

E-commerce

2023



E-commerce

Ano

2023

O comércio eletrônico (e-commerce) consiste na compra e venda de mercadorias ou serviços por meio da internet, onde as chamadas lojas virtuais oferecem seus produtos e formas de pagamento on-line. O comércio eletrônico é um meio facilitador dos negócios, tornando o processo de venda seguro, rápido e transparente, o que estimula a competitividade entre as empresas.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de captar a adesão, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do comércio varejista do estado de Minas Gerais em relação ao mercado de vendas virtuais.

56,7% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais possuem presença on-line

Ao todo, 56,7 % das empresas possuem presença on-line. Dessas, 35,6% também vendem pela internet. Boa parte (43,8%) trabalha com vendas on-line há 5 anos ou menos, tendo 23,6% iniciado de um a dois anos, enquanto 17,5% já atuam há mais de 5 anos.

As vendas são feitas através do Whatsapp Business por 50,0% das empresas que vendem pela internet, nas redes sociais (Instagram, Facebook e Messenger) por 85,0% e em marketplaces (Mercado Livre, Magazine Luiza, Shopee e outros) por 16,3%. Na versão anterior, os percentuais foram 66,5%, 59,3% e 13,8%.

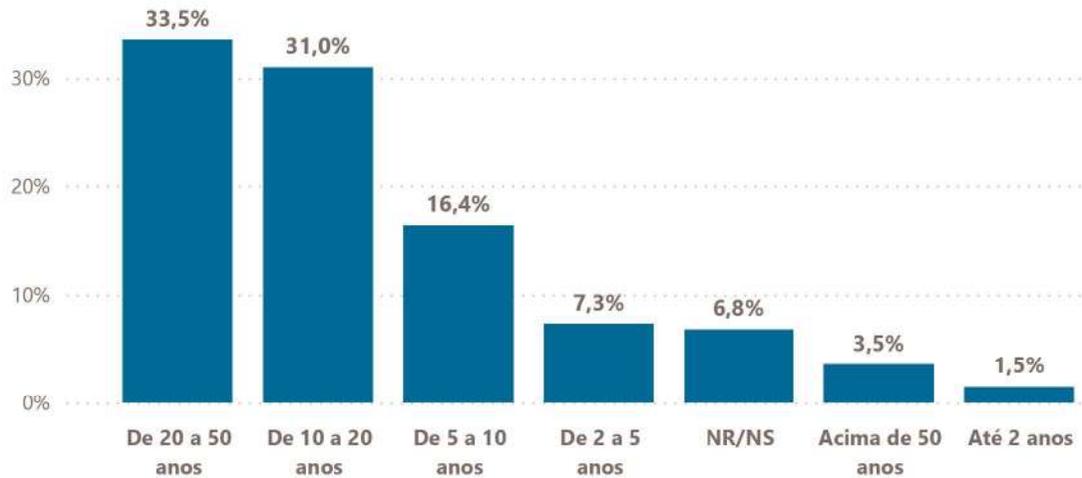
Mão de obra especializada é apontada por 51,3% dos empresários como um dos principais desafios na gestão do e-commerce, seguido de concorrência (8,8%) e logística (7,5%). Há ainda aqueles que não possuem desafios (51,3%)

Ainda, 53,8% dessas empresas comercializa de forma on-line para fora de suas cidades, 36,3% para fora do estado e 5,0% para outros países.

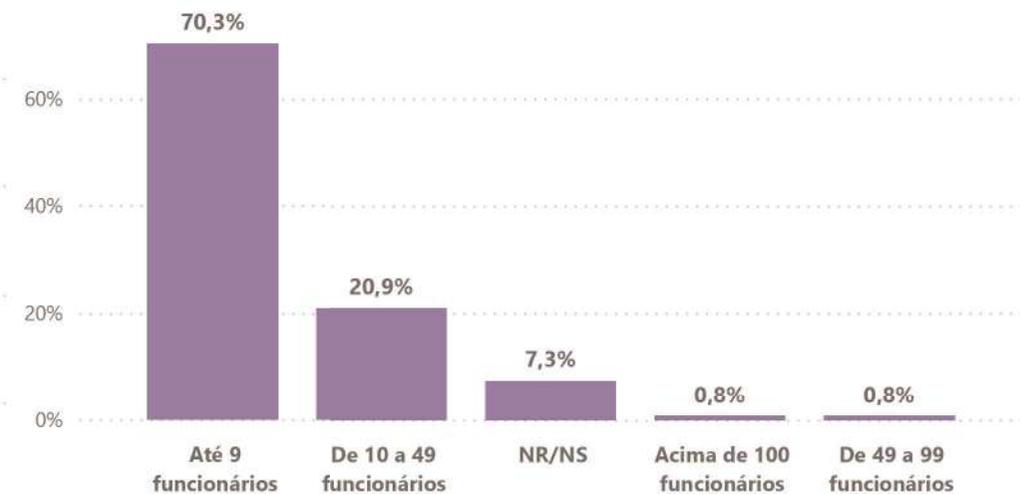
Perfil das empresas

Ano
2023

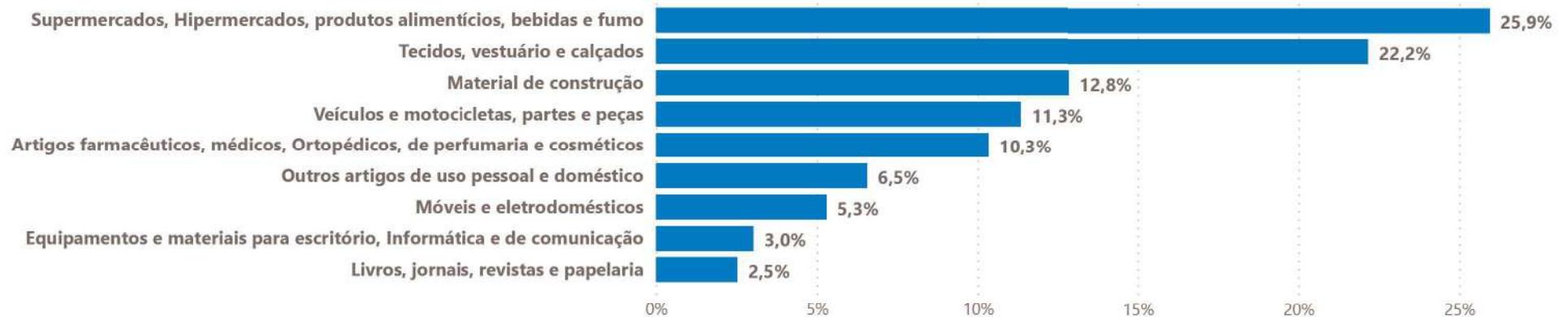
Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Quantos funcionários têm a sua empresa?



