

E-commerce

Núcleo de Pesquisa e Inteligência



• Fecomércio MG • Sesc • Senac • Sindicatos Empresariais

Sistema Comércio

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 Pesquisa e Inteligência 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.

51,1% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais possuem presença on-line

A maioria das empresas do comércio (90,1%) são lojas próprias, enquanto 9,9% são franquias. Entre as empresas, 51,1% possuem presença on-line. As que não possuem presença on-line citaram como principais motivos a preferência pelo modelo presencial (48,5%) e a falta de interesse (33,8%), seguidos pela falta de planejamento (6,1%) e falta de tempo (6,1%). A maioria dessas empresas (72,7%) não tem intenção de atuar com vendas on-line, enquanto uma pequena porcentagem pretende iniciar nos próximos 12 meses (15,2%) ou após esse período (7,1%).

Entre as empresas que possuem presença on-line, 72,9% vendem pela internet, enquanto 20,8% mantêm apenas a presença on-line sem realizar vendas. A demanda do consumidor e a tendência são os principais motivos para trabalhar com e-commerce, indicados por 43,7% e 42,4% dos estabelecimentos, respectivamente. Para aqueles que não trabalham, mas pretendem trabalhar com e-commerce (4,3%), os principais desafios incluem a falta de planejamento (88,4%) e falta de tempo (44,4%).

O Whatsapp Business é amplamente utilizado pelas empresas com presença on-line para realizar vendas, e 86,1% dessas empresas também utilizam redes sociais, sendo o Instagram a mais popular (99,2%), seguido pelo Facebook (33,1%). No entanto, 48,3% das empresas não realizam vendas diretamente pelas redes sociais, enquanto 51,7% o fazem. A maioria das empresas utiliza as redes sociais para divulgar ações da loja e produtos, com menos frequência para postar materiais educativos.

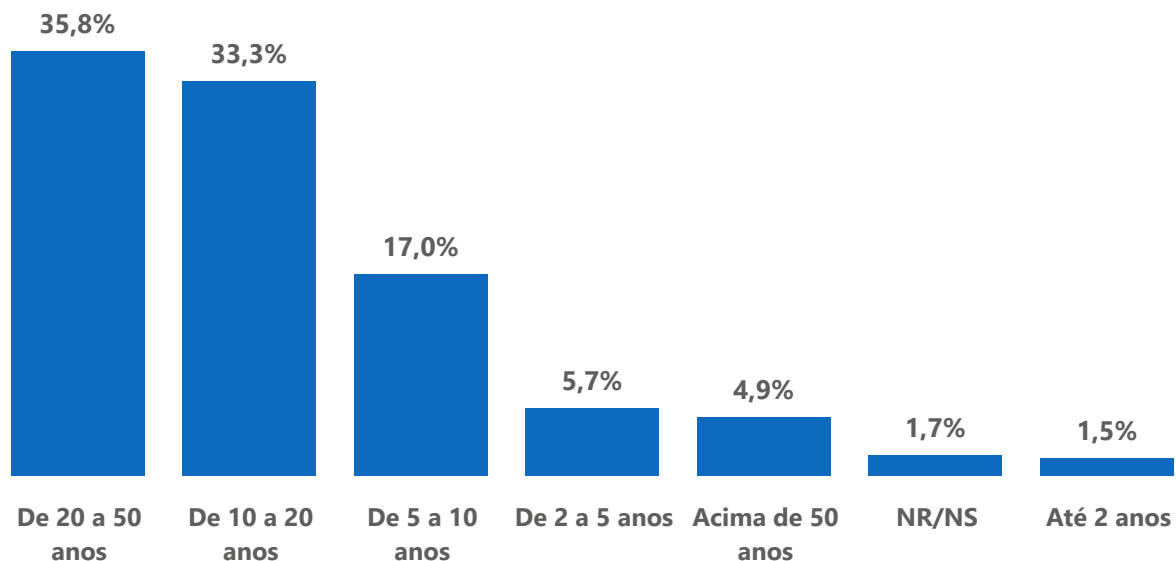
Apenas 25,8% das empresas possuem site próprio, e 71,8% dessas vendem em seus sites. A integração entre loja física e on-line é comum, com 70,9% das empresas oferecendo retirada de produtos na loja e 21,2% oferecendo troca de produtos. A maioria das empresas que vendem on-line o fazem para outras cidades (68,9%) e estados (33,8%), com apenas 8,6% vendendo para outros países. As principais dificuldades na gestão do e-commerce são concorrência e planejamento e o pix é a forma de pagamento mais aceita (7%).

Perfil das empresas

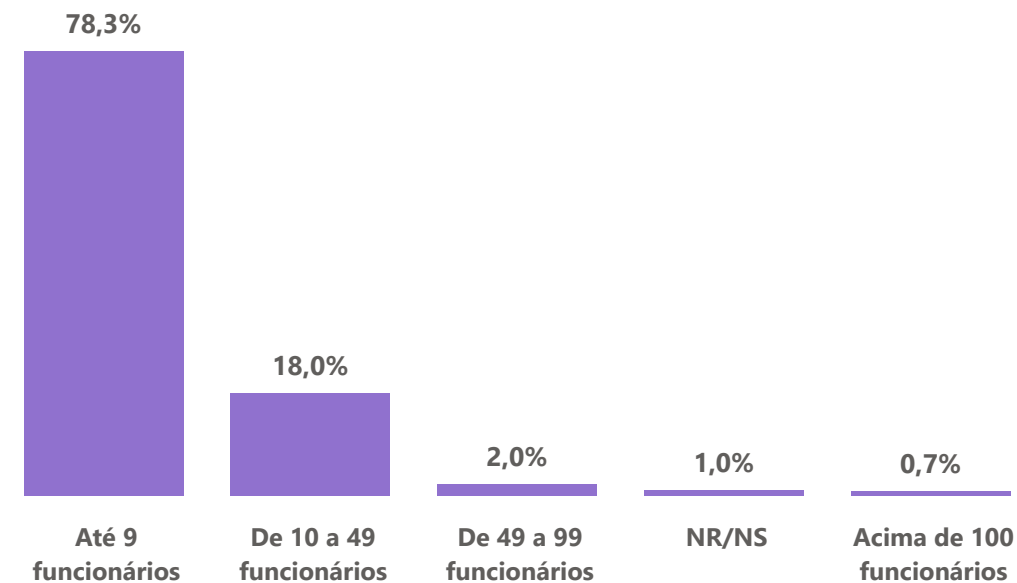
2026



Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Quantos funcionários têm a sua empresa?



Segmento de atuação



Perfil das empresas

2026



Quantidade de empresas do setor de vestuário entrevistados em Minas

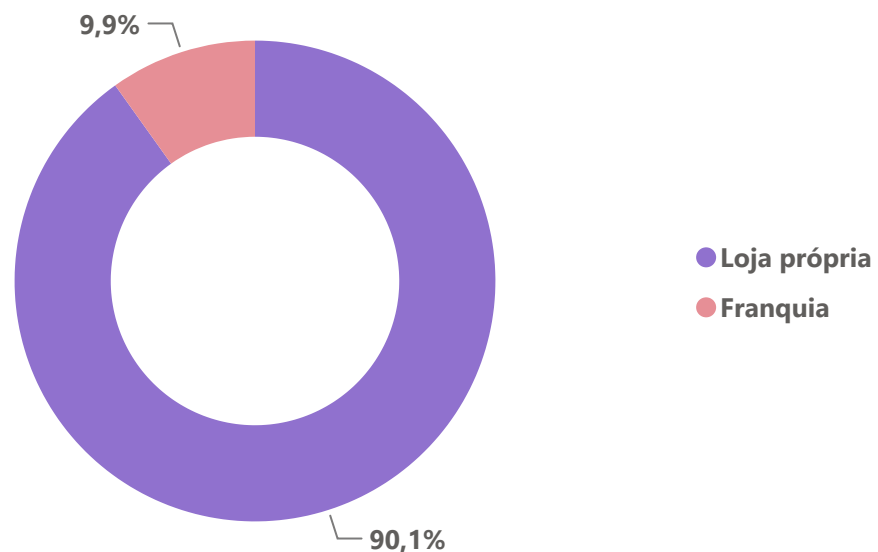


Perfil das empresas e presença on-line

2026



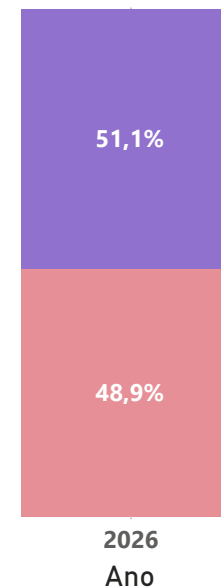
Sua loja é própria ou franquia?



Quase 90,1% das empresas do comércio são loja própria e, aproximadamente, 9,9% são franquias.

Sua empresa possui presença on-line?

