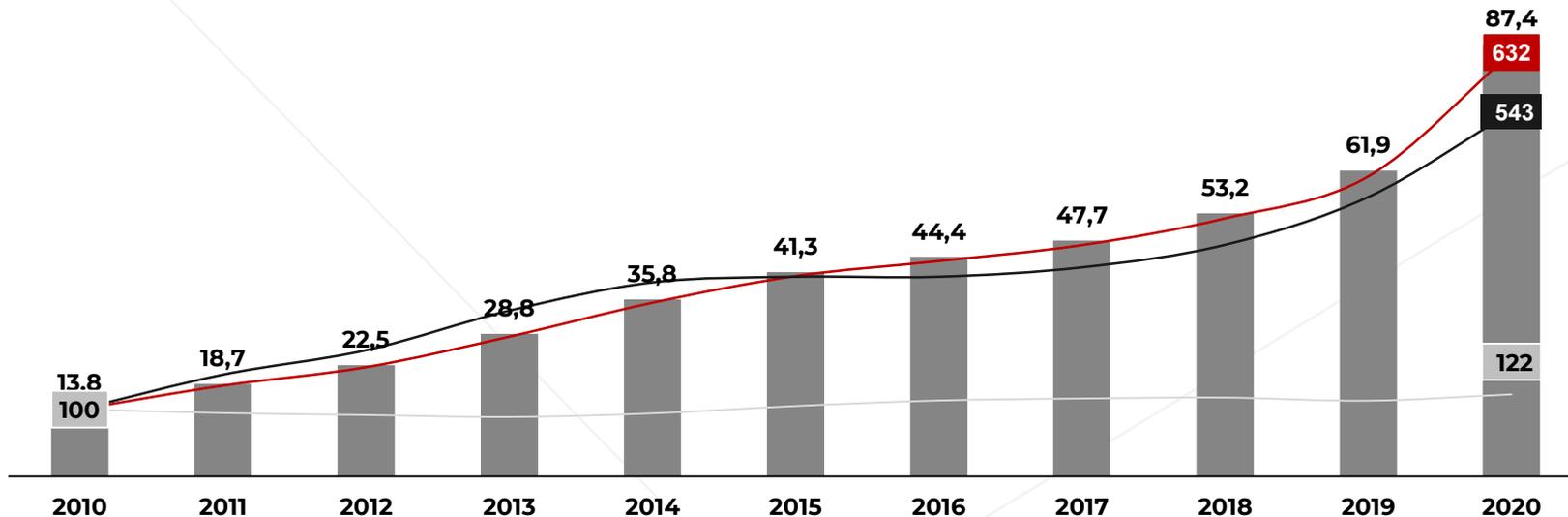
# O aumento da quantidade de pedidos é o principal motivador desse crescimento ao longo dos anos

p. 12

## Faturamento vs. Index de vendas

Index desde 2010

FATURAMENTO EM BILHÕES DE R\$ INDEX DE FATURAMENTO INDEX DE PEDIDOS INDEX TICKET MÉDIO



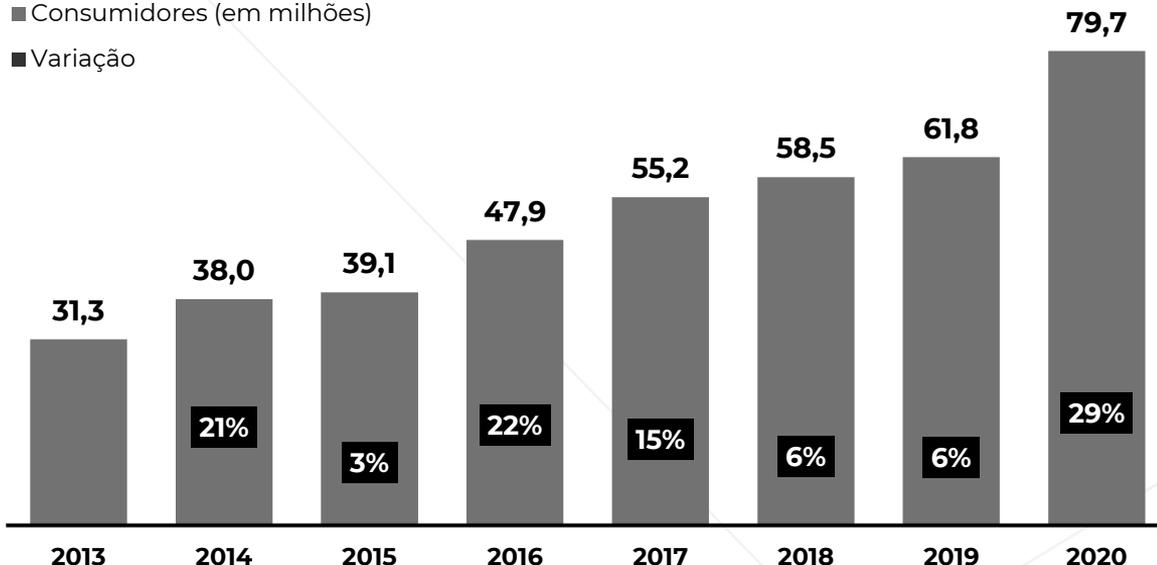


# Novos consumidores também promovem esse crescimento

p. 13

**Evolução da quantidade de consumidores do e-commerce**  
Em 2020 tivemos 17,9 milhões de consumidores a mais do que no ano anterior

- Consumidores (em milhões)
- Variação



**Novos**

**13,2 milhões**

De novos consumidores em 2020 fechado, o que representa 17% dos consumidores do ano

