



*Estudo mostra que 65% dos entrevistados afirmam estar comprando mais em sites/aplicativos de outros países em relação a 12 meses atrás. E para 79% dos entrevistados preço é o principal motivo para comprar em sites estrangeiros.*

Estudo - 2ª edição

# O consumidor brasileiro e suas compras no e-Commerce CROSS BORDER

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



MAIO/ 2021

# e-Commerce Cross Border



## Estrutura do Estudo:

**1. Introdução**

**2. Objetivo e Método**

**3. Destaques**

**4. Perfil da amostra**

**5. Resultados**



# Introdução



# Introdução



O **e-Commerce Cross Border** é uma realidade para marcas ou varejistas que desejam internacionalizar suas operações. Estabelecer uma presença física em outros países e regiões, seja com um escritório, um warehouse ou um centro de distribuição, pode reduzir burocracias legais e agilizar o ciclo de vendas e entregas para os consumidores de fora.

**e-Commerce  
CROSS BORDER**



**Comercializar produtos pela internet  
e enviá-los para outros países.**



Nesta pesquisa foi abordado o e-Commerce Cross Border do consumidor brasileiro que compra em sites/apps de outros países.

Existe também uma outra abordagem do e-Commerce Cross Border, que é a empresa brasileira que vende para fora do país.

**Tipos de comércio online estrangeiro das empresas:**

- 1. Multicentros de distribuição:** abertura de um centro de distribuição no país desejado.
- 2. Despacho centralizado:** envio a partir do centro de distribuição mais próximo do país de destino.



# Introdução



**Cross Border Trade cresceu 76% em faturamento em 2020.**

Faturamento total do  
e-Commerce brasileiro 2020

**R\$110.1 BI**

Var. 20 vs. 19  
**47%**

**R\$22.7 BI**

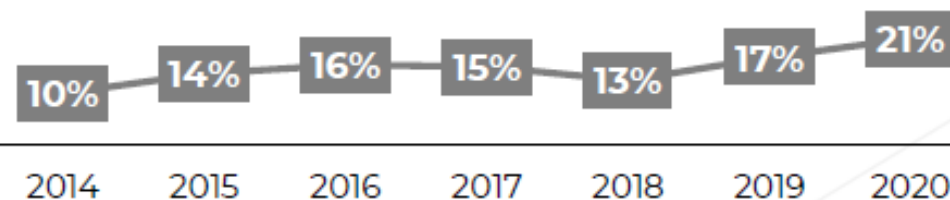
Var. 20 vs. 19  
**76%**

O aumento do  
dólar representa  
15% do crescimento  
de Cross Border

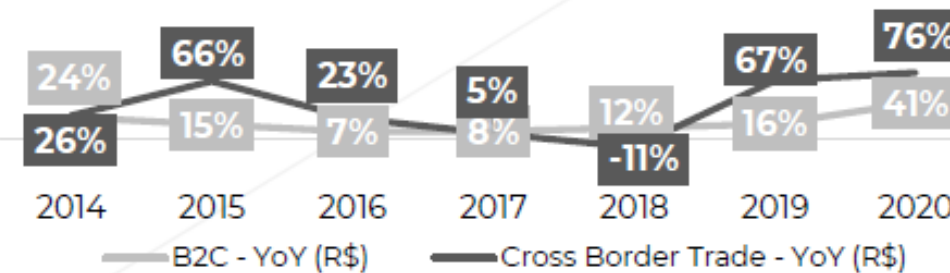
■ B2C + Cross Border Trade

□ Cross Border Trade

Importância em faturamento – cross border trade



Varição versus ano anterior em faturamento



\*Dados em Reais considerando a média do dólar de cada ano para conversão

# Introdução



## Lei que facilita o comércio online estrangeiro no Brasil:

*“Os bens que integrem remessa postal internacional no valor de até US\$ 50,00 (cinquenta dólares dos Estados Unidos da América) ou o equivalente em outra moeda serão desembaraçados com isenção do Imposto de Importação, desde que o remetente e o destinatário sejam pessoas físicas.”*

**Limitações das empresas:** burocracia de sistemas políticos e regimes fiscais mais protecionistas, atrapalhando, inclusive, a **internacionalização das operações** dessas empresas.

**Limitações dos consumidores:** Conexão brasileira de internet instável e lenta, com cerca de um terço da velocidade média global.



