



31ª edição WebShoppers

COMÉRCIO ELETRÔNICO CRESCE 24% EM 2014 E MAIOR ACESSO AOS SMARTPHONES AJUDA A ALAVANCAR MOBILE COMMERCE

Relatório informa ainda que 51,5 milhões de consumidores fizeram compra pela Internet no último ano, sendo 10,2 milhões de estreantes

Cresce a participação de sites internacionais na preferência dos brasileiros e os chineses se destacam por oferecer produtos com preços mais baixos

São Paulo, 04 de fevereiro de 2015 – O ano de 2014 apresentou resultado bastante positivo no comércio eletrônico brasileiro, tendo superado mais uma vez a expectativa inicial para o faturamento do setor e registrado crescimento de 24% em relação a 2013. A receita chegou a R\$ 35,8 bilhões, resultado dos 103,4 milhões de pedidos feitos, sendo 17% maior que do ano anterior. Essas e outras informações compõem o **31º WebShoppers**, relatório sobre o comércio eletrônico brasileiro divulgado hoje, dia 04, pela **E-bit**, empresa especializada em informações do comércio eletrônico.

Ao todo, o Brasil soma 61,6 milhões de e-consumidores únicos, aqueles que já fizeram ao menos uma compra online. Em 2014, 51,5 milhões estiveram ativos e, destes, os entrantes, aqueles que tiveram sua primeira experiência, eram 10,2 milhões. O tíquete médio foi de R\$ 347, valor 6% acima do registrado em 2013. Até o final de 2015, a E-bit prevê que o e-commerce alcance um faturamento de R\$ 43 bilhões, 20% maior que o último ano.

“A cada ano percebemos um amadurecimento maior do setor de e-commerce no Brasil. Tanto as lojas estão melhorando a experiência de navegação e compra em seus sites, como os consumidores estão confiando mais e aproveitando esta praticidade com as diversas vantagens que a compra online oferece, como descontos, variedade de produtos e entrega em casa”, explica o diretor executivo da E-bit, Pedro Guasti.

Categorias mais vendidas

Moda e Acessórios continua sendo a categoria que mais vende pela Internet, com 17% de participação no volume de pedidos. Em seguida, estão Cosméticos e Perfumaria/Cuidados Pessoais/Saúde (15%), Eletrodomésticos (12%), Telefonia e Celulares (8%) e Livros/Assinaturas e Revistas (8%), para completar as cinco primeiras.

Mobile commerce já chega a 9,7%

Com cada vez mais pessoas tendo acesso a smartphones e tablets, o mobile commerce, ou seja, as vendas realizadas por meio de aparelhos móveis via browsers, representa atualmente 9,7% das compras pela Internet no País. A maior parte dessas transações são originadas de smartphones (56%), de acordo com o registrado no final do ano, tendo superado o uso dos tablets (que iniciou o ano com 60%) para esta finalidade.

O perfil do consumidor mobile traz as classes A e B como as que mais consomem com a plataforma (62%), ante as classes C e D (27%). Este consumidor tem, inclusive, a renda média maior, se compararmos com a daquele consumidor apenas do e-commerce, sendo R\$ 6.128 contra R\$ 4.378.

Quanto ao sexo e idade, as mulheres são quem mais compram por smartphones ou tablets, representando 56% desse público. A média de idade deste consumidor é de 40 anos, sendo a faixa etária que mais realiza compras vai de 35 a 49 anos (39% delas e 38% deles).

“As pessoas estão criando esse hábito, de entrar numa loja online e visualizar os produtos pela tela pequena. O consumidor tem a conveniência de estar dentro de um shopping center e poder pesquisar os preços em outras lojas pelo comparador de preços e decidir pela melhor compra, esteja onde estiver”, reforça Guasti.

Aumento de compras em sites internacionais

Os sites internacionais cresceram na preferência dos brasileiros quando o assunto é adquirir um produto pela web, e as razões são os preços mais baixos, a não disponibilidade do produto buscado em sites nacionais e por este ainda não ter sido lançado pelas lojas locais. Atualmente, 4 em cada 10 brasileiros efetuaram alguma compra nessas lojas virtuais, no último ano. Somente os sites chineses representam 55% da última transação realizada, quando a pesquisa foi respondida pelos consumidores, no final de 2014.