**23%**

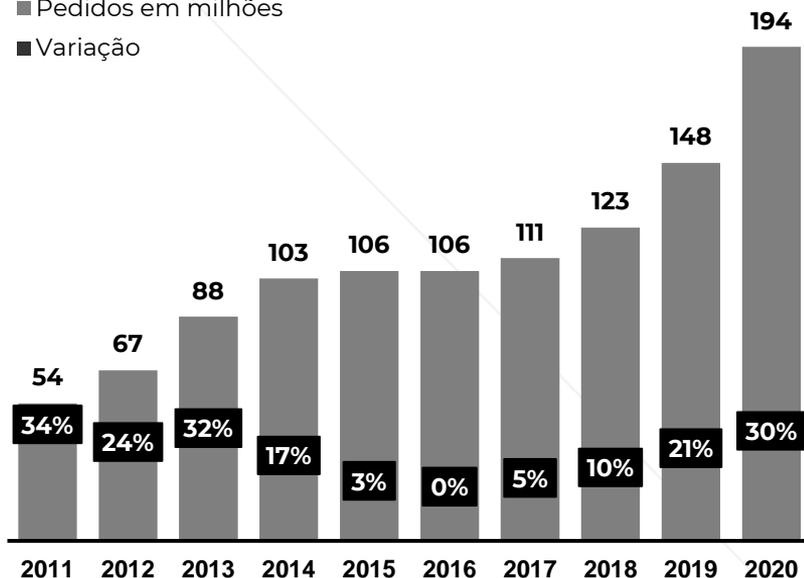
Crescimento de novos consumidores em relação ao ano anterior



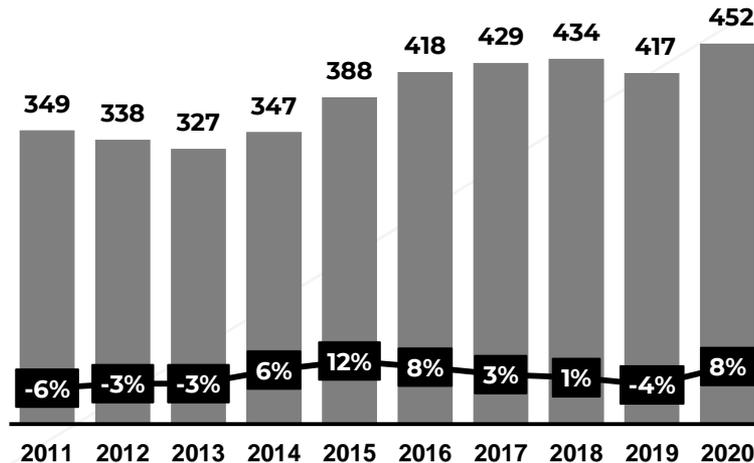
# Pedidos impulsionam o crescimento, mas este ano ticket médio também apresenta crescimento

## Evolução de pedidos e ticket médio

■ Pedidos em milhões  
■ Variação



■ Ticket médio em R\$  
■ Variação



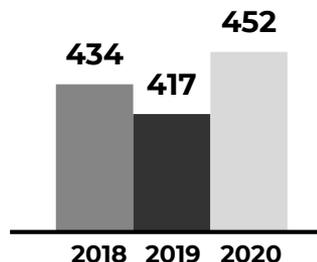


# Ticket médio de consumidores novos e recorrentes é mais parecido este ano

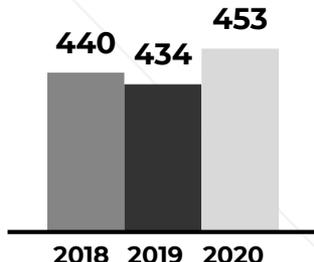
## Evolução do Ticket Médio R\$

valor médio gasto por pedido

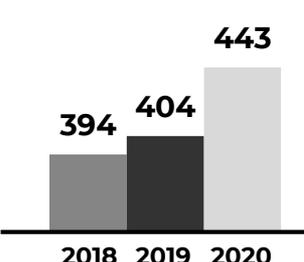
**Total**



**Consumidores recorrentes**



**Consumidores novos**



Este ano, tanto os novos consumidores quanto os consumidores recorrentes tiveram um ticket médio maior do que o ano anterior

E o ticket médio dos novos consumidores se aproximou mais do ticket dos consumidores recorrentes, saindo de um Gap de R\$ 30 para R\$10