Segmento de atuação

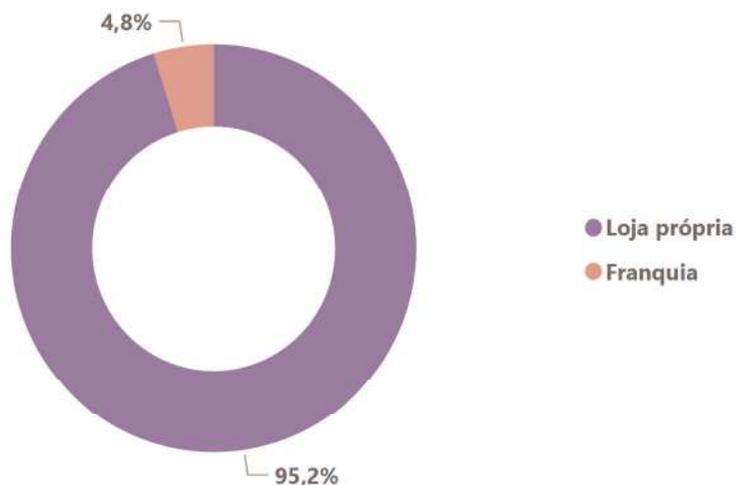


Perfil das empresas e presença on-line

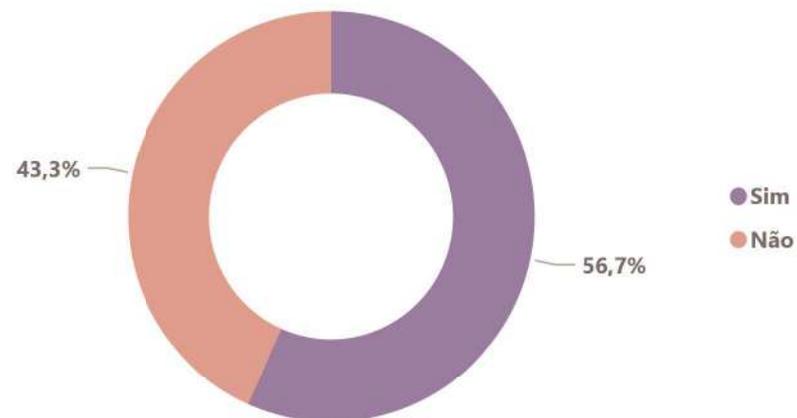
Ano

2023

Sua loja é própria ou franquia?



Sua empresa possui presença on-line?



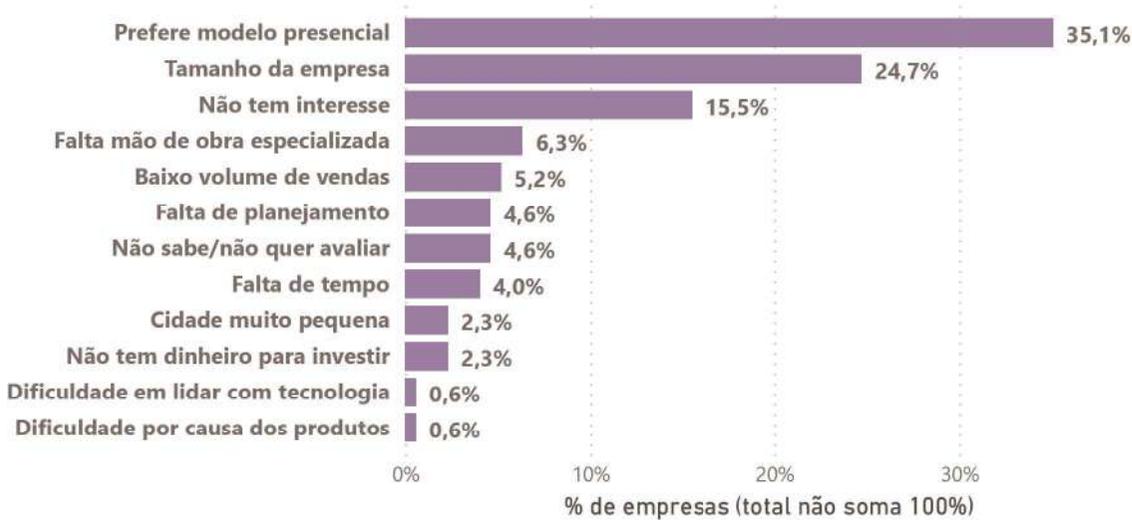
Quase 95,2% das empresas do comércio são loja própria e, aproximadamente, 4,8% são franquias.

A maioria das empresas (56,7%) possui presença on-line.

Presença on-line

Ano
2023

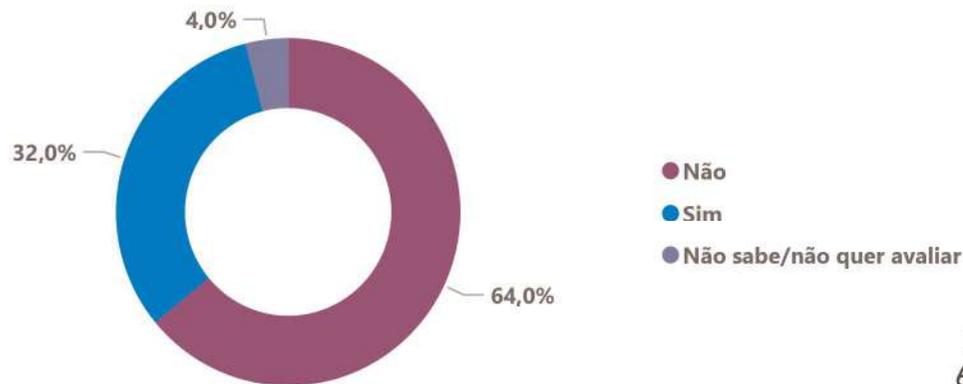
Por que não possui presença on-line?



Tem pretensão em atuar com vendas online?



Gostaria de ajuda para iniciar atuação online?



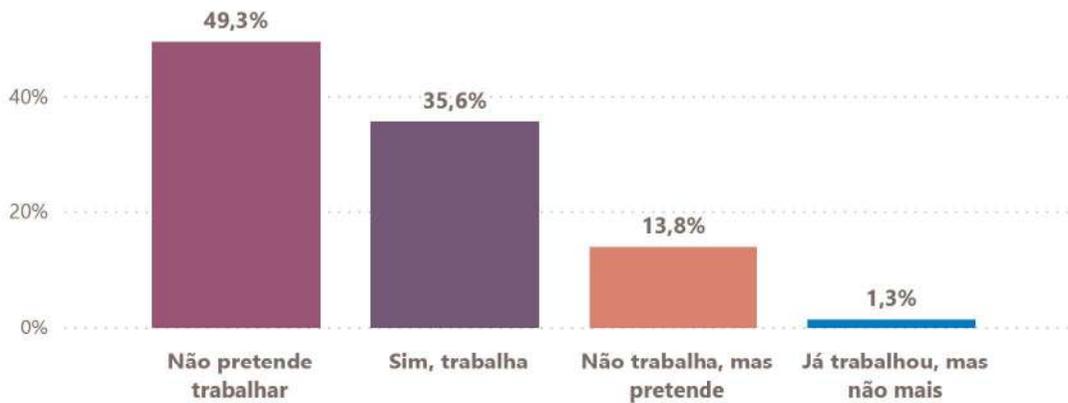
As empresas que não possuem presença on-line apresentaram um ou mais motivos para tal. Entre esses motivos, o que mais se destacou é a preferência pelo modelo presencial, seguido do tamanho da empresa, não ter interesse e falta de mão de obra especializada. Com isso, a maioria dessas empresas não tem intensão em atuar com vendas on-line, enquanto 11,1% pretendem iniciar após 12 meses e 3,5% nos próximos 12 meses.

Entre as empresas que pretendem iniciar vendas on-line, 32,0% gostariam de ajuda e 64,0% não gostariam de ajuda. No ano anterior, 46,5% disseram que gostariam de ajuda.

Vendas on-line

Ano
2023

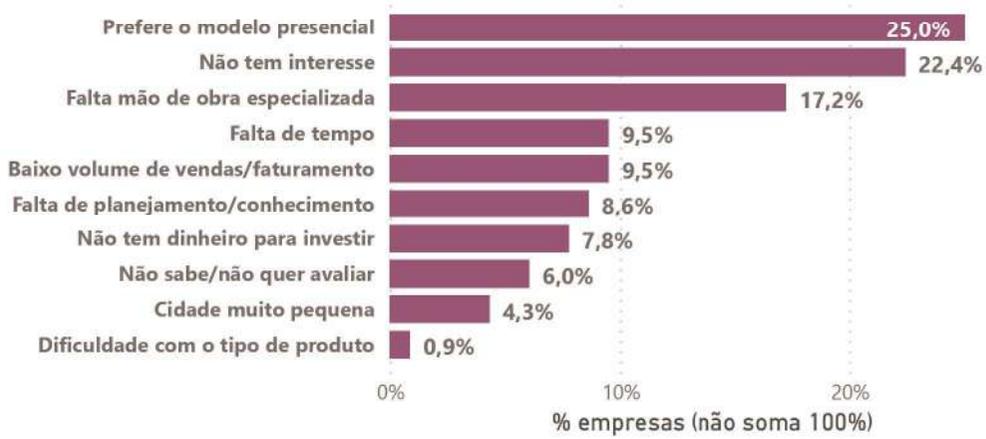
Sua loja trabalha com vendas pela internet (vendas pelo Whatsapp, Intagram, marketplaces e/ou site próprio)?