● Não ● Sim



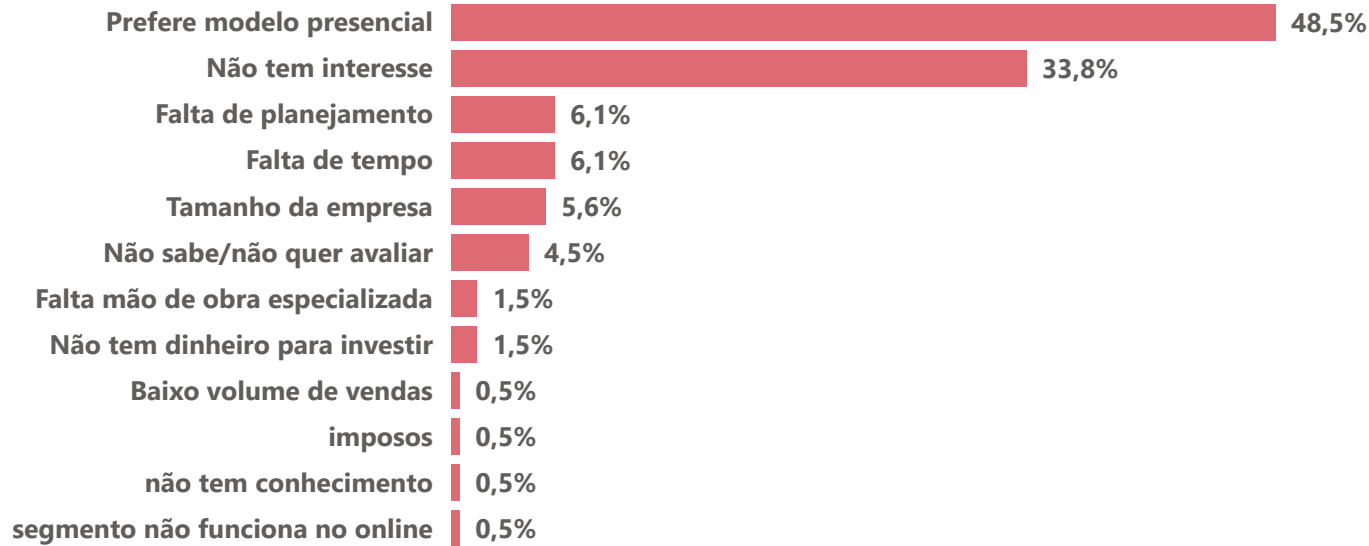
A maioria das empresas (51,1%) possui presença on-line.

Presença on-line

2026

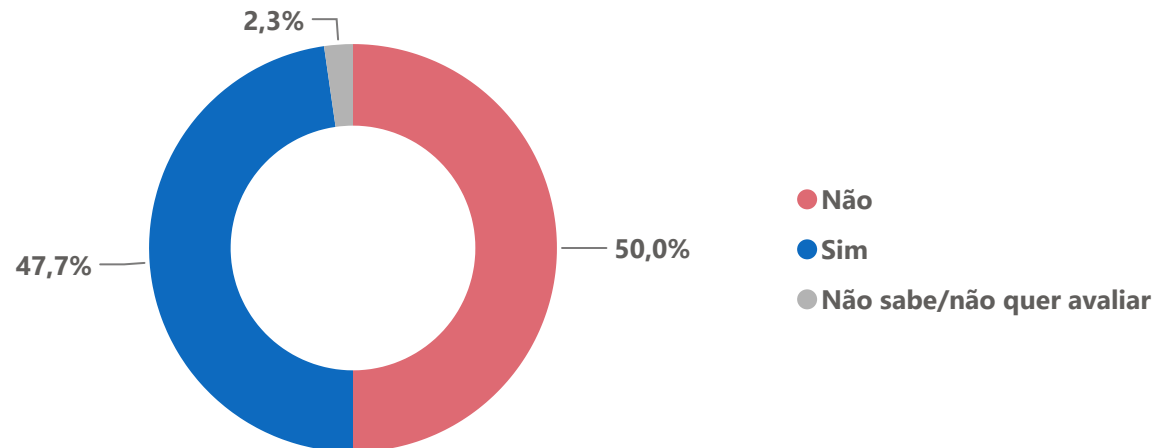


Por que não possui presença on-line?

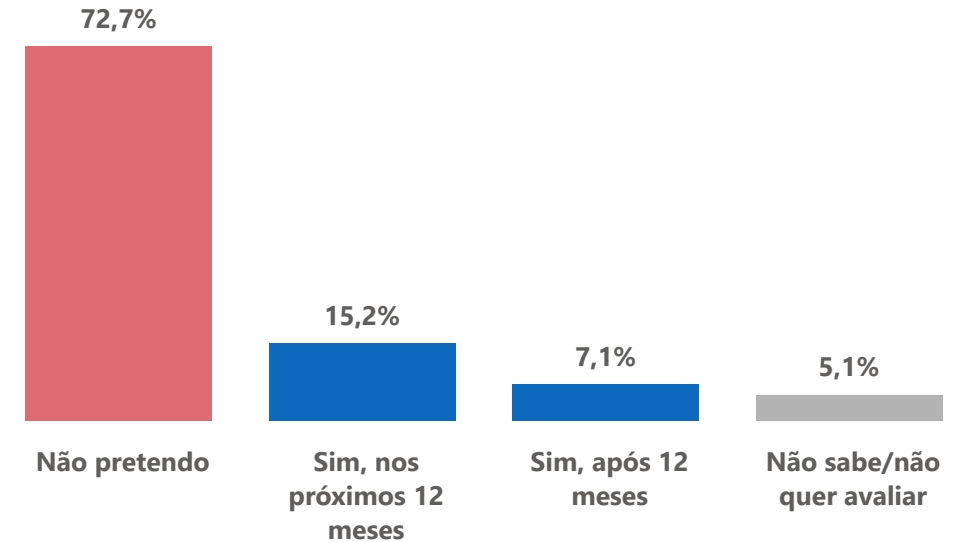


% de empresas (total não soma 100%)

Gostaria de ajuda para iniciar atuação on-line?



Tem pretensão em atuar com vendas on-line?

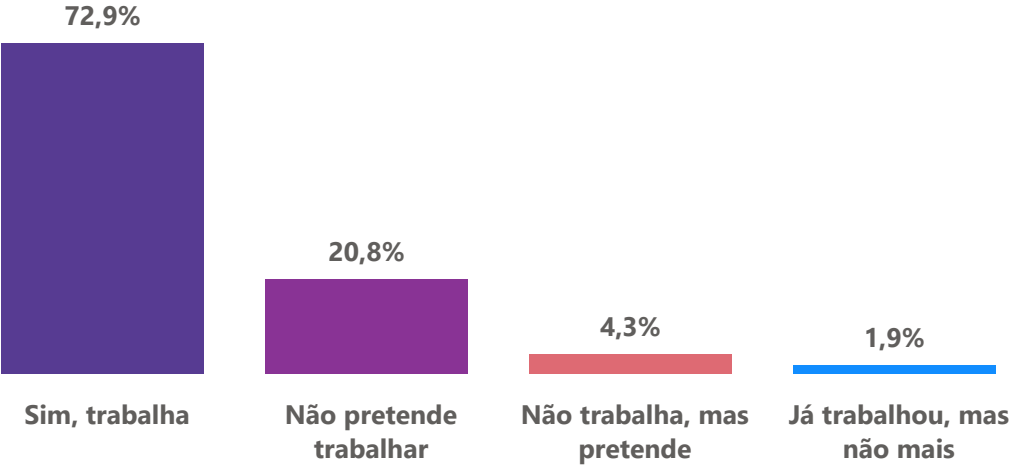


As empresas que não possuem presença on-line apresentaram um ou mais motivos. Entre esses motivos, os mais citados foram preferir pelo modelo presencial (48,5%) e não tem interesse (33,8%)

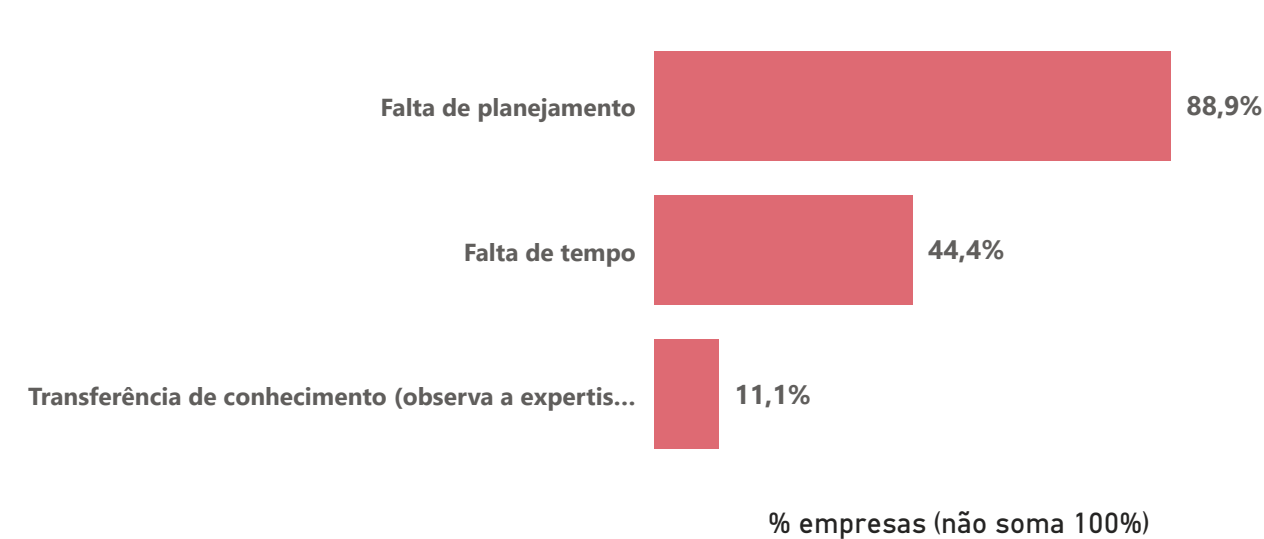
Com isso, a maioria dessas empresas não tem intenção de atuar com vendas on-line (72,7%), enquanto 15,2% pretendem iniciar nos próximos 12 meses, 7,1% após esse período, e 5,1% não souberam ou não quiseram avaliar.