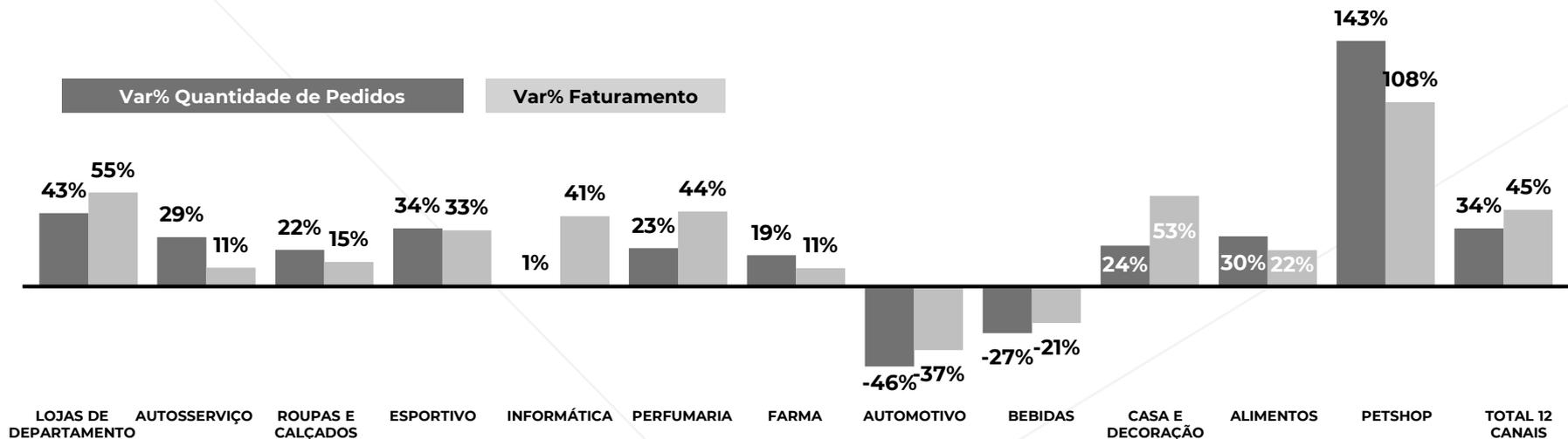


# Principais segmentos de loja tem crescimento expressivos em 2020

p. 16

## Var% do número de pedidos e faturamento 2020x2019 | Por segmento de loja

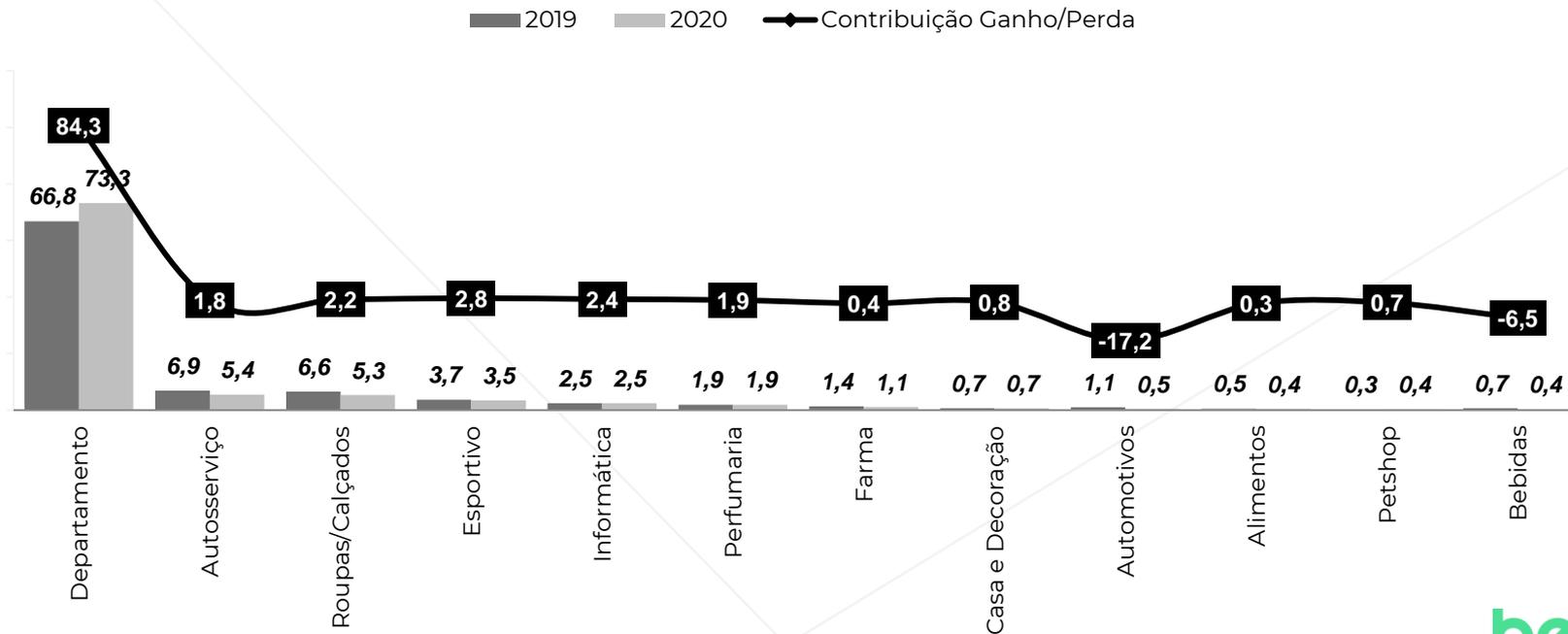
Somente os segmentos de loja Automotivo e Bebidas retraem