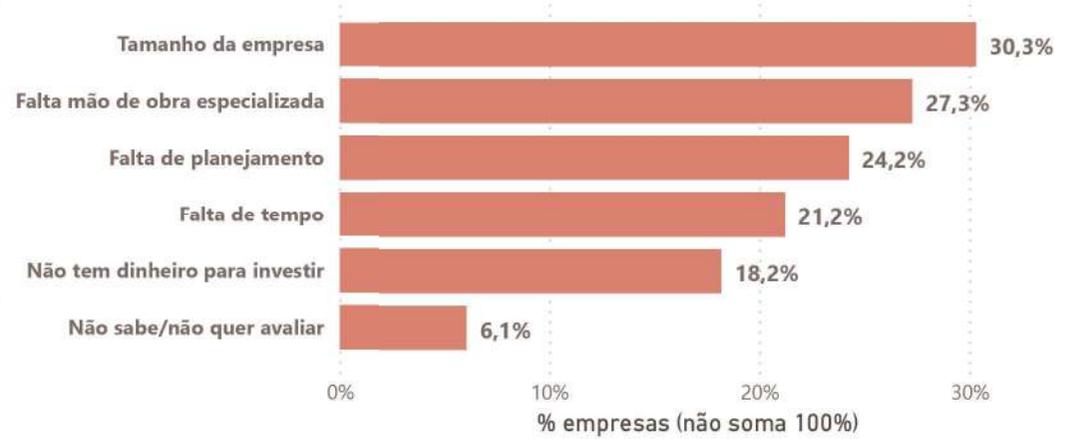
Por que trabalha com e-commerce?



Por que não trabalha com e-commerce?



Por que ainda não trabalha com e-commerce?



Vendas on-line

Ano

2023

Entre as empresas que possuem presença on-line, 35,6% vendem pela internet, frente a 74,89% que informaram que vendiam no ano passado, 13,8% não trabalham, mas pretendem, enquanto que 49,33% pretendem manter apenas a presença on-line, sem trabalhar, enquanto no ano anterior esse percentual foi de 15,7%.

Demanda do consumidor, tendência e aumentar a capilaridade foram os motivos mais indicados por 56,3%, 35,0% e 15,0% dos estabelecimentos que trabalham com e-commerce, respectivamente.

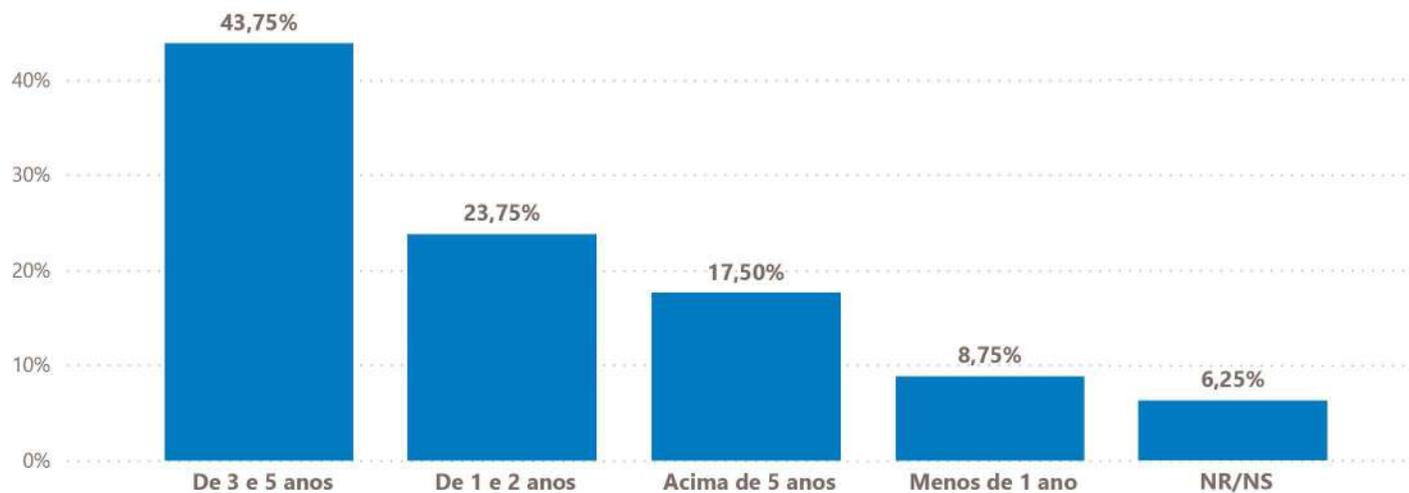
Para muitos daqueles que ainda não trabalham com e-commerce, isso se deve pelo tamanho da empresa (30,3%), falta de mão de obra especializada (27,3%), além de outros motivos como falta de planejamento (9,52%) e de tempo (9,52%). Já para os estabelecimentos que não pretendem vender on-line, a preferência pelo modelo presencial foi o motivo mais recorrentemente apontado.

Vendas on-line

Ano

2023

Há quanto tempo o(a) Sr(a). vende pela internet?



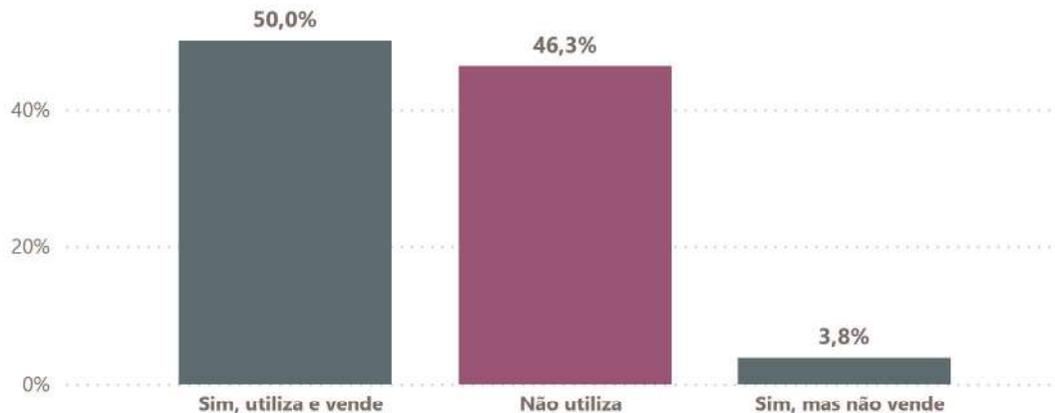
A maioria das empresas trabalham com vendas on-line entre 1 e 5 anos (67,5%), enquanto 17,5% trabalham há mais de 5 anos.

Presença online - Whatsapp Business

Ano

2023

Sua empresa utiliza o WhatsApp Business (comercial)? Se sim, vende nele?



Grande parte das empresas que possuem presença on-line utilizam o Whatsapp Business e vende através dele, enquanto que 3,8% utiliza, mas não vende.

O uso do Whatsapp é marcado por ações de venda, em que as empresas fecham a venda e recebem por outro meio de pagamento, fecham a venda e recebem pelo próprio Whatsapp e fecham a venda e mandam o cliente para finalizar a compra através de seus sites.

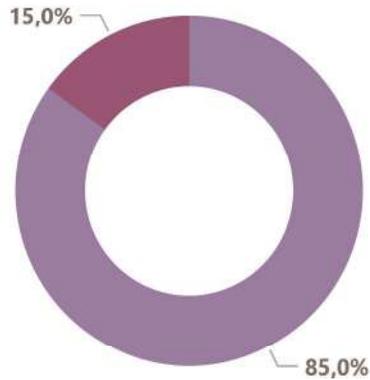
A respeito do Whatsapp Business, o (a) Sr(a)?