Os produtos mais consumidos se encaixam nas categorias Moda e Acessórios (33% de participação), Eletrônicos (31%) e Informática (24%). A proporção daqueles que precisaram pagar frete para essas compras caiu de 4 em cada 10 para 3 em cada 10, e isso se deve principalmente aos sites chineses, que oferecem maior isenção dessa cobrança.

Com a força dos sites da China, o gasto anual médio baixou para US\$ 163,21, visto que o valor gasto nesses sites é menor do que nos sites internacionais. No início do ano, num estudo anterior, o gasto anual médio era de US\$ 214,40. Ao total, em 2014, as compras feitas por brasileiros em sites internacionais chegaram a R\$ 6,6 bilhões, o que equivale a 18% do total de faturamento dos sites brasileiros de e-commerce.

Satisfação do cliente pelo índice NPS em sites internacionais

Apesar de se manter estável em relação ao que foi avaliado no início de 2014, o NPS (índice que mede a satisfação e a fidelização dos clientes em compras online) para os sites internacionais ficou em 23% e menor ainda, 13%, com relação aos sites chineses. Um dos motivos de insatisfação para tal é o atraso na entrega. O número é bem abaixo do avaliado para as lojas virtuais

brasileiras, que tiveram NPS de 63% como ponto mais alto, terminando o ano com 57%.

Índice FIPE aponta queda média dos preços

O relatório WebShoppers tem o apoio da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (**Camara-e.net**) e da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (**FecomercioSP**), na divulgação dos dados para o mercado. “Os dados da pesquisa reafirmam tendências já existentes, como m-commerce, e reforçam categorias muito sólidas, mesmo em um momento de economia adversa”, diz Ludovino Lopes, presidente da Camara-e.net. “O ano de 2015 será importantíssimo para o desdobramento desses novos vetores, sinais claros do aumento da competitividade e capacidade de expansão do e-commerce no Brasil”, finaliza.

Pelo Índice FIPE/Buscapé, relatório mensal que analisa os preços praticados no comércio eletrônico brasileiro, considerando um período de 12 meses, de janeiro a dezembro de 2014, entre aumentos de preços no início do ano e variações negativas subsequentes, o registro médio mensal foi de -0,48%.

Dos dez grupos pesquisados, sete apresentaram quedas de preço e três, aumentos, havendo expressiva diferença entre os grupos de produtos que compõem o índice, que vai de uma queda de -12,96%, em Telefonia, a um aumento de 1,94% em Cosméticos e Perfumaria. Dada a importância dos produtos importados no e-commerce brasileiro, a continuidade dessa tendência de queda anual dos preços depende significativamente do quanto será a valorização do dólar frente ao real.

O relatório completo estará disponível para download gratuito a partir desta quinta-feira, 05 de fevereiro, no site www.ebit.com.br/webshoppers.

INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA:

Sobre a E-bit (www.ebit.com.br):

Destaque no desenvolvimento do comércio eletrônico no Brasil, sendo reconhecida como a mais respeitada fonte de informações de e-commerce, com mais de 20 milhões de pesquisas coletadas desde 2000, em mais de 20.000 lojas virtuais afiliadas. A partir de 2008, amplia sua atuação na América Latina nos seguintes países: Argentina, Chile, Colômbia e México.

Divulgação de dados da e-bit

A **E-bit** solicita que seja indicada como fonte de informação em qualquer press release, artigo de opinião, editorial ou matéria jornalística que mencione dados coletados em seus estudos sobre o mercado brasileiro de e-commerce, em especial ao relatório WebShoppers.

Reforçamos que os dados são de propriedade da **E-bit** e, portanto, a imprensa deve sempre informar qual a fonte, a fim de reforçar a credibilidade da informação e evitar que os dados divulgados pela empresa sejam atribuídos a outras fontes.

A **E-bit** está à disposição através da assessoria de imprensa do Buscapé Company.

Buscapé Company

Cíntia Yamashiro (cintia.yamashiro.ext@buscapecompany.com)

Tel.: 55 11 3848-8700 x 9121

FirstCom Comunicação

Luis Claudio Allan (luisclaudio@firstcom.com.br)

Lucas Paschoal (lucas@firstcom.com.br)

Tel. : 55 11 3034-4662