Entre as empresas que pretendem iniciar vendas on-line, 47,7% gostariam de ajuda, enquanto 50,0% não demonstraram interesse em apoio.

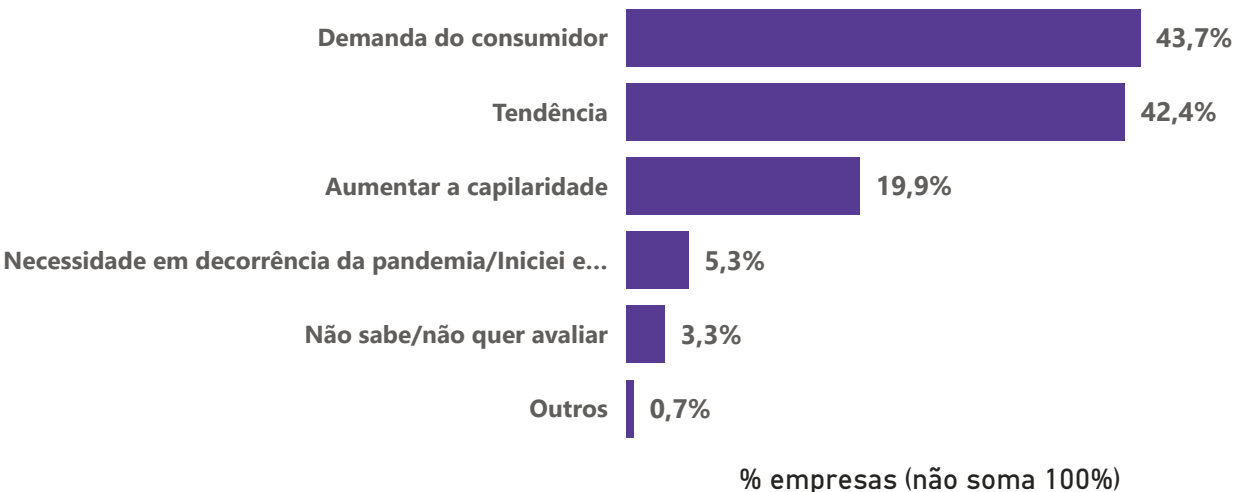
Sua loja trabalha com vendas pela internet (vendas pelo Whatsapp, Intagram, marketplaces e/ou site próprio)?



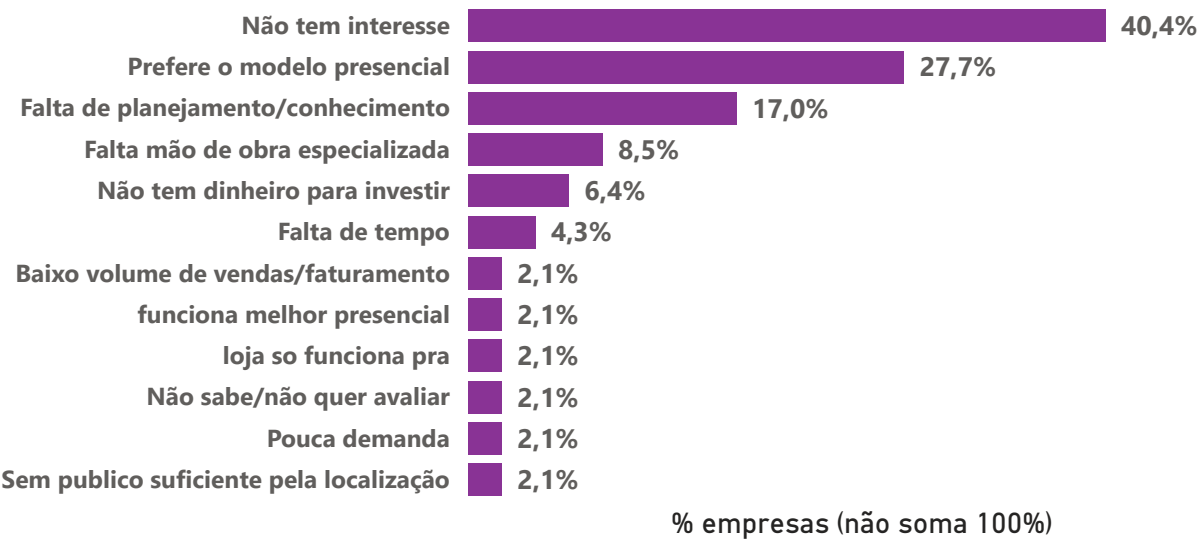
Por que ainda não trabalha com e-commerce?



Por que trabalha com e-commerce?



Por que não trabalha com e-commerce?

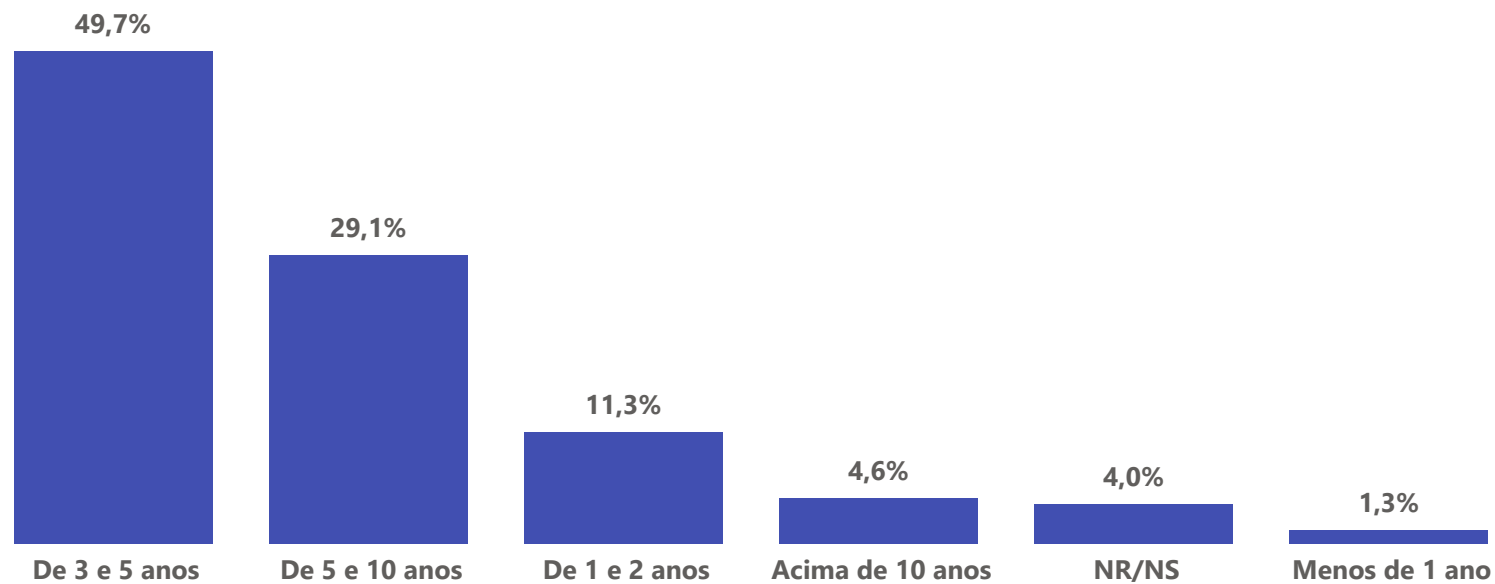


Entre as empresas que possuem presença on-line, 72,9% vendem pela internet, frente a 1,9% que informaram que vendiam, mas não vendem mais, 4,3% não trabalham, mas pretendem, enquanto 20,8% pretendem manter apenas a presença on-line, sem trabalhar, enquanto no ano anterior esse percentual foi de 39,1%.

Demanda e tendência do consumidor foram os motivos mais indicados por 43,7% e 42,4% dos estabelecimentos que trabalham com e-commerce, respectivamente.

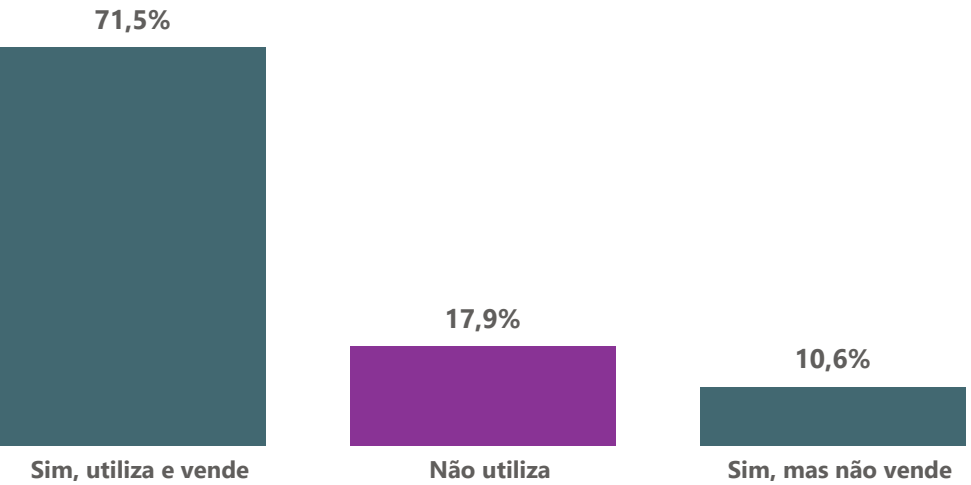
Para muitos daqueles que não trabalham, mas pretendem trabalhar com e-commerce, isso se deve à falta de planejamento (88,9%) e à falta de tempo (44,4%). Já para os estabelecimentos que não pretendem vender on-line, os motivos mais citados foram: não têm interesse (40,4%) e preferem o modelo presencial (27,7%) e falta de planejamento/conhecimento (17,0%).