Presença online - Redes sociais

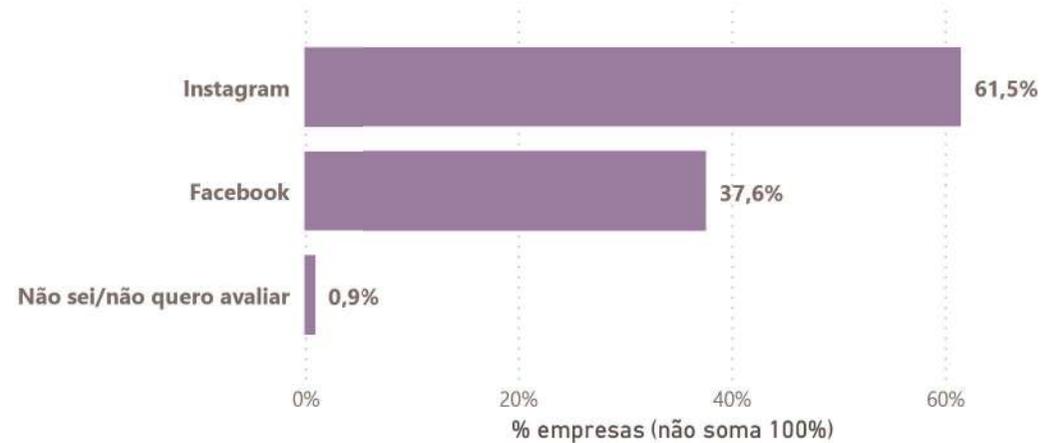
Ano
2023

Está presente em redes sociais?

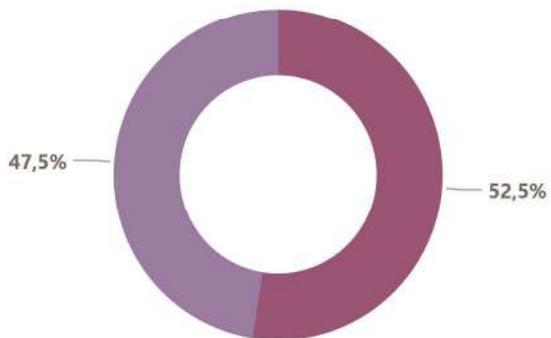


● Sim
● Não

Em quais redes sociais está presente?

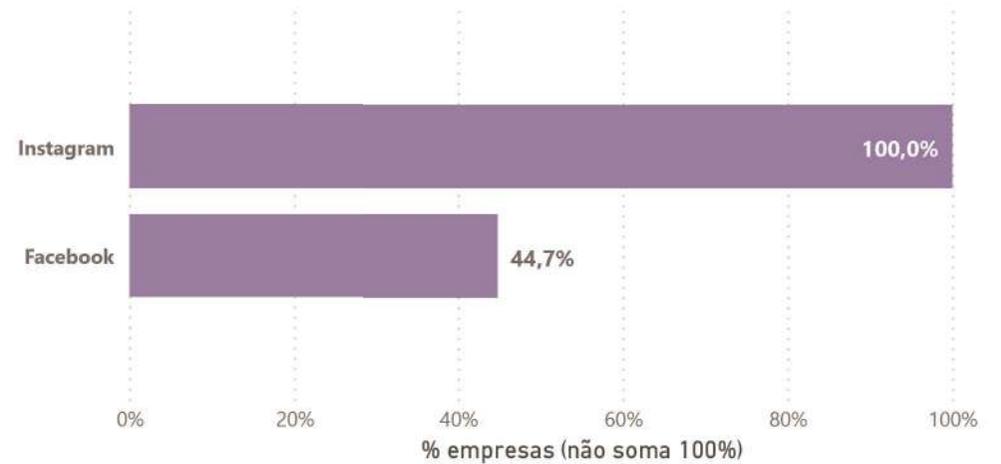


Vende nas redes sociais?



● Não
● Sim

Em qual(is) rede(s) social(is) você vende?



Presença online - Redes sociais

Ano

2023

A adesão às redes sociais por parte das empresas que possuem presença on-line é ainda maior que ao Whatsapp Business, chegando a 85%.

O Instagram é a rede social mais utilizada, por 61,5% dessas empresas. Em segundo lugar o Facebook com 37,6%.

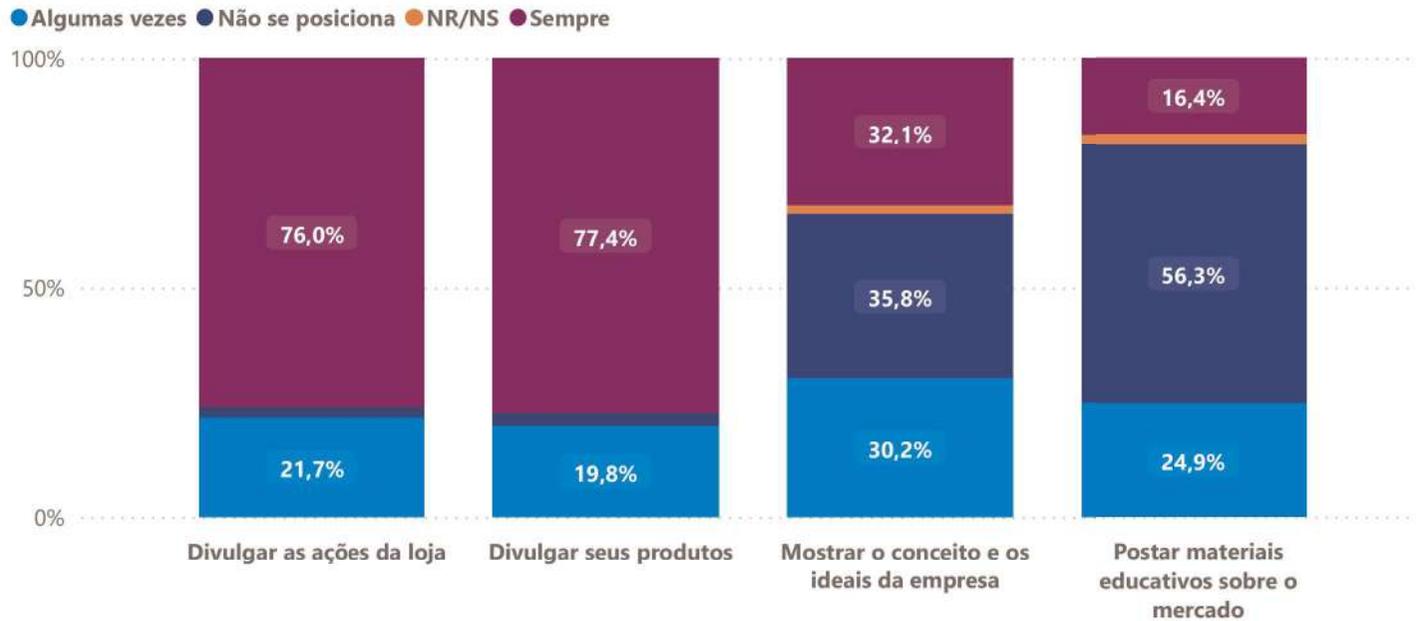
Embora a grande maioria faça o uso das redes sociais, 56,7% não realiza vendas diretamente por elas. No entanto, a maioria (52,5%) realiza.

Também para vendas, a rede social mais utilizada é o Instagram, seguida do Facebook, com adesão por parte de 100,0% e 44,7% das empresas que realizam as vendas nas redes sociais, respectivamente.