**CADA VEZ MAIS SITES AMERICANOS E CHINESES OFERECEM PRODUTOS EM LOJAS ONLINE TRADUZIDAS PARA O PORTUGUÊS E PREÇOS ATÉ MESMO BAIXO DOS PRATICADOS NO BRASIL, COM FRETES E TEMPO DE ENTREGA CONSIDERADOS SATISFATÓRIOS PELO CONSUMIDOR BRASILEIRO.**

**O MERCADO BRASILEIRO ESTÁ PREPARADO PARA ISSO?  
É PRECISO FICAR DE OLHO!**



# Objetivo e Método





**A Pesquisa teve como objetivo entender o comportamento do consumidor brasileiro no comércio online Cross Border. Alguns aspectos abordados:**

- Hábitos de compra
- Intenção de compra
- Motivos e frequência de compra
- Jornada de compra

EM SITES  
DE OUTROS  
PAÍSES

# Método de Pesquisa



MÉTODO	2019	2021
Pesquisa quantitativa de opinião	Painel online	Painel online
Amostra	427 entrevistas	434 entrevistas
Margem de erro (95% nível de confiança)	4 p.p.	4 p.p.
Data de realização da pesquisa	11 a 21 de março/ 2019	27 de abril a 10 de maio/ 2021

**Consumidores que fizeram pelo menos uma compra em sites estrangeiros nos últimos 12 meses.**



Legenda:

2021

2019

# Destques do Estudo



# Destques



- ✓ 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 gasto com produtos em sites estrangeiros é, em média, de R\$ 1.512,61 por ano e as categorias mais consumidas são Eletrônicos, Moda/ Beleza e Acessórios para smartphone.
- ✓ As lojas de outros países que os entrevistados já compraram algum produto são AliExpress (54%), Shopee (54%) e Amazon (50%). E as preferências dos entrevistados são, Shopee (29%) que vem na frente de Amazon (25%) e AliExpress (18%).
- ✓ 87% declaram que o prazo de entrega é cumprido no prazo determinado (vs. 78% em 2019) e 85% alegam o desejo de ter o produto em 45 dias no máximo. Prazo curto de entrega e eficiência operacional são vantagens dos *players* nacionais.
- ✓ 65% estão comprando mais em sites/aplicativos de outros países em relação a 12 meses atrás, e 35% declaram estar comprando menos, principal motivo é a economia de dinheiro (52%) - um reflexo da pandemia.

