

65% dos brasileiros estão comprando mais em sites e apps estrangeiros, afirma estudo da SBVC

Levantamento mostra que tíquete médio do e-commerce Cross Border é de R\$482,00, 7% acima do tíquete médio do e-commerce brasileiro.

São Paulo, maio de 2021 – O E-commerce Cross Border é uma realidade e também um caminho para quem deseja internacionalizar suas operações. Cada vez mais sites americanos e chineses oferecem produtos com lojas online traduzidas para o português e preços em muitos casos inferiores aos praticados no Brasil, com fretes e tempo de entrega considerados satisfatórios pelo consumidor brasileiro. Será que o mercado brasileiro está preparado para essa evolução do consumidor?

De acordo com o estudo “2ª edição - O consumidor brasileiro e suas compras no E-commerce Cross Border”, desenvolvido pela **Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)** em parceria com a **Opinion Box**, 65% dos e-consumidores estão comprando mais em sites e apps estrangeiros em relação a 12 meses atrás e 35% declaram estar comprando menos, principal motivo é a economia de dinheiro (52%) - um reflexo da pandemia. “O e-commerce brasileiro precisa estar ainda mais atento à concorrência com sites/lojas estrangeiros, pois o consumidor não vê as fronteiras e o tempo de espera pela entrega como barreiras tem diminuído bastante”, afirma Eduardo Terra, presidente da SBVC.

As compras em sites internacionais alcançam volumes expressivos: o tíquete médio da última compra em sites ou aplicativos estrangeiros foi de R\$482,00, 7% acima do tíquete médio do e-commerce brasileiro. O estudo mostra que as categorias mais compradas em sites internacionais são Eletrônicos (36%), Beleza (29%), Acessórios Femininos (29%) e Acessórios para smartphone (29%), sendo “Shopee” (29%) o principal site da preferência do consumidor, seguido pela Amazon (25%) e AliExpress (18%). É perceptível o crescimento das compras por meio de aplicativos (70%), pois os usuários percebem mais facilidade no momento da compra. Seguindo a jornada do consumidor, prazo de

entrega foi cumprido para 87% dos entrevistados, sendo que 85% aceitam esperar até 45 dias para a entrega feita no próprio endereço no Brasil.

Ainda sobre prazos de entrega, 60% pagariam mais para receber em menos tempo no máximo 30 dias (prazo considerado ideal para 44% dos entrevistados). “O tempo de entrega surgiu como um ponto negativo para os 25% de entrevistados que compraram menos nos últimos 12 meses. Existe uma oportunidade para o e-commerce nacional ganhar competitividade na competição com a concorrência global, que é o prazo de entrega”, diz Terra.

Metodologia

O estudo entrevistou 434 consumidores em todo o país, e teve como objetivo entender o comportamento do consumidor brasileiro no comércio online estrangeiro.

A íntegra do estudo está disponível no site da SBVC: <http://sbvc.com.br/estudo-2-edicao-o-consumidor-brasileiro-e-suas-compras-no-e-commerce-cross-border/>

Sobre a SBVC – Fundada em 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento através do fornecimento de estudos e pesquisas. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: conteúdo, relacionamento, responsabilidade social e apoio técnico. Acesse: www.sbvc.com.br