Presença online - Redes sociais

Ano
2023

De acordo com as seguintes ações, com que frequência a empresa interage nas redes sociais



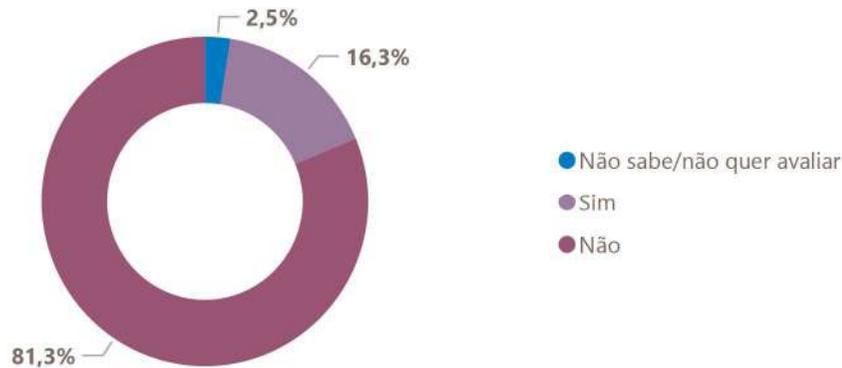
As empresas utilizam as redes sociais mais frequentemente para divulgar as ações da loja e divulgar seus produtos.

Postar materiais educativos é a ação menos frequente nas redes sociais, tendo em vista as opções apresentadas.

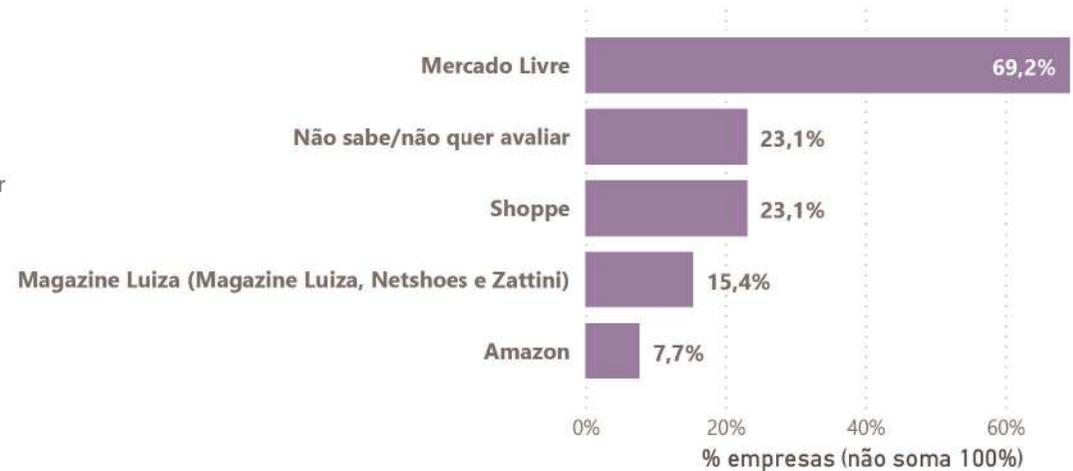
Presença on-line - Marketplace e Site próprio

Ano
2023

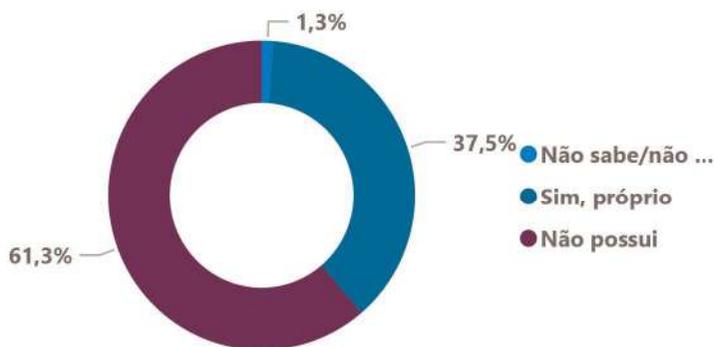
Sua empresa vende em marketplaces?



Sua empresa vende em marketplaces? Se sim, em quais?



Possui site próprio?



O(a) Sr(a) vende através de site próprio?



Presença on-line - Marketplace e Site próprio

Ano
2023

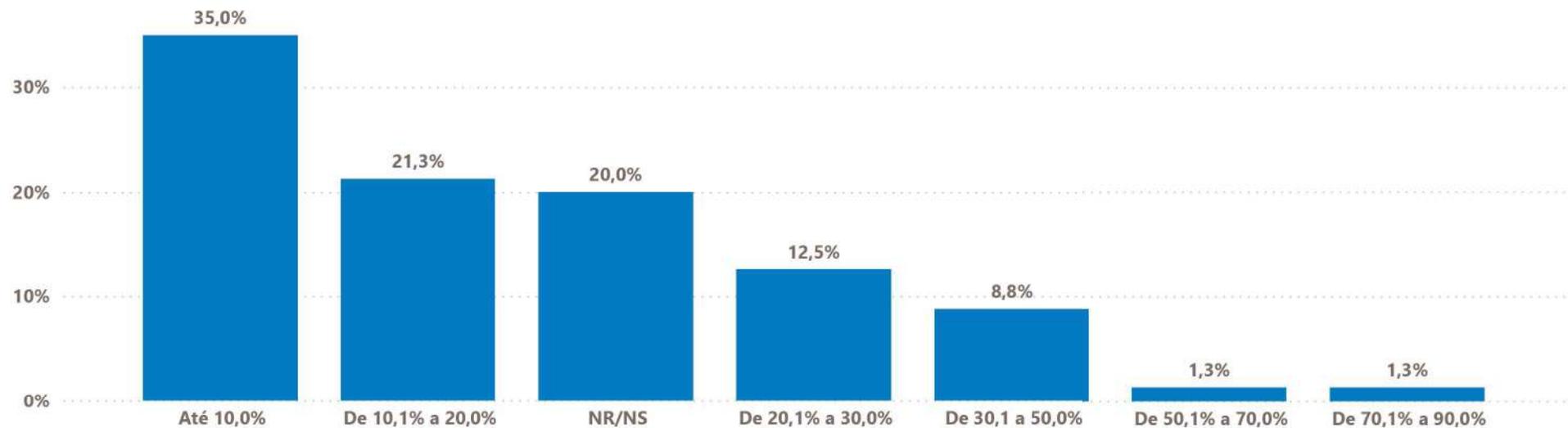
81,2% das empresas com presença on-line não estão em marketplaces, valor inferior ao observado em 2022 (86,2%) . Para as que estão, 69,23% estão na plataforma Mercado Livre, 23,1% na Shopee e 15,4% na Magazine Luiza. Esses resultados apontam para um crescimento da participação das empresas no Mercado Livre (43,48% em 2022).

Já o percentual de empresas que possuem site próprio é um pouco maior quando comparado às que estão em marketplaces (37,5%). Aproximadamente, 80,0% vendem em seus sites, enquanto 3,4% tem interesse em iniciar vendas on-line nos próximos 12 meses. Ainda, 16,7% não tem interesse em realizar vendas em seus sites. Esse resultado, se comparado com os obtidos em 2022, aponta para uma avanço das vendas por meio de site próprio (66,1%).

Percentual de vendas em todos os canais on-line

Ano
2023

Qual o percentual das vendas online em todos os canais de venda em relação ao total de vendas da loja?