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



Grande parte das empresas trabalham com vendas on-line entre 3 e 5 anos (49,7%), enquanto 4,6% trabalham há mais de 10 anos.

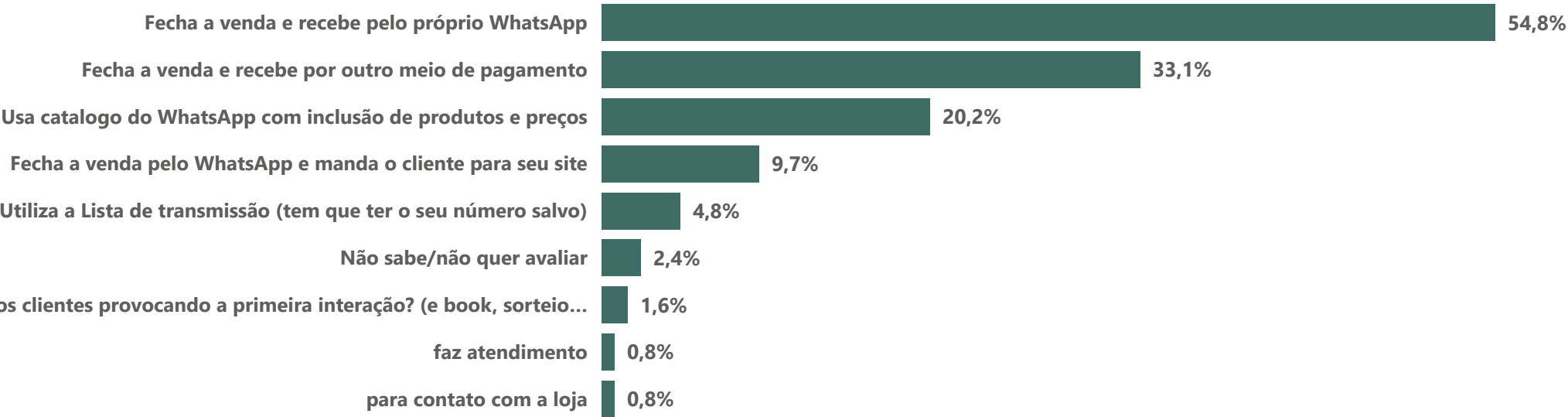
Sua empresa utiliza o WhatsApp Business (comercial)? Se sim, vende nele?



Grande parte das empresas que possuem presença on-line utilizam o Whatsapp Business e vende através dele, enquanto 10,6% utiliza, mas não vende.

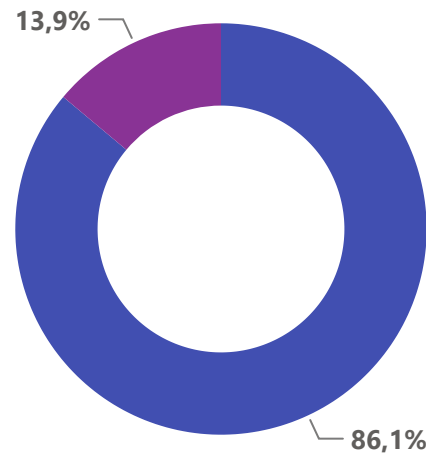
O uso do Whatsapp é marcado por ações de venda, em que as empresas fecham a venda e recebem por outro meio de pagamento, usa o catálogo do Whatsapp com inclusão de produtos e preços.

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



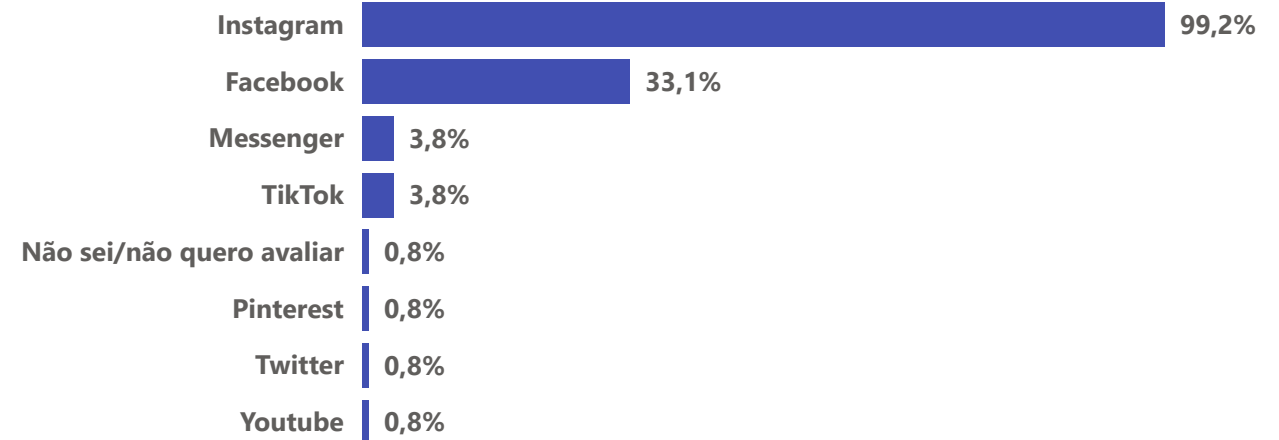
Utiliza recompensas digitais para atrair os clientes provocando a primeira interação? (e book, sorteio...

Está presente em redes sociais?



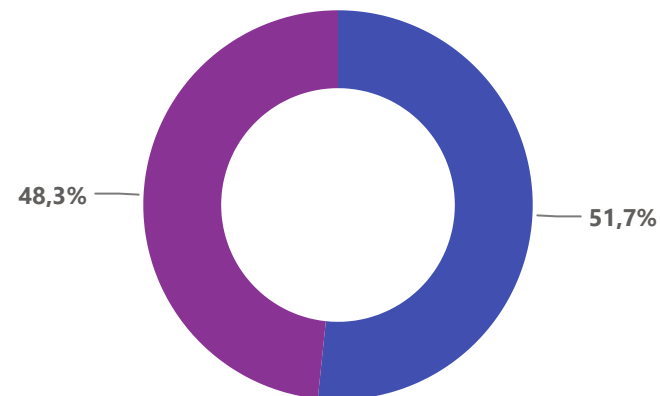
● Sim
● Não

Em quais redes sociais está presente?



% empresas (não soma 100%)

Vende nas redes sociais?



● Sim
● Não

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



% empresas (não soma 100%)

A adesão às redes sociais por parte das empresas que possuem presença on-line é ainda maior que ao Whatsapp Business, chegando a 86,1%

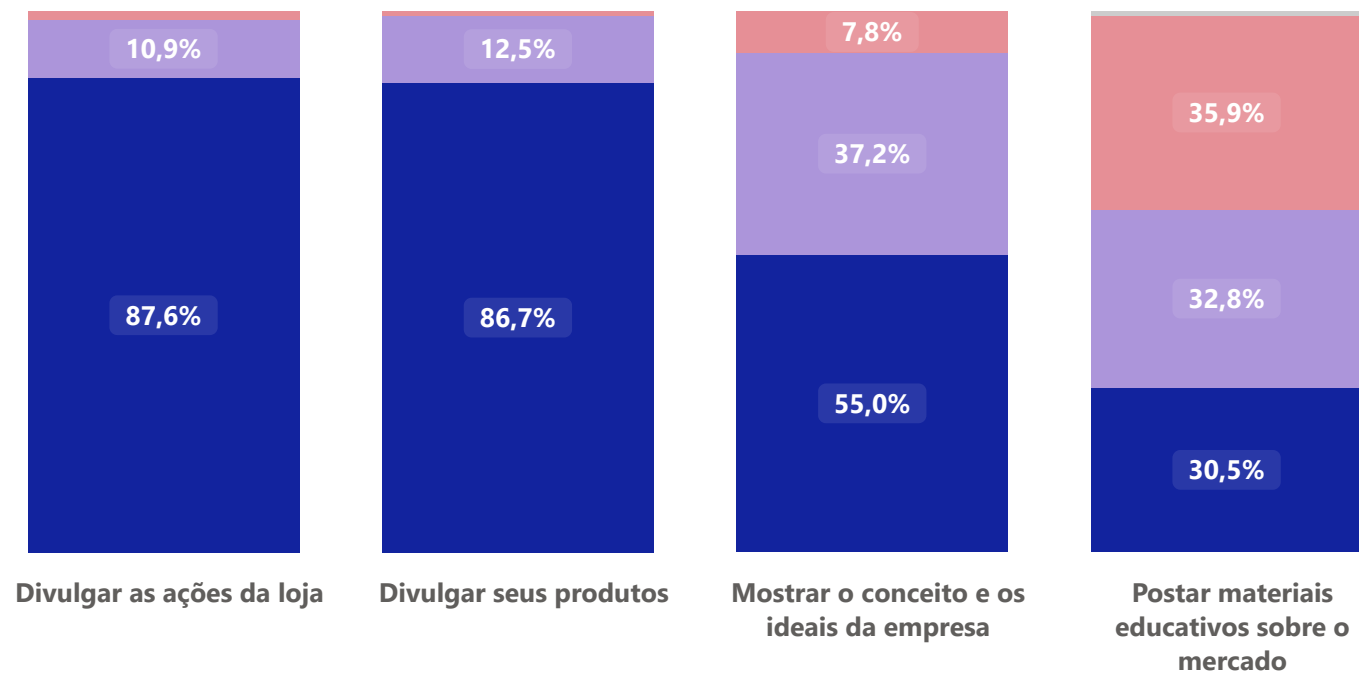
O Instagram é a rede social mais utilizada, por 99,2% dessas empresas. Em segundo lugar o Facebook com 33,1%.