# Faturamento do Ecommerce fica mais concentrado, com o crescimento de lojas de departamento

## Importância para faturamento e Contribuição para crescimento | Por segmento de loja 2020vs2019



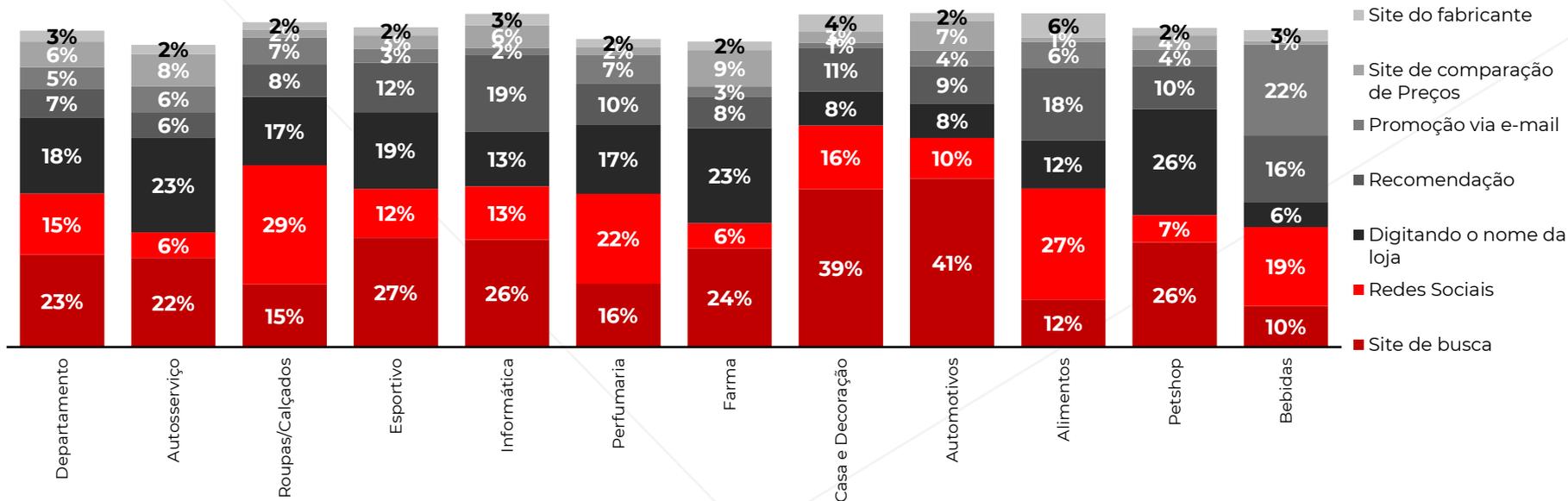


# Sites de busca e redes sociais são os principais caminhos para as lojas

p. 18

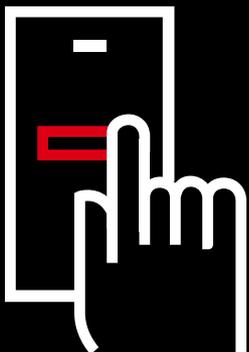
## Como você chegou nessa loja?

Por segmentação de loja - % pedidos - 2020





# M-commerce





p. 20

### Faturamento

Faturamento em R\$ 2020

**45,9Bi**

(+78% vs 2019  
+176% vs 2018)

Share 2020 em faturamento

**52,5%**

(+10,7 p.p vs 2019  
+21,2 p.p vs 2018)

### Pedidos

N. De pedidos 2020

**106,6<sub>mi</sub>**

(+56% vs 2019  
+148% vs 2018)

Share 2020 em pedidos

**55,1%**

(+8,9 p.p vs 2019  
+20,1 p.p vs 2018)

### Ticket médio

M-commerce 2020

**431**

(+14% vs 2019  
+11% vs 2018)

E-commerce 2020

**452**

(+8% vs 2019  
+4,1% vs 2018)