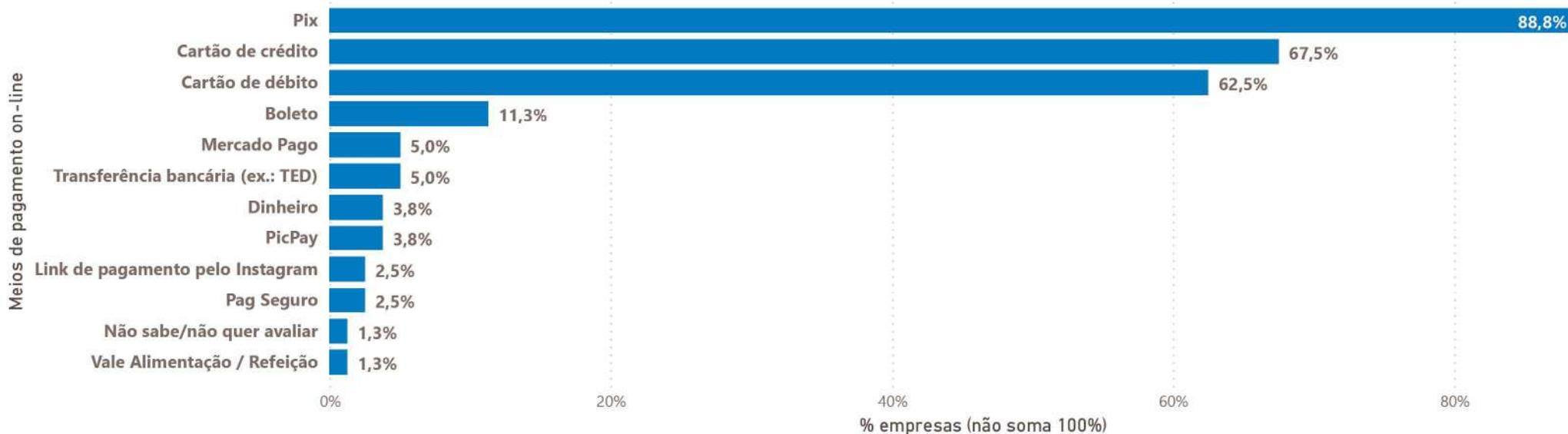


Considerando todas as plataformas de pagamento, 35,0% das empresas observam que o volume de vendas on-line corresponde até 10% do total de suas vendas e, para 21,2%, o volume de vendas on-line varia de 10% a 20%.

Meios de pagamento aceitos on-line

Ano
2023

Meios de pagamento aceitos on-line

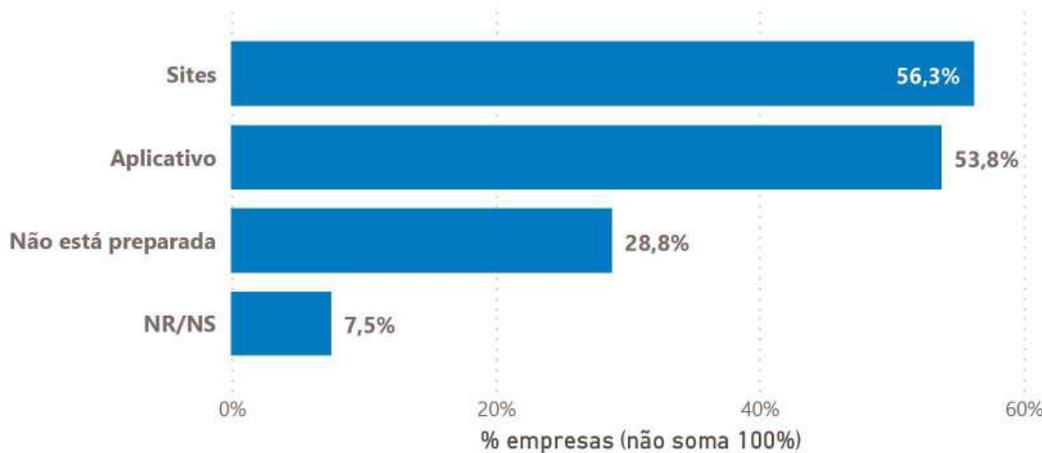


O pix, atualmente muito popular, ultrapassa o débito e o crédito como forma de pagamento aceita pelo maior percentual de empresas em suas vendas online. São 88,75% que aceitam pix, 67,50% que aceitam crédito e 62,5% que aceitam débito. É importante destacar que, na comparação com 2022, a aceitação do pix e do cartão de crédito diminuíram (91,02% e 76,65%, respectivamente), enquanto o uso do débito aumentou (56,29%).

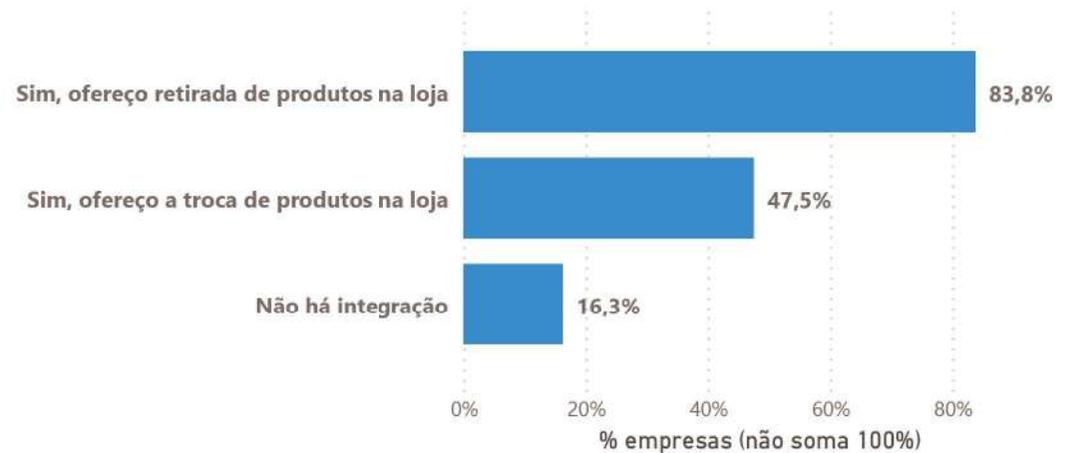
Atuação frente ao e-commerce

Ano
2023

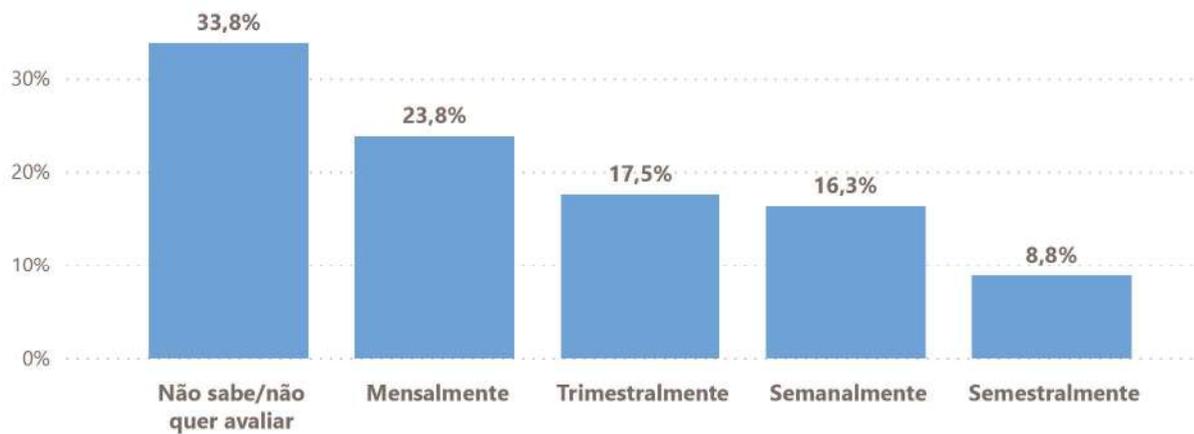
Funcionamento em dispositivos móveis



Integração entre loja física e on-line



Com que frequência seu cliente retorna para comprar pela internet (online)?



