

59% 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\$ 499,75, 13% mais que a média do comércio eletrônico brasileiro

São Paulo, maio de 2019 – 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 “O consumidor brasileiro e suas compras no E-commerce Cross Border”, desenvolvido pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) em parceria com a Ferraz Pesquisa de Mercado, 59% dos e-consumidores estão comprando mais em sites e apps estrangeiros em relação a 12 meses atrás e 68% declararam que pretendem comprar mais no futuro. “O e-commerce brasileiro precisa estar atento à concorrência com sites estrangeiros, pois o consumidor não vê as fronteiras e o tempo de espera pela entrega como barreiras”, 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\$ 499,75, 13% acima do tíquete médio do e-commerce brasileiro. Em média, os consumidores fizeram compras Cross Border 2,59 vezes nos últimos 12 meses. “Os brasileiros compram mais que o dobro do limite de isenção de US\$ 50, o que mostra que as vantagens de preço e exclusividade de produtos são um forte impulso às vendas Cross Border”, comenta o presidente da SBVC.

O estudo mostra que as categorias mais compradas em sites internacionais são Eletrônicos (41%), Vestuário (37%) e Beleza (35%), sendo o AliExpress (30%) o principal site da preferência do consumidor, seguido pela Amazon (25%) e Wish

(23%). É perceptível o crescimento das compras por meio de aplicativos (34%), pois os usuários percebem mais facilidade no momento da compra. Seguindo a jornada do consumidor, prazo de entrega foi cumprido para 78% dos entrevistados, sendo que 48% esperaram mais de 60 dias para a entrega feita no próprio endereço no Brasil.

Ainda sobre prazos de entrega, 55% pagariam mais para receber em menos tempo no máximo 30 dias (prazo considerado ideal para 71% dos entrevistados). “O tempo de entrega surgiu como um ponto negativo para os 41% 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 427 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/oconsumidorbrasileiro/>

Sobre a SBVC – Fundada em 29 de maio de 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 e promover ações sociais. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: Conteúdo, Relacionamento, Responsabilidade Social e Apoio Técnico.