# Regionalidades





# Cenário Brasil 2020 vs 2019

p. 22

---

## Faturamento

R\$ 87,4 BI | +41%

---

## Ticket médio

R\$ 451,72 | +8%

---

## Frete grátis

43% (+4PP vs 2019) |  
número de pedidos  
com frete grátis  
cresceu 41%

---

---

## Pedidos

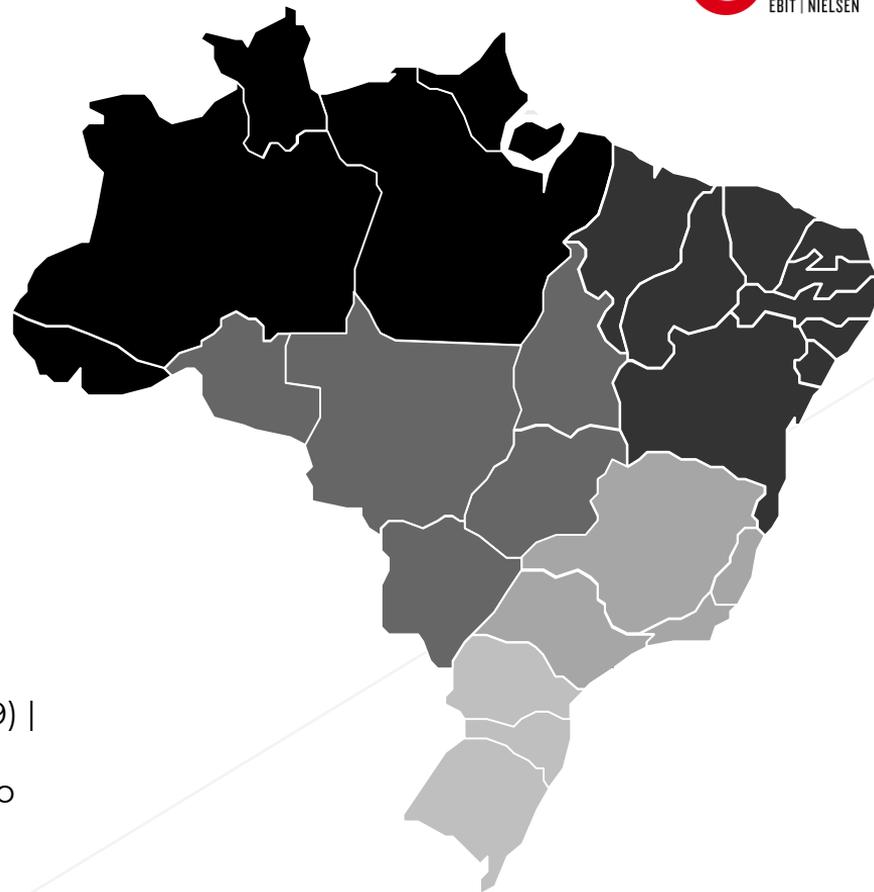
193,6 MI | +30%

---

## M-commerce

53% (+10,7PP vs 2019) |  
em faturamento,  
tendo o crescimento  
de +78%

---





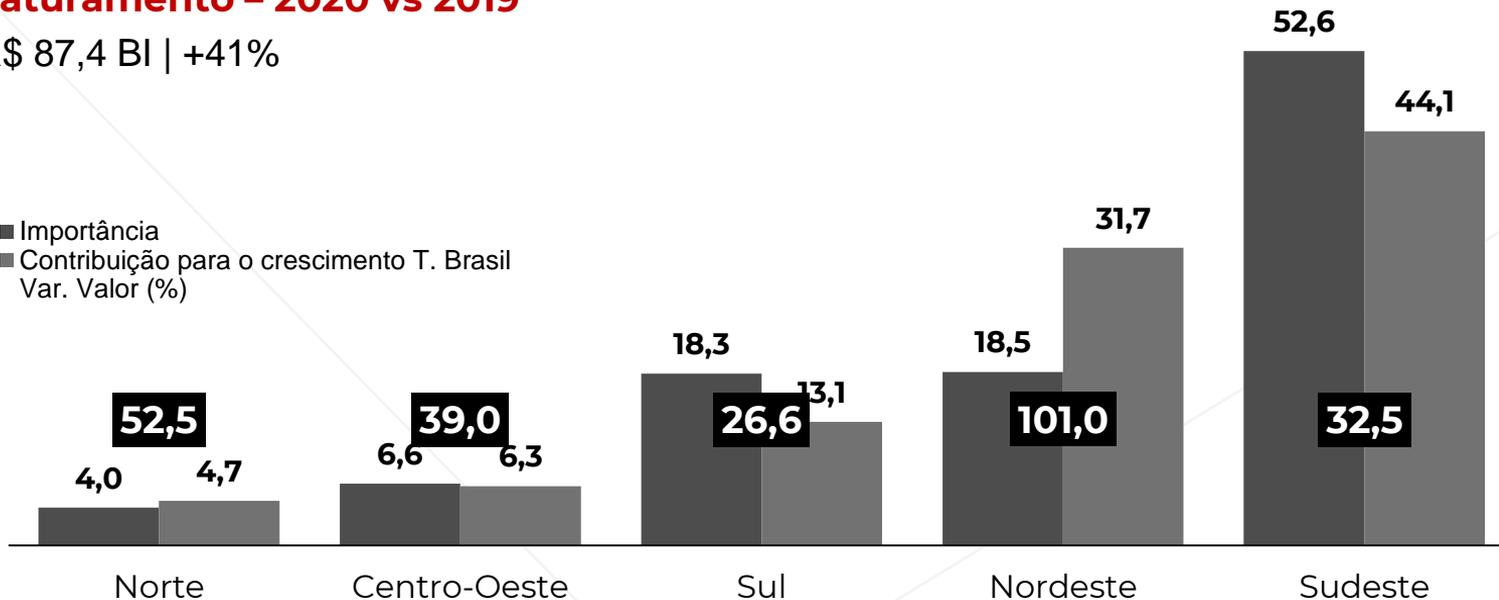
# E-commerce tem crescimento elevado em todas as regiões

p. 23

## Faturamento – 2020 vs 2019

R\$ 87,4 BI | +41%

- Importância
- Contribuição para o crescimento T. Brasil
- Var. Valor (%)





# Novos consumidores

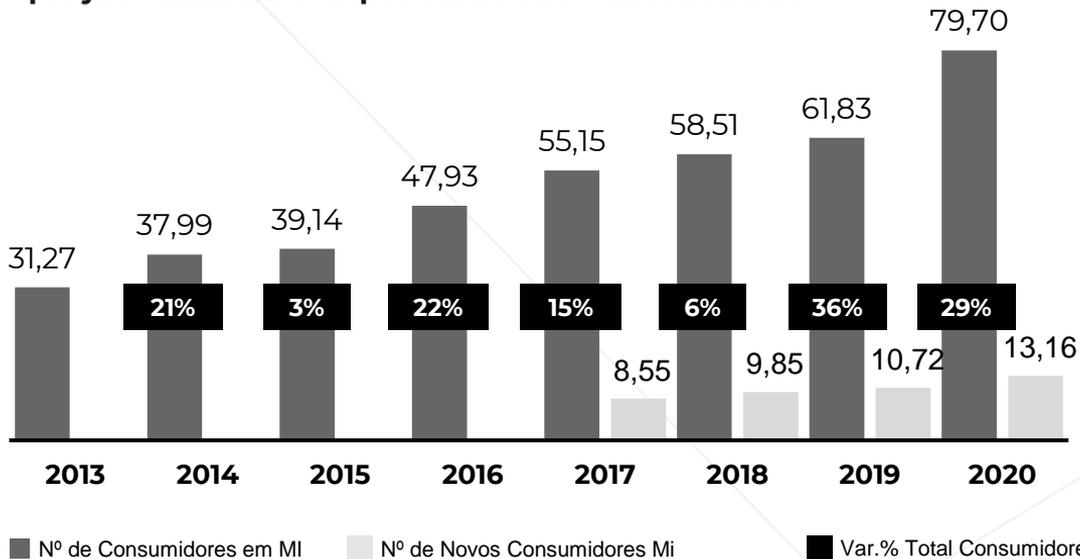


# 2020 fecha com 29% a mais de consumidores sendo 13 milhões de novos

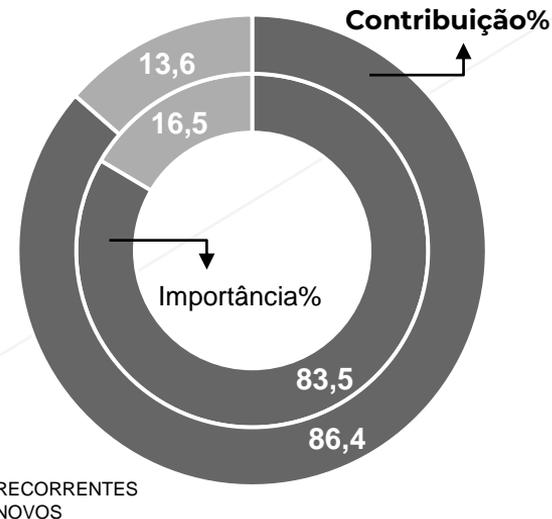
p. 25

## Evolução da quantidade de consumidores recorrentes e novos

\*Consumidores recorrentes: que já realizaram compra via internet anteriormente



## Var.% nº consumidores 20 vs. 19





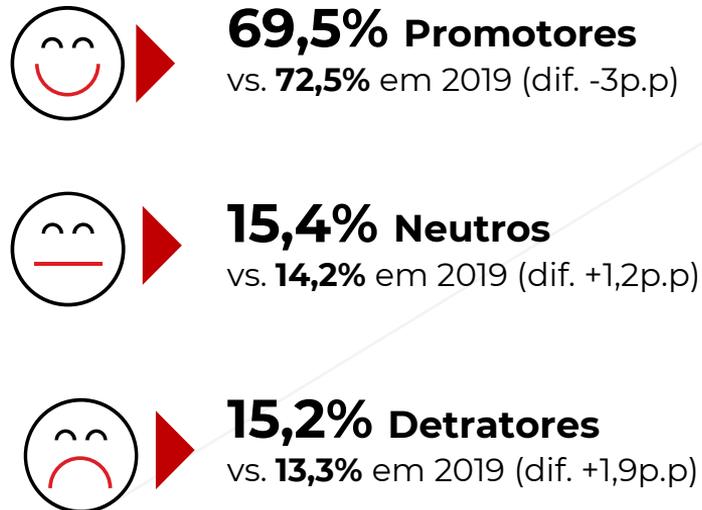
# Há uma grande oportunidade para que os novos consumidores se tornem recorrentes