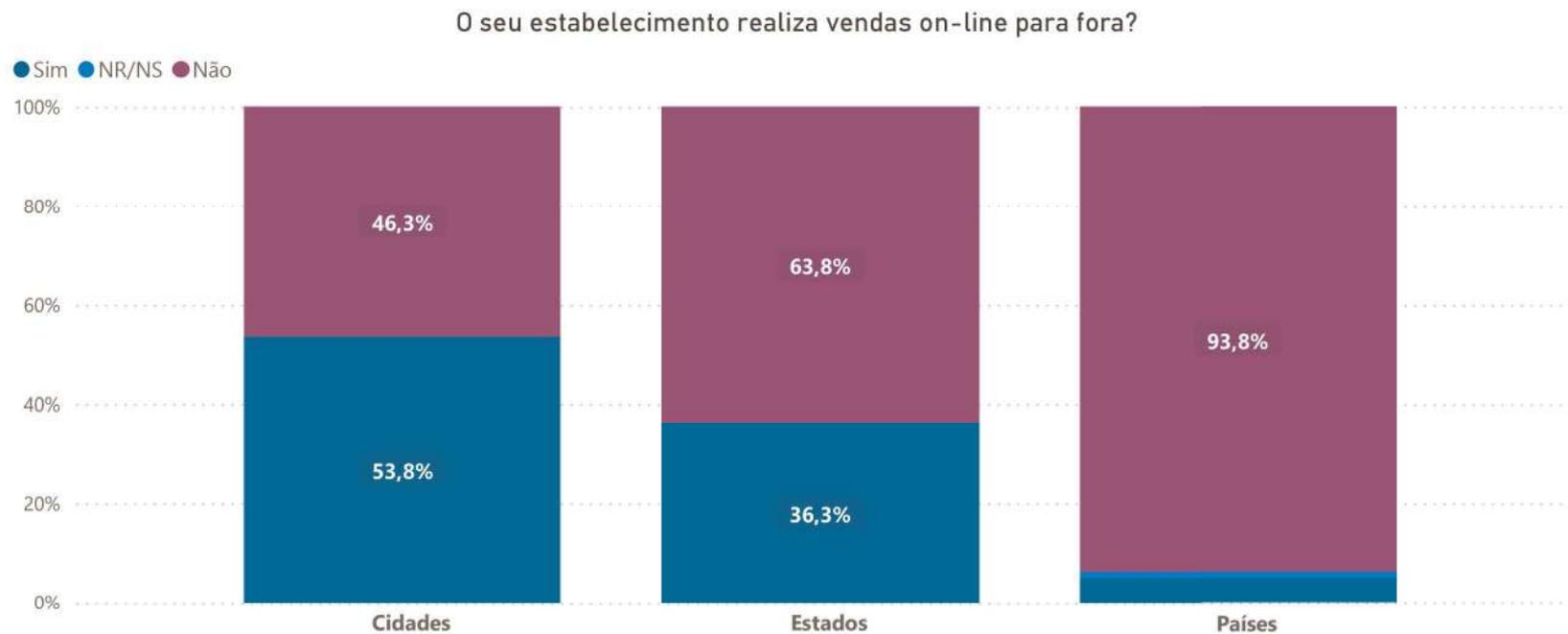
Atuando frente ao e-commerce, quando perguntados sobre o funcionamento através de dispositivos móveis, 53,8% dos estabelecimentos disseram funcionar por aplicativos, nesta situação, levaram em conta na resposta os aplicativos de suas redes sociais, marketplaces e Whatsapp.

Apenas 16,2% das empresas responderam que não há integração entre loja física e a on-line. Para os que integram, 83,7% disponibilizam a retirada de produtos na loja e 47,5% oferecem a troca de produtos.

Vendas on-line para outros lugares

Ano

2023

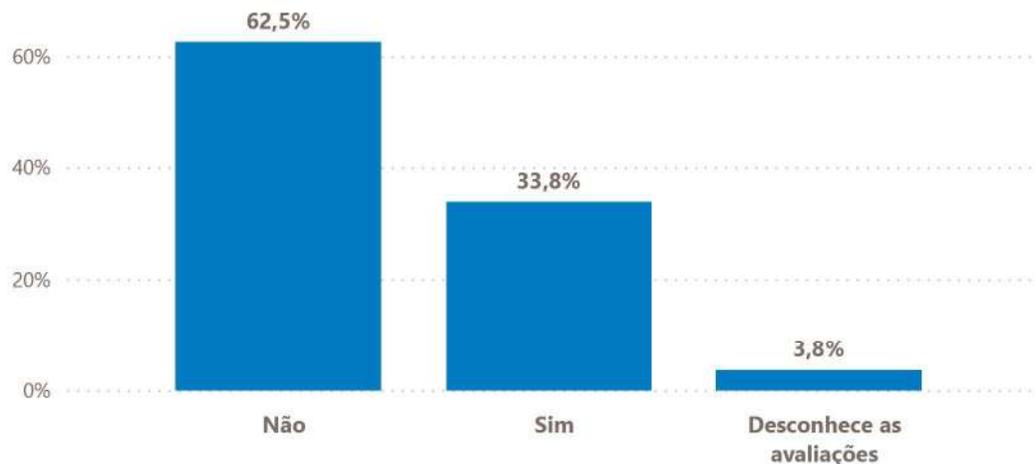


É mais comum a venda on-line para outras cidades e estados, por parte de 53,7% e 36,2% das empresas que trabalham com essa modalidade de vendas, nessa ordem. Apenas 9,58% atuam com vendas on-line para outros países. Ao compararmos com as informações coletadas em 2022 é notado que os empresários reduziram suas vendas para outras cidades (62,9%) mas, em contrapartida, aumentaram as vendas on-line para outros estados (34,7%).

Atuação frente ao e-commerce

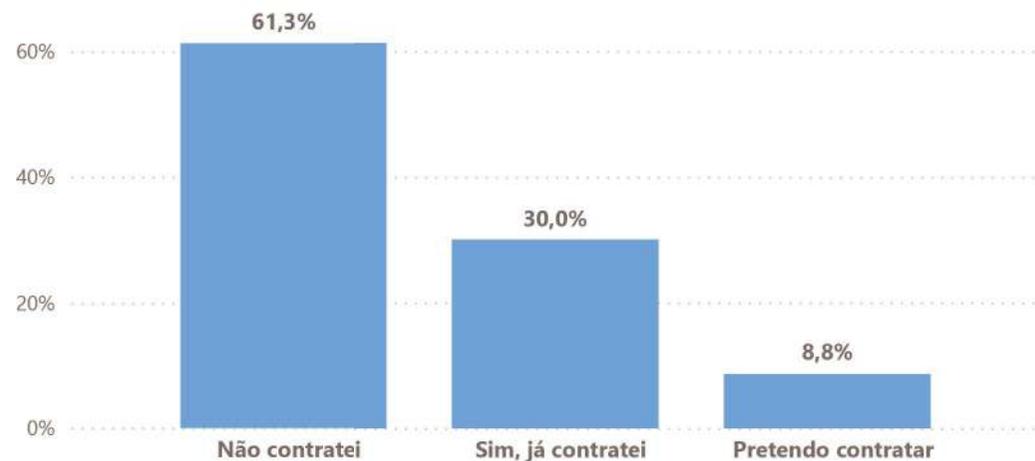
Ano
2023

Sua empresa utiliza a avaliação nas redes sociais e sites de reclamação para definir as ações da loja?



A utilização da avaliação feita pelos consumidores nas redes sociais e sites de reclamação é feita por 33,75% das empresas. Em 2022, 42,51% das empresas utilizavam esta ferramenta em suas ações.

Já contratou algum influenciador digital para divulgação da sua empresa/produtos ou pretende contratar?