Embora a grande maioria faça o uso das redes sociais, 48,3% não realiza vendas diretamente por elas. No entanto, a maioria (51,7%) realiza.

Também para vendas, a rede social mais utilizada é o Instagram, seguida do Facebook, com adesão por parte de 100,0% e 16,7% das empresas que realizam as vendas nas redes sociais, respectivamente.

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

● Sempre ● Algumas vezes ● Não se posiciona ● NR/NS



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

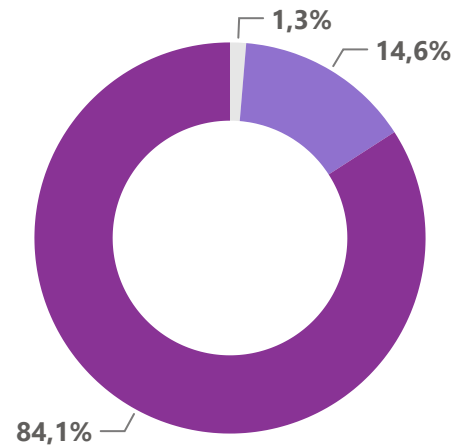
Postar materiais educativos é a ação menos frequente nas redes sociais, tendo em vista as opções apresentadas.

Presença on-line - Marketplace e Site próprio

2026

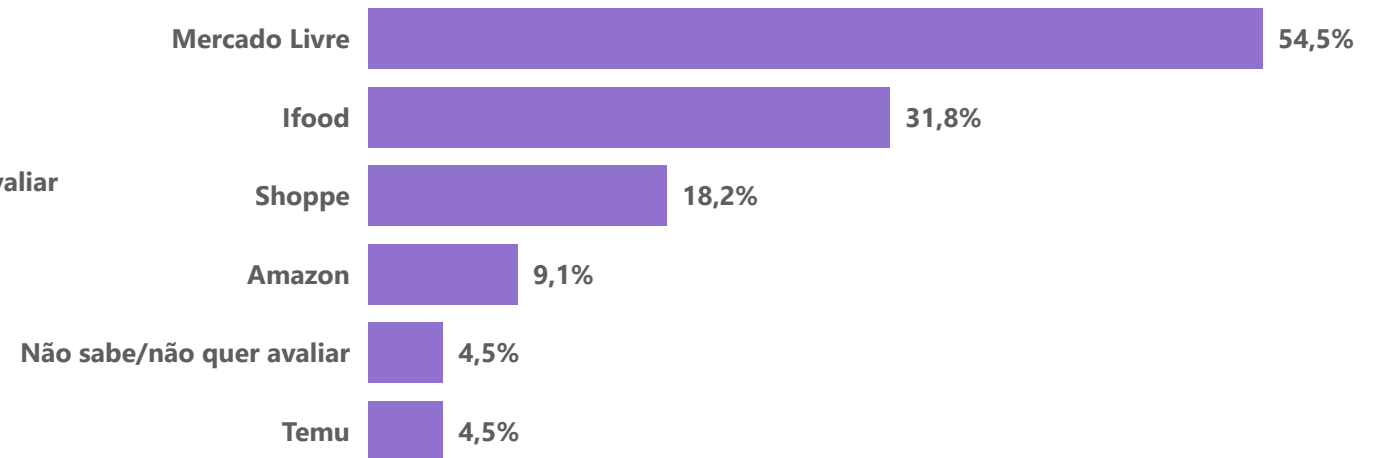


Sua empresa vende em marketplaces?



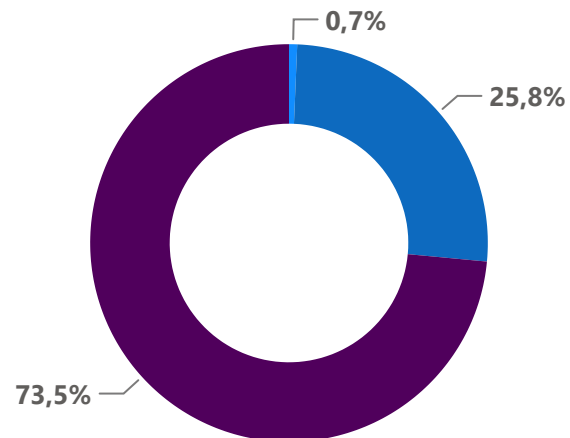
● Não sabe/não quer avaliar
● Sim
● Não

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



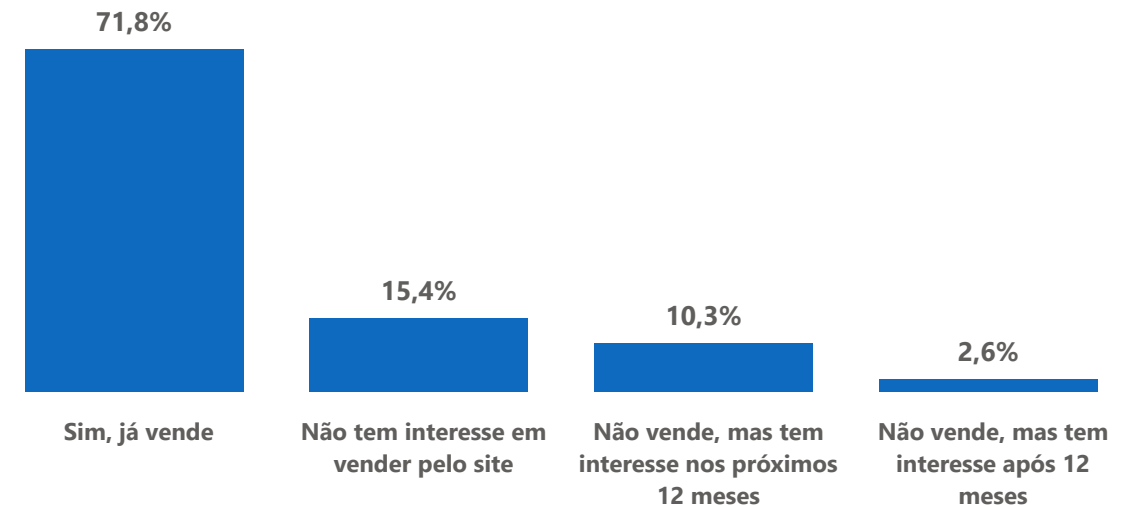
% empresas (não soma 100%)

Possui site próprio?



● Não sabe/não quer avaliar
● Sim, próprio
● Não possui

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



84,0% das empresas com presença on-line não estão em marketplaces. Entre as que estão, 54,5% utilizam o Mercado Livre, 31,8% o Ifood, 18,2% a Shopee e 9,1% o Amazon.

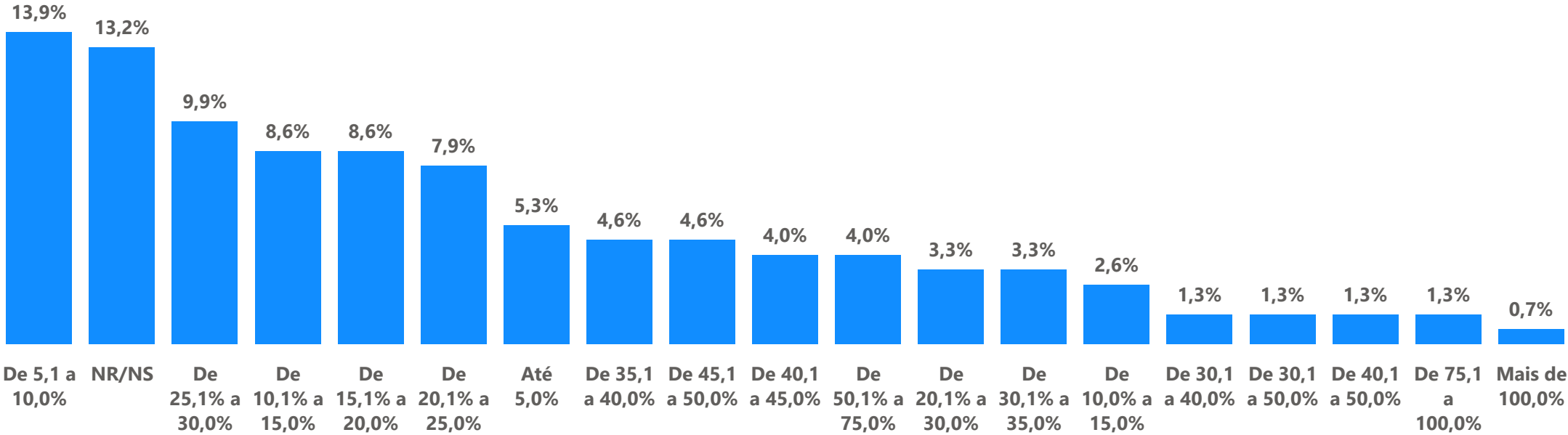
Já o percentual de empresas que possuem site próprio (25,8%). Aproximadamente, 71,8% vendem em seus sites, enquanto 10,3% tem interesse em iniciar vendas on-line nos próximos 12 meses. Ainda, 15,4% não tem interesse em realizar vendas em seus sites.