p. 26

## Probabilidade de voltar a comprar



## Pesquisa NPS





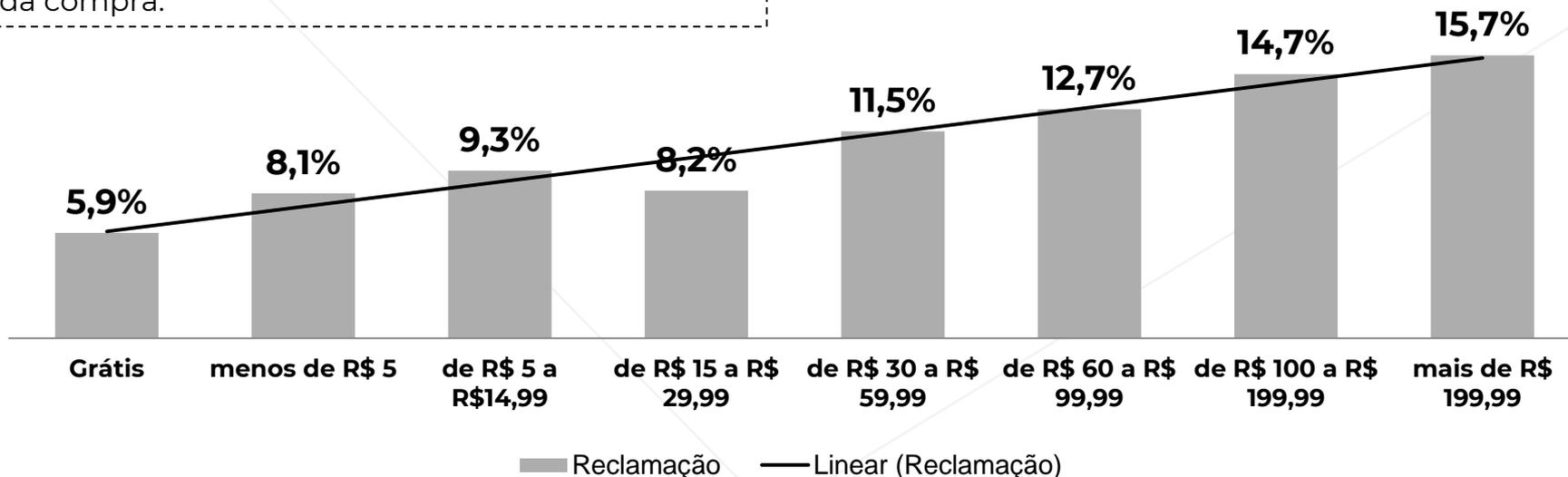
# Outro fator importante para os consumidores é o valor do frete

p. 27

## O consumidor é sensível ao valor do frete

Quanto mais ele pagou pelo frete, mais chances de ele fazer uma reclamação sobre qualquer aspecto da compra.

% de Reclamação por faixa de frete 2020





# Datas sazonais



# Dias considerados datas sazonais

p. 29

Data comemorativa	Período	Duração (dias)
Sampa Week	23/jan a 31/jan/2020	9
Dia do Consumidor	09/mar a 15/mar/2020	7
Dia das Mães	25/abr a 09/mai/2020	15
Dia dos Namorados	28/mai a 11/jun/2020	15
Dia dos Pais	25/jul a 08/ago/2020	15
Dia das Crianças	27/set a 11/out/2020	15
Semana do Brasil	04/set a 13/set/2020	10
Single Day	01/nov à 11/nov/2020	11
Black Friday	26/nov e 27/nov/2020	2
Cyber Monday	30/nov/2020	1
Natal	10/dez a 24/dez/2020	15
<b>Total de dias</b>		<b>115</b>