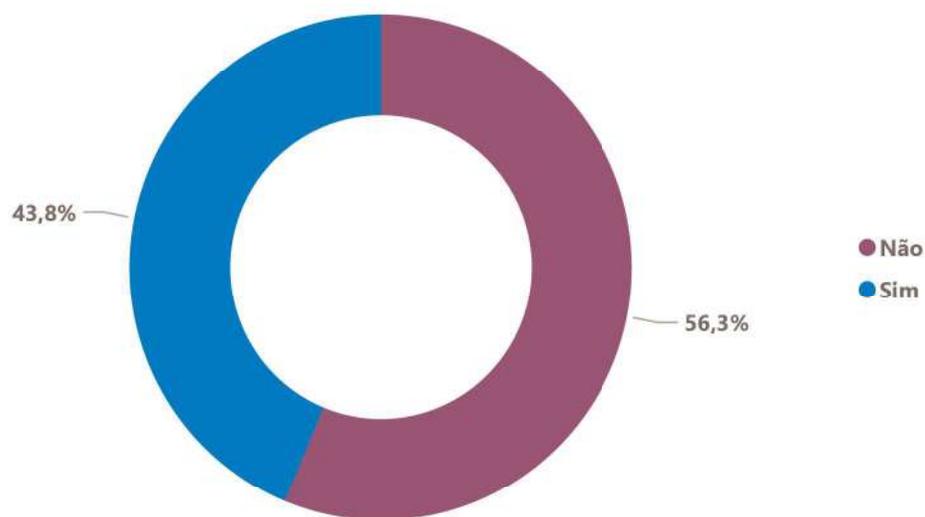


30,0% disseram já ter contratado influenciadores digitais para divulgação de suas marcas e produtos, na expectativa de alavancar suas vendas e 8,7% pretendem contratar. Na última pesquisa realizada, 10,8% dos empresários afirmaram que pretendiam contratar influenciadores.

Atuação frente ao e-commerce e principais desafios

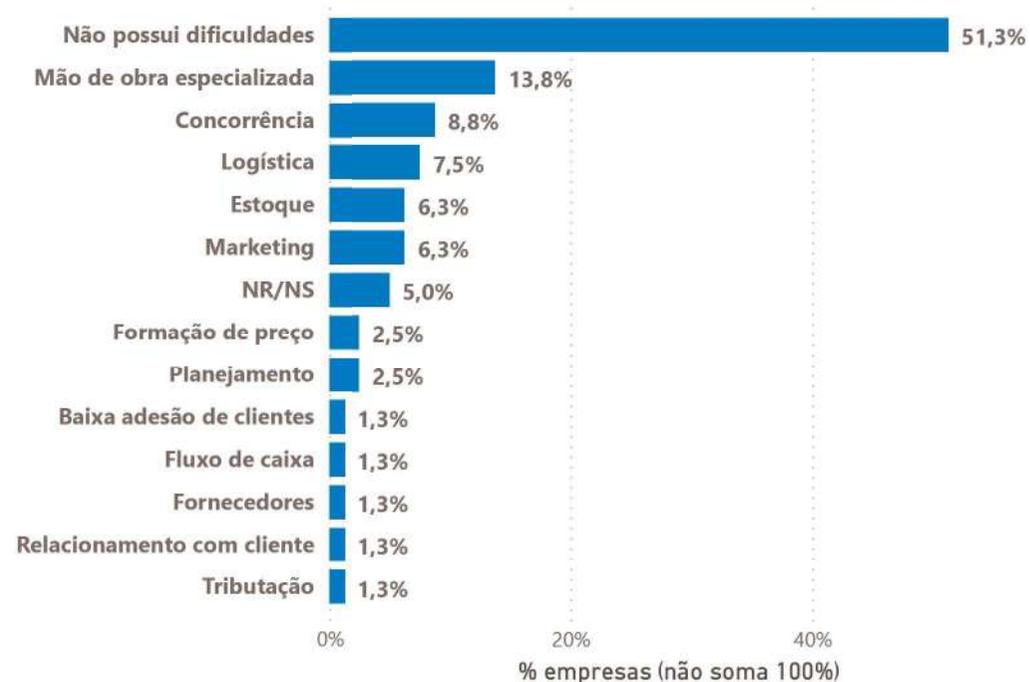
Ano
2023

Possui equipe para atender no pós-venda?



43,75% dos estabelecimentos que trabalham com vendas on-line possui equipe pós venda. Esse saldo representa uma variação negativa de 7,75 pontos percentuais em relação ao ano passado.

Principais dificuldades na rotina de gestão do e-commerce

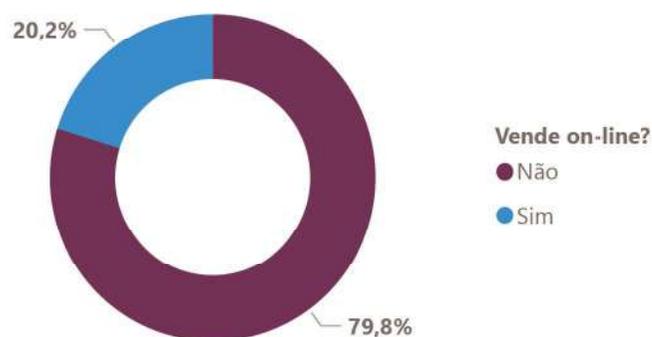


As principais dificuldades notadas na rotina de gestão do e-commerce são mão de obra especializada, concorrência e logística, mesmos desafios apontados como principais na pesquisa anterior. Assim como em 2020, grande parte das empresas relatou não haver dificuldades.

Opinião geral sobre segurança em vendas on-line

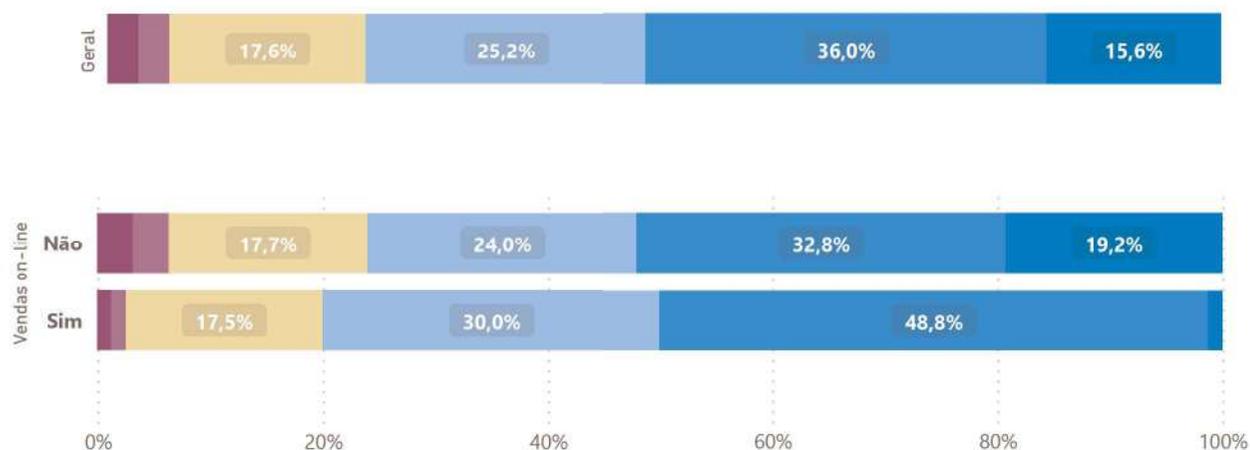
Ano
2023

Vende on-line?



Opinião sobre a segurança em relação às vendas on-line x se trabalha com vendas on-line

● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● NR/NS



Ao todo, 79,85% não trabalham com vendas on-line e 20,15% trabalham. Esse resultado se difere muito do observado em 2022 visto que, neste período, 58,42% das empresas não trabalhavam com vendas on-line e 41,58% trabalhavam.

Avaliando a opinião de todos os estabelecimentos em relação à segurança em trabalhar com a internet, onde 1 é muito inseguro e 5 é muito seguro, no geral, a maioria (78,84%) se sente seguro em algum nível. Este valor, no entanto, é inferior ao medido no ano passado (86,65%). O percentual de estabelecimentos que se sente seguro é maior entre as que vendem on-line (96,25%) se comparado com as que não vendem (74,45%), uma diferença de 21,80 pontos percentuais, valor 8,84 pontos superior ao observado em 2022. Além disso, o percentual dos que não quiseram avaliar é maior entre os que não vendem on-line.

Metodologia

Ano

2023

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 01 a 14 de setembro de 2023. Foram avaliadas 406 empresas, sendo pelo menos 38 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo de Estudos Econômicos

Responsável: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Analista de pesquisa: Deivid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva e Polyane Pereira Casagrande e Rafael Rei de Oliveira

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br