Percentual de vendas em todos os canais on-line

2026



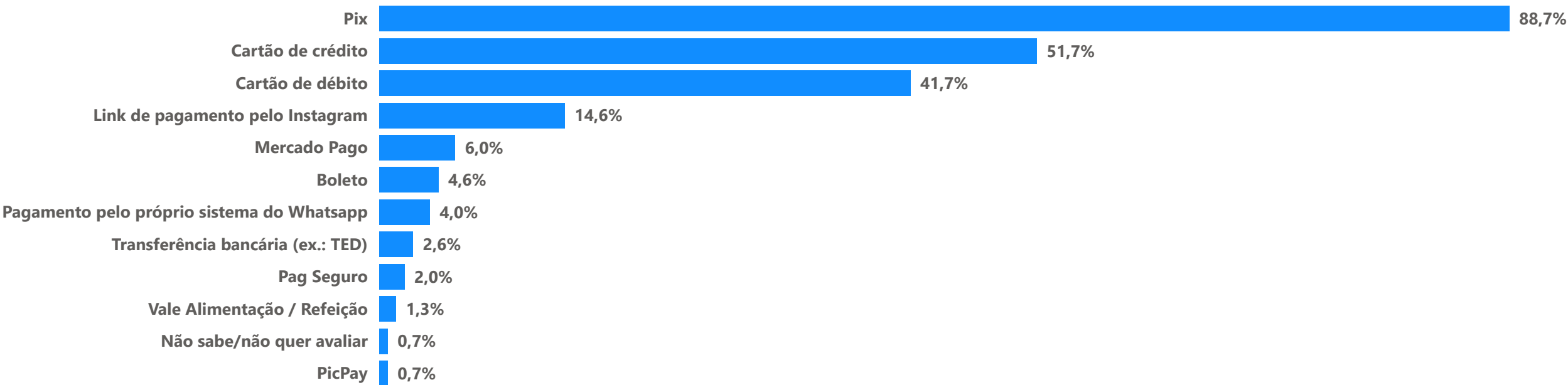
Qual o percentual das vendas online em todos os canais de venda em relação ao total de vendas da loja?



Considerando todas as plataformas de pagamento, 39% das empresas observam que o volume de vendas on-line corresponde até 20,0% do total de suas vendas.

Meios de pagamento on-line

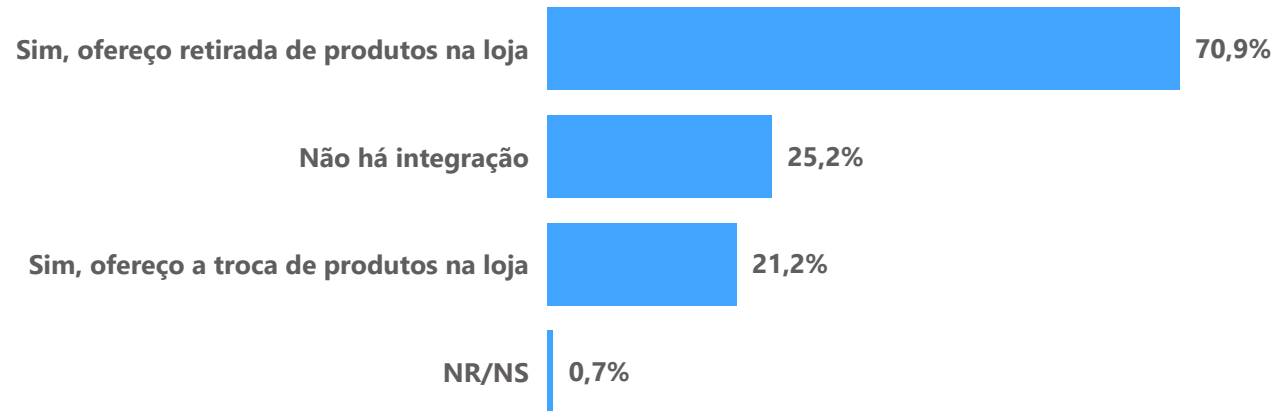
Meios de pagamento aceitos on-line



% empresas (não soma 100%)

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 88,7% que aceitam pix, 51,7% que aceitam crédito, 41,7% que aceitam débito e 14,6% aceitam o link de pagamento pelo instagram.

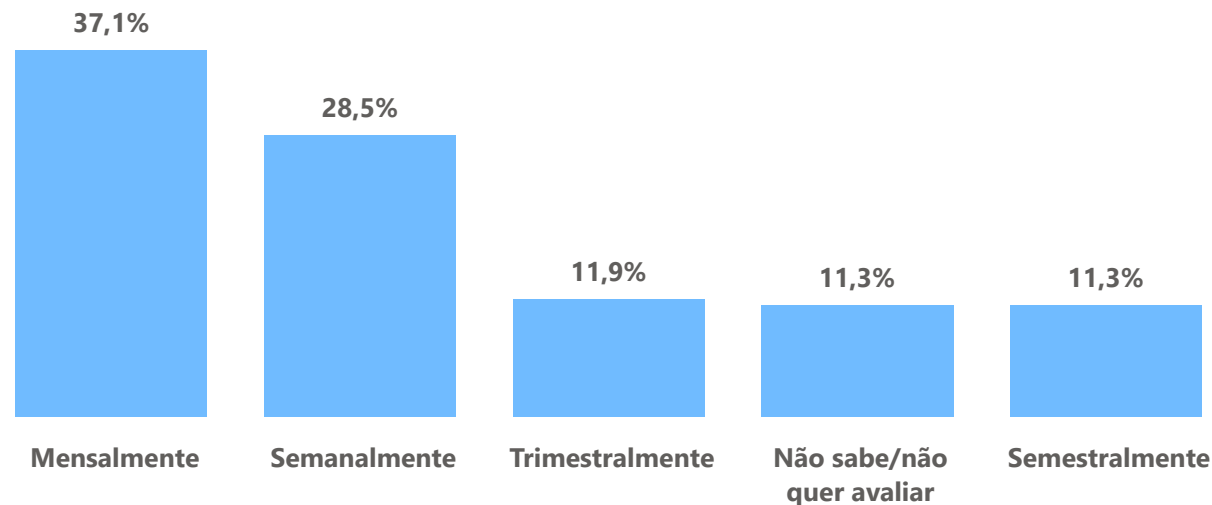
Integração entre loja física e on-line



% empresas (não soma 100%)

Apenas 25,2% das empresas responderam que não há integração entre loja física e a on-line. Para os que integram, 70,9% disponibilizam a retirada de produtos na loja e 21,2% oferecem a troca de produtos.

Com que frequência seu cliente retorna para comprar pela internet (on-line)?



De acordo com os empresários entrevistados, 37,1% dos clientes retornam para comprar on-line mensalmente e 28,5%, semanalmente.