p. 30

# Datas sazonais têm um forte crescimento no online, impulsionado pela pandemia

Representando **34%** do faturamento do Total e-commerce

## Faturamento total 2020

**R\$87.4 BI**

Var. 20 vs. 19  
**41%**

**R\$30.1 BI**

Var. 20 vs. 19  
**33%**  
Imp. 34%

■ Total ecommerce

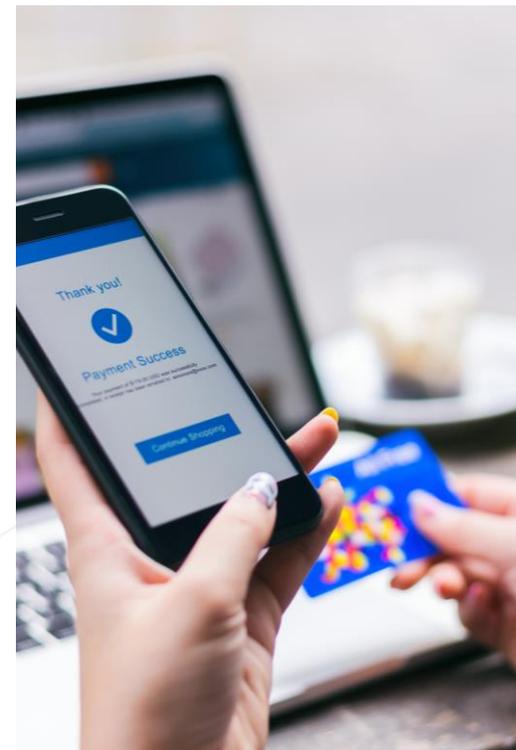
□ Datas sazonais

## Destaques

**Dia dos Namorados** apresentou o maior **crescimento** dentre as datas sazonais com 91% de crescimento em faturamento

**Dia das Mães** se destaca com **crescimento** de 64% em pedidos versus 2019

**Dia das mães** também é a data sazonal com a maior entrada de **novos consumidores**



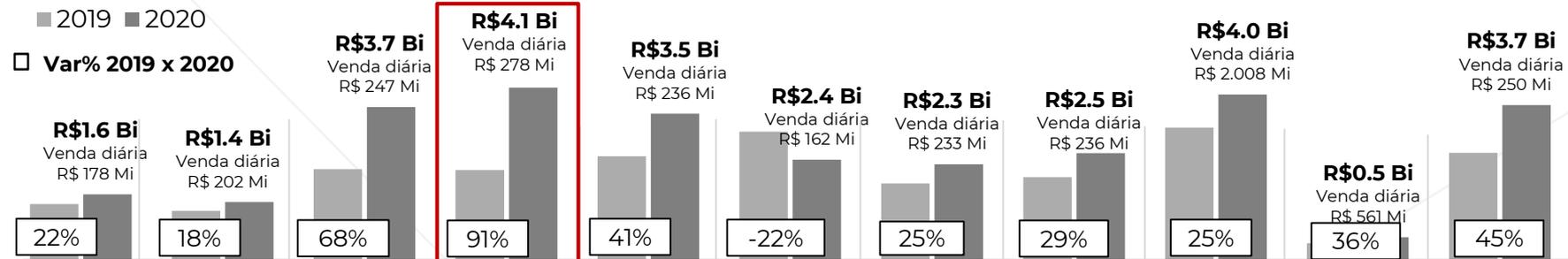


p. 31

# Impulsionado pela pandemia dia dos namorados se destaca como a data mais importante do ano em 2020

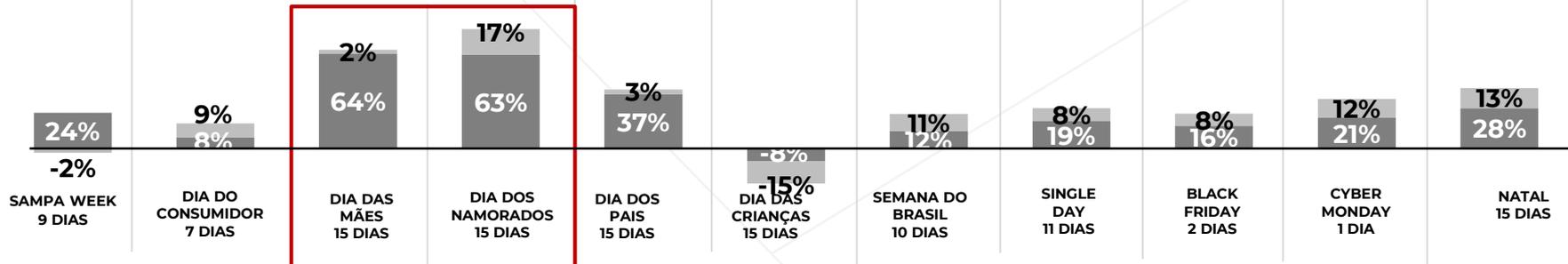
Reflexo das lojas fechadas faz com que as datas comemorativas se destaquem ao longo do ano