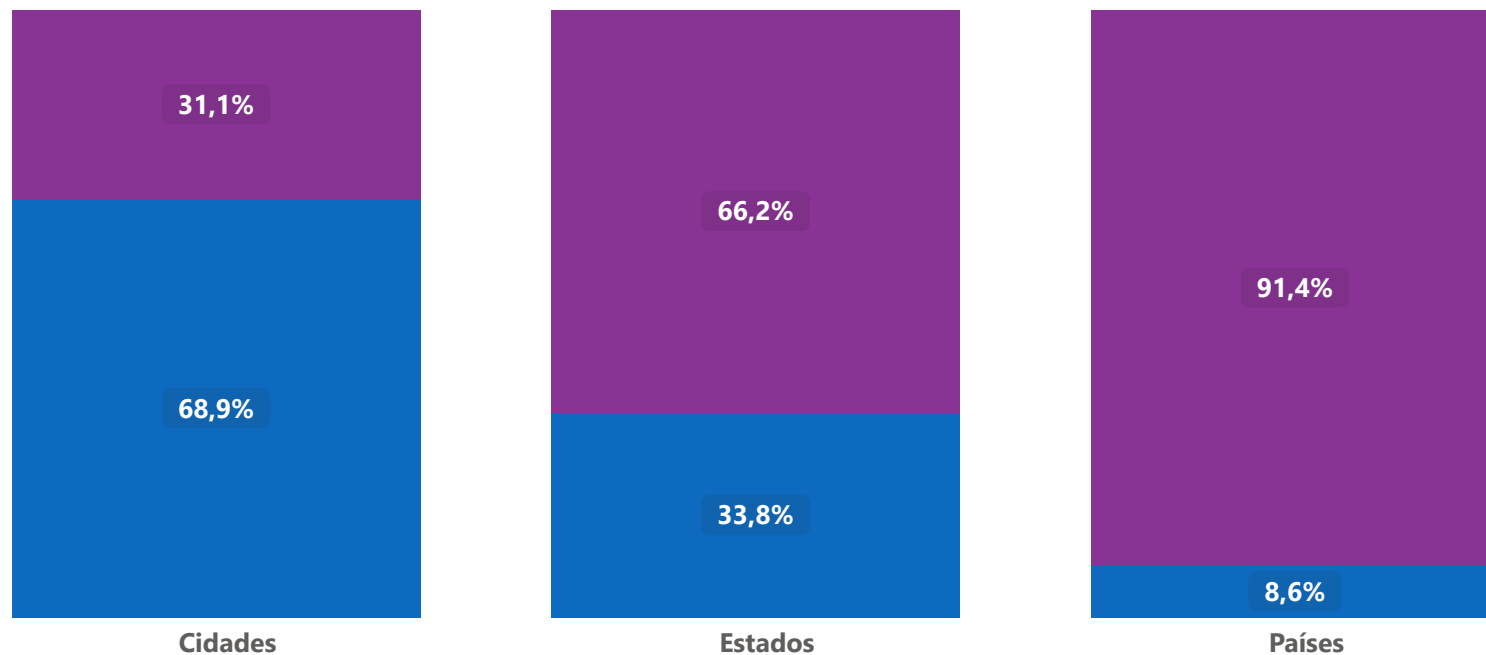
Vendas on-line para outros lugares

2026



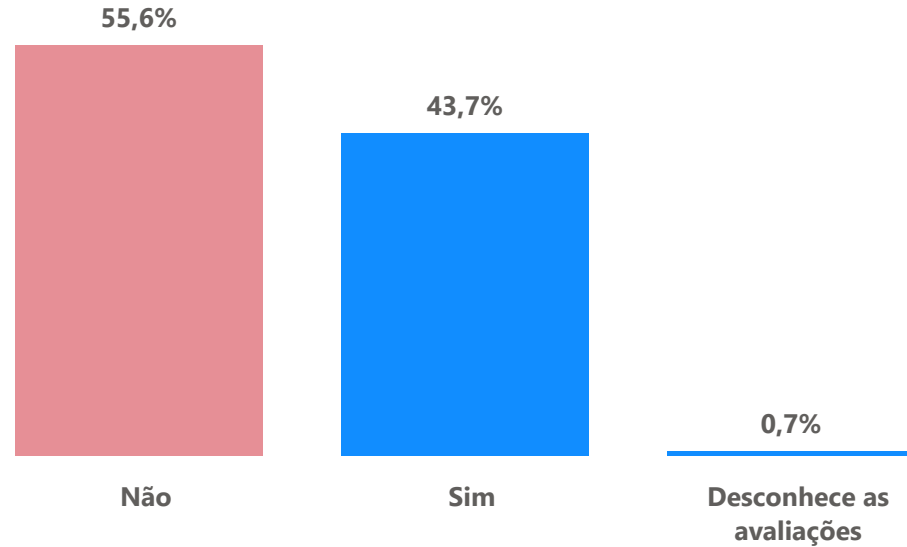
O seu estabelecimento realiza vendas on-line para fora?

● Sim ● Não



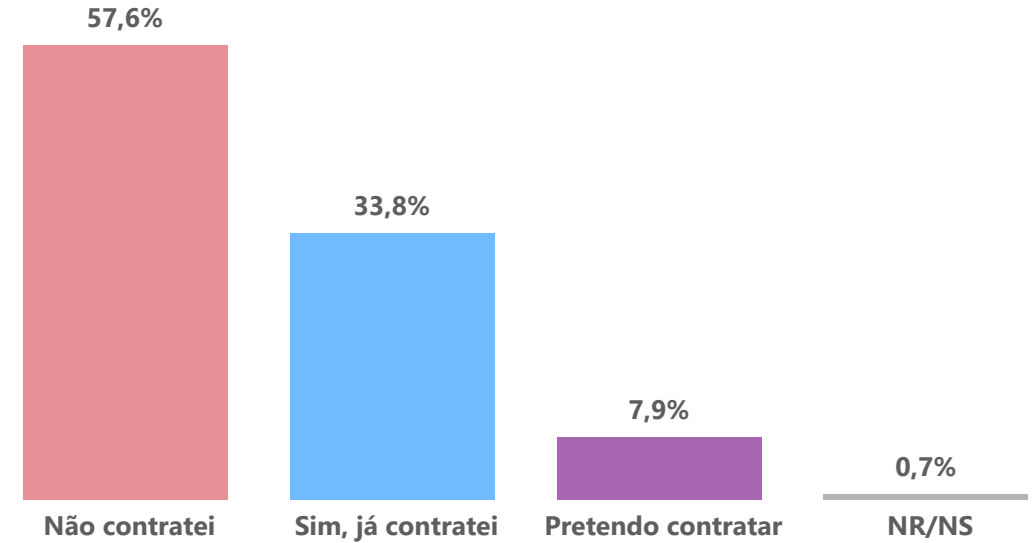
É mais comum a venda on-line para outras cidades e estados, por parte de 68,9% e 33,8% das empresas que trabalham com essa modalidade de vendas, nessa ordem. Apenas 8,6% atuam com vendas on-line para outros países.

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



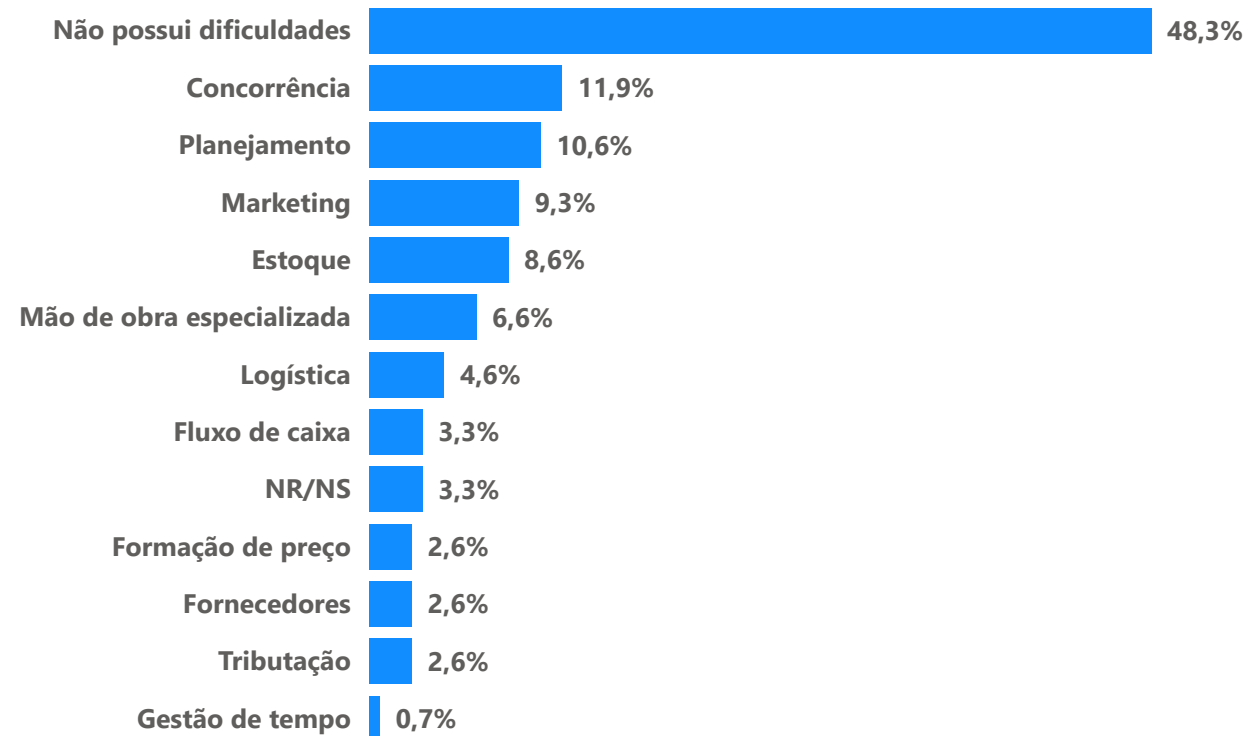
A utilização da avaliação feita pelos consumidores nas redes sociais e sites de reclamação é feita por 43,7% das empresas.

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



33,8% disseram já ter contratado influenciadores digitais para divulgação de suas marcas e produtos, na expectativa de alavancar suas vendas e 7,9% pretendem contratar.

Principais dificuldades na rotina de gestão do e-commerce



% empresas (não soma 100%)

As principais dificuldades notadas na rotina de gestão do e-commerce são concorrência, planejamento, marketing e estoque.

Opinião geral sobre segurança em vendas on-line

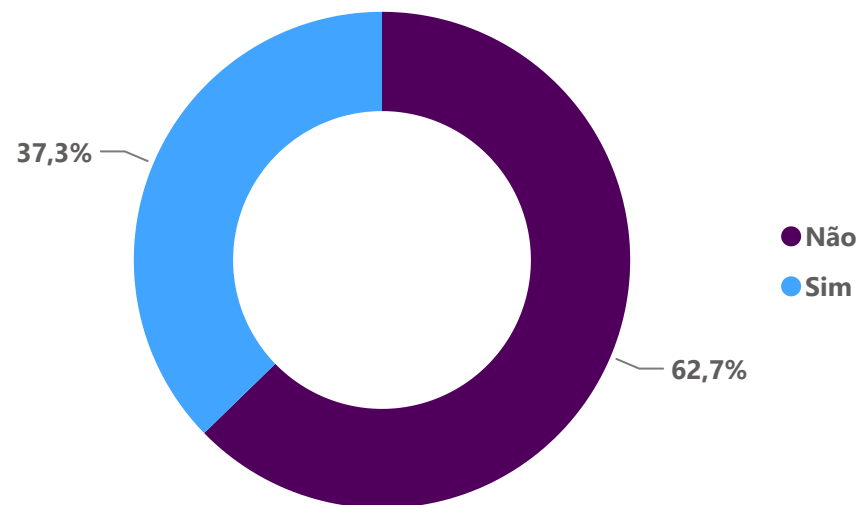
2026



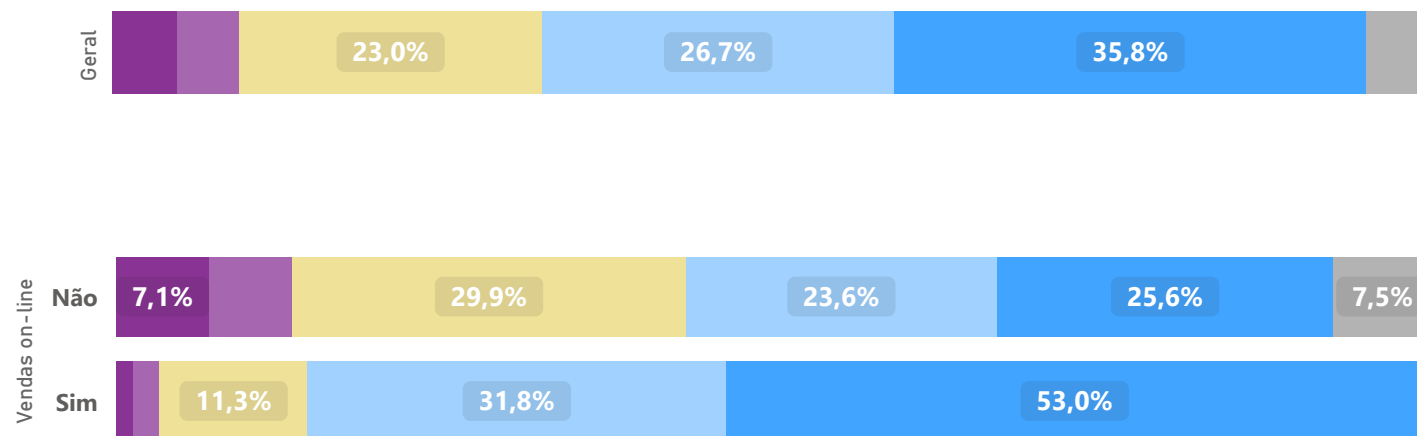
Vende on-line?

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

1 2 3 4 5 NR/NS

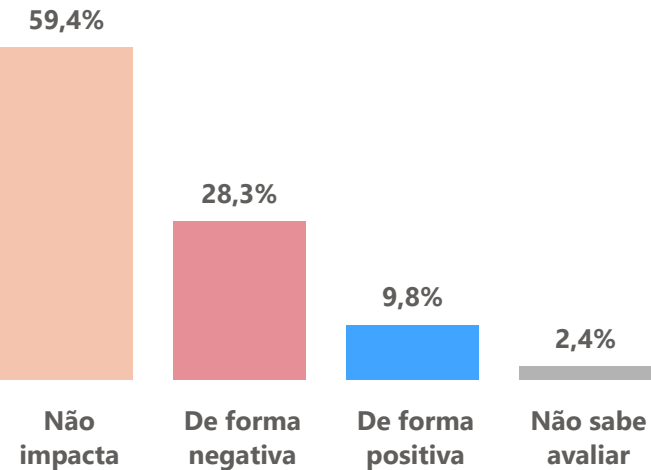


Ao todo, 62,7% não trabalham com vendas on-line e 37,3% trabalham.

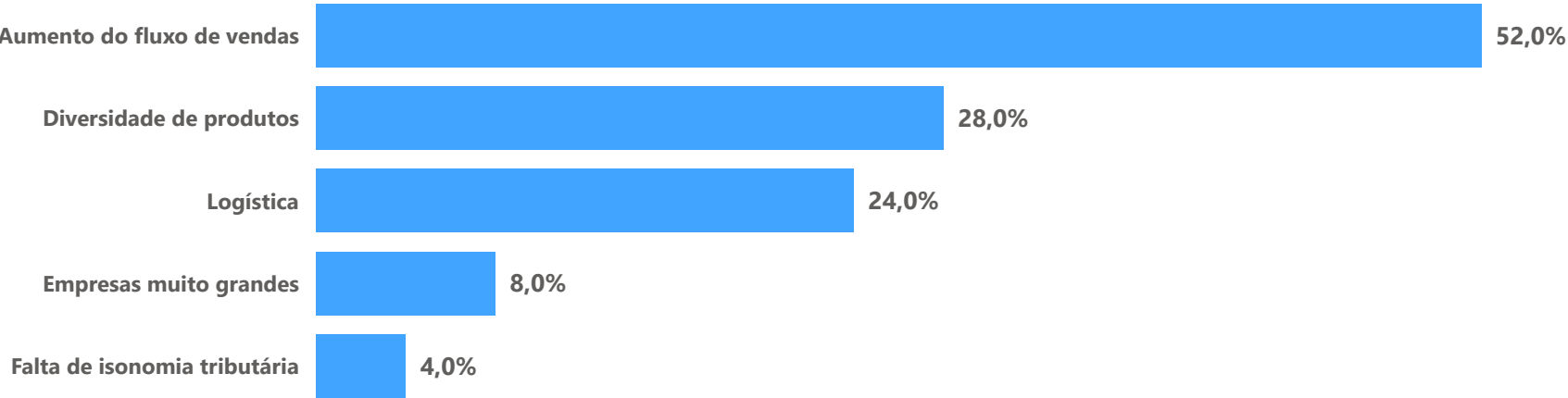


Avaliando a opinião de todos os estabelecimentos em relação à segurança em trabalhar com a internet, onde 1 é muito inseguro e 5 é muito seguro, no geral, a maioria (62,5%) se sente seguro em algum nível.

De que forma acredita que as vendas on-line de concorrentes impactam no seu negócio?

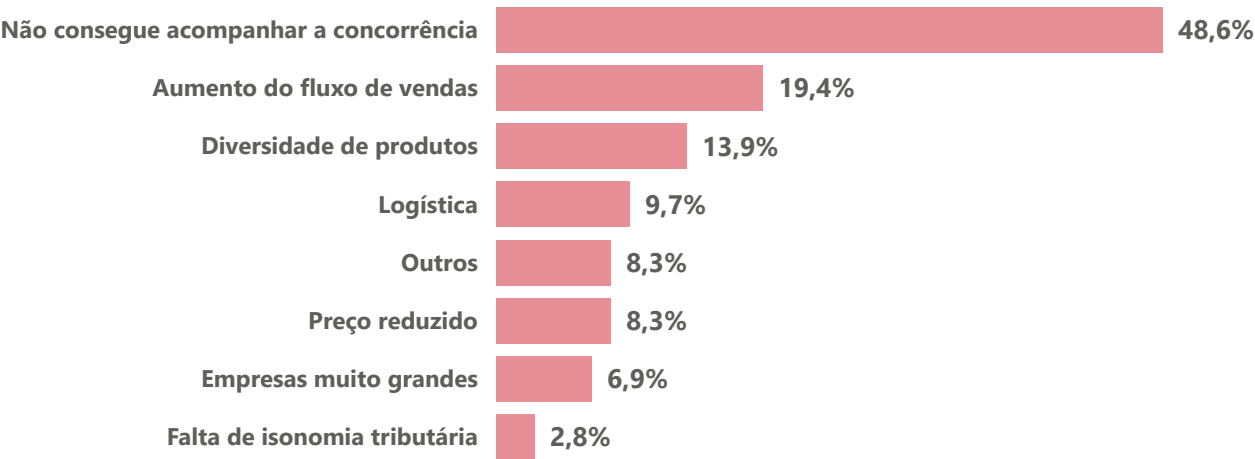


Por quais motivos tem essa opinião sobre a concorrência na internet? (POSITIVO)



% empresas (não soma 100%)

Por quais motivos tem essa opinião sobre a concorrência na internet? (NEGATIVO)



% empresas (não soma 100%)

Para aqueles que não realizam vendas on-line, quase 60,0% acredita que não há impacto nas vendas devido à concorrência de lojas on-line.

No entanto, para aqueles que acreditam que o impacto da concorrência virtual é positiva, o principal motivo apresentado foi o aumento do fluxo de vendas.

Já para os que dizem que a concorrência da internet impacta negativamente seus negócios, os motivos apresentados foram "não conseguir acompanhar a concorrência", "aumento do fluxo de vendas" e "diversidade de produtos".

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 03 e 17 de julho de 2026. Foram avaliadas 405 empresas, sendo pelo menos 40 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). Considerando uma amostragem aleatória simples de mesmo tamanho, a margem de erro seria da ordem de 4,89%, 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 Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Supervisor Pesquisa e Inteligência: Devid Lima da Silva

Assistente de Pesquisa: Pedro Henrique Mendes Costa

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Ellen de Abreu Dutra, Lucas Samuel da Silva Duarte e Pedro Augusto Borges Xavier

**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