## Faturamento



## VAR% 2019 x 2020

■ Pedidos ■ Ticket médio

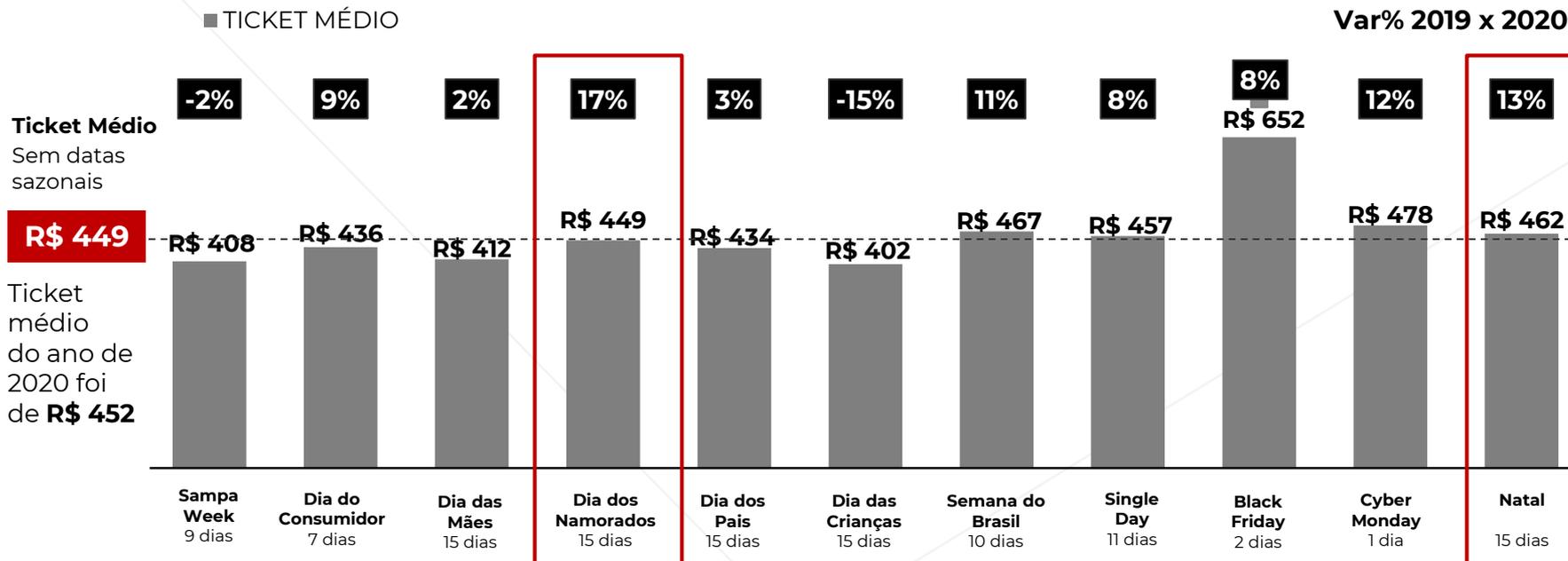




# O ticket médio das datas sazonais é similar a média do ano sem as datas em 2020

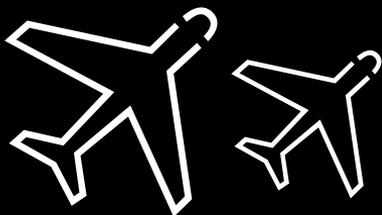
p. 32

Dia dos namorados tem a maior variação no ticket médio, seguido do Natal





# Cross Border Trade





# Metodologia | Cross Border Trade

p. 34

- Pesquisa realizada **anualmente** com o painel de consumidores online Ebit | Nielsen;
- Amostra de **3.752** respondentes no Brasil;
- Questionário com aproximadamente 20 perguntas com o objetivo de entender o **consumo dos brasileiros** em sites internacionais;
- Período de coleta: 11 á 29 de janeiro de 2021.





# Cross Border Trade cresce 76% em faturamento em 2020

p. 35

Apresentando um ganho de 4 p.p em importância vcs 2019

## Faturamento total 2020

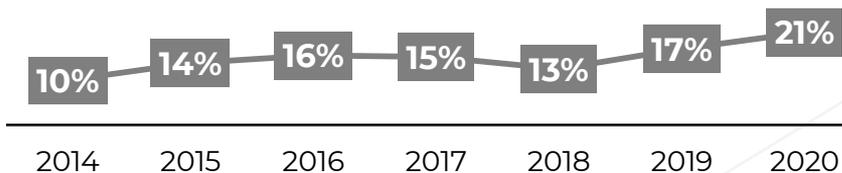


O aumento do dólar representa **15%** do crescimento de Cross Border

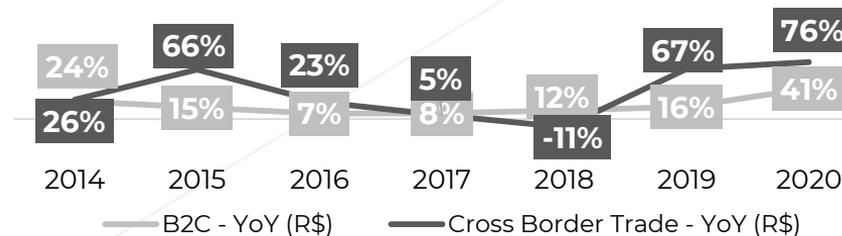
■ B2C + Cross Border Trade

□ Cross Border Trade

## Importância em faturamento | cross border trade



## Varição versus ano anterior em faturamento

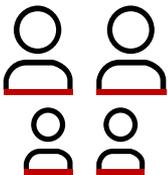


\* Dados em Reais considerando a média do dólar de cada ano para conversão



# Pedidos continua sendo o principal impulsionador para crescimento do Cross Border Trade

p. 36



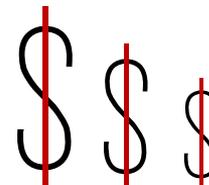
**+ R\$ 6.11 BI**

2020 teve um incremento de 9.5 milhões de consumidores, que representam **27%** do **crescimento em faturamento**



**+ 47.2 MI Pedidos**

Cross Border apresentou crescimento de **52%** em número de pedidos vs 2019, contribuindo com **72%** para faturamento



**+ R\$22,06**

O **ticket médio** por pedidos, apresentou um aumento de **15%** vs 2019, segundo maior crescimento desde 2014 e contribui com **28%** para o faturamento



# CONSIDERAÇÕES FINAIS



# O isolamento social e as restrições de circulação impulsionam o crescimento do e-commerce em 2020

Quais são os outros fatores que impactam no crescimento do e-commerce?



E-commerce chega a **marca histórica** de mais de **R\$87 Bi em vendas** em 2020;



**Isolamento social** e **restrições** de abertura do comércio **impulsionaram o crescimento** do e-commerce no Brasil;



**New shoppers** também contribuem para o crescimento, atingindo a marca de 13 milhões de new shoppers em 2020;



**Frete grátis** é um dos principais **motivadores** de compras pelos consumidores brasileiros do e-commerce.



# Dividido em 3 versões

p. 39



## Free

Versão geral do relatório com as principais movimentações do **E-commerce** em 2020 versus 2019.



Realize o **download** pelo site **Ebit | Nielsen**

Versão completa do relatório, abordando em detalhes 4 grandes capítulos: **Overview do E-commerce** (Tipos de operação, Marketplace, Categorias de produto, M-commerce, Perfil dos consumidores e regionalidades com seus deep dives), **Novos consumidores, Datas sazonais & Cross Border Trade**

VALOR: R\$ 38.064,67

## Premium



## Capítulos individuais

Nesta versão, escolha um ou mais **capítulos** que forem mais relevantes para o seu negócio (é possível adquirir individualmente).

Overview

VALOR: R\$ 26.645,27

Demais capítulos

VALOR: R\$ 15.225,87



# 43<sup>a</sup> ed. Webshoppers

Versão Free

Entre em contato conosco para maiores  
informações: [comercial@ebit.com.br](mailto:comercial@ebit.com.br)



Março/ 2021