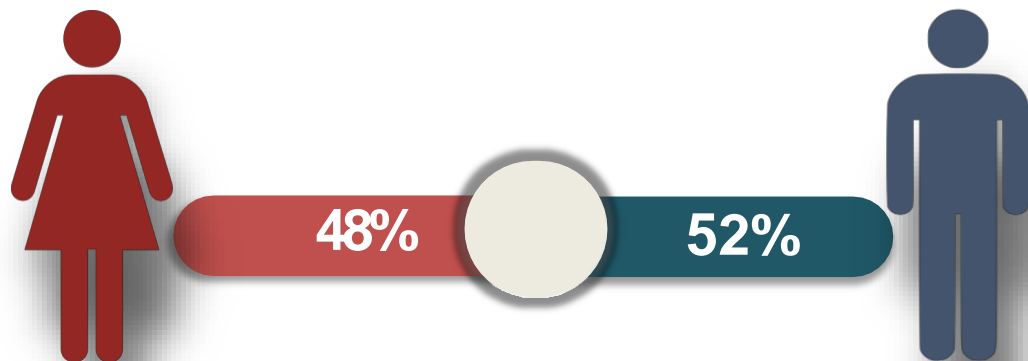


# Perfil da amostra

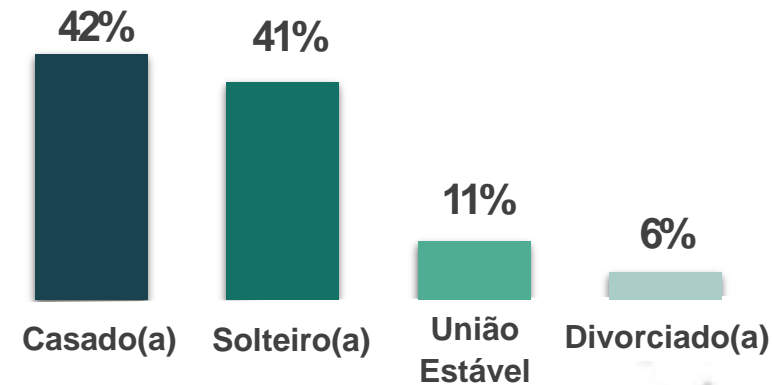


# Perfil da amostra

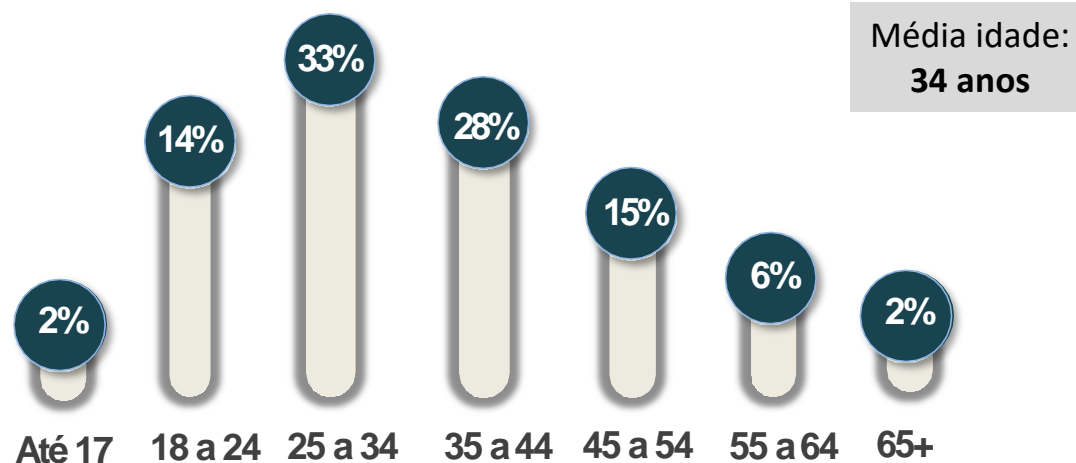
## Sexo



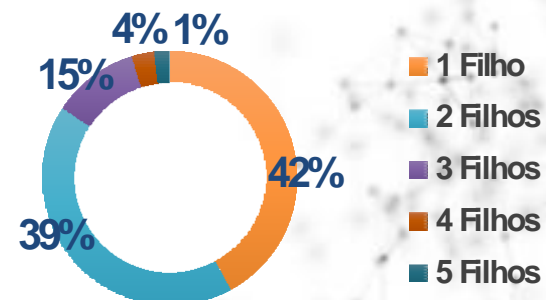
## Estado Civil



## Faixa Etária (anos)



## Filhos



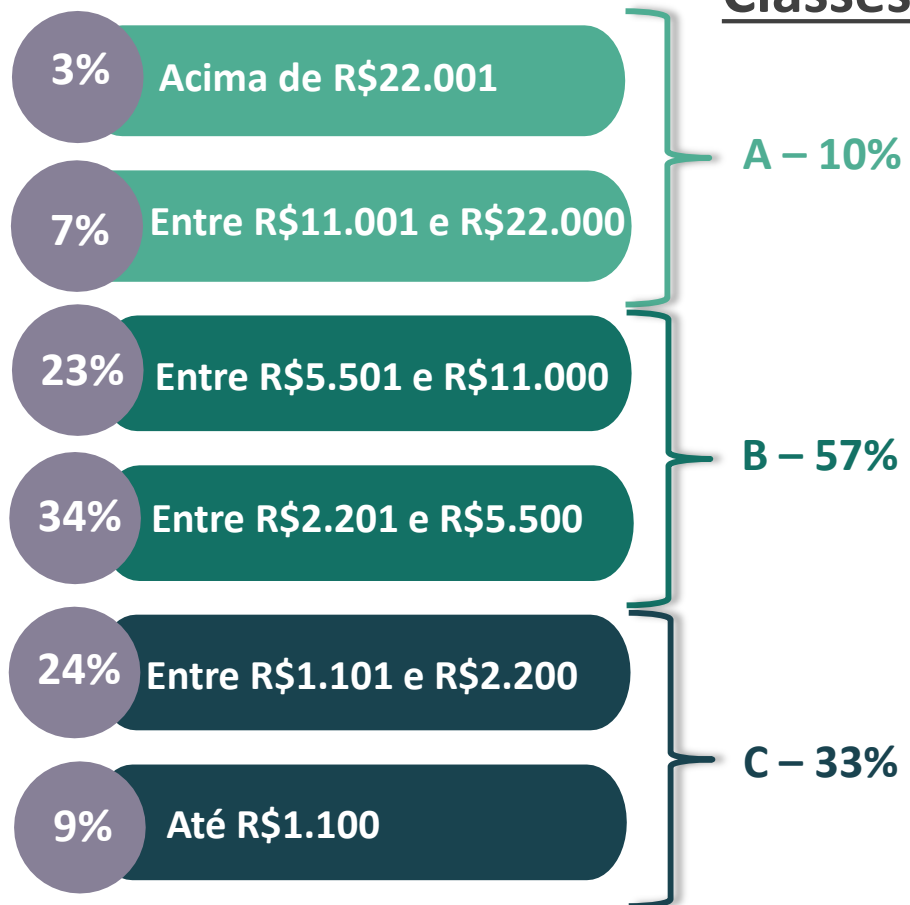
# Perfil da amostra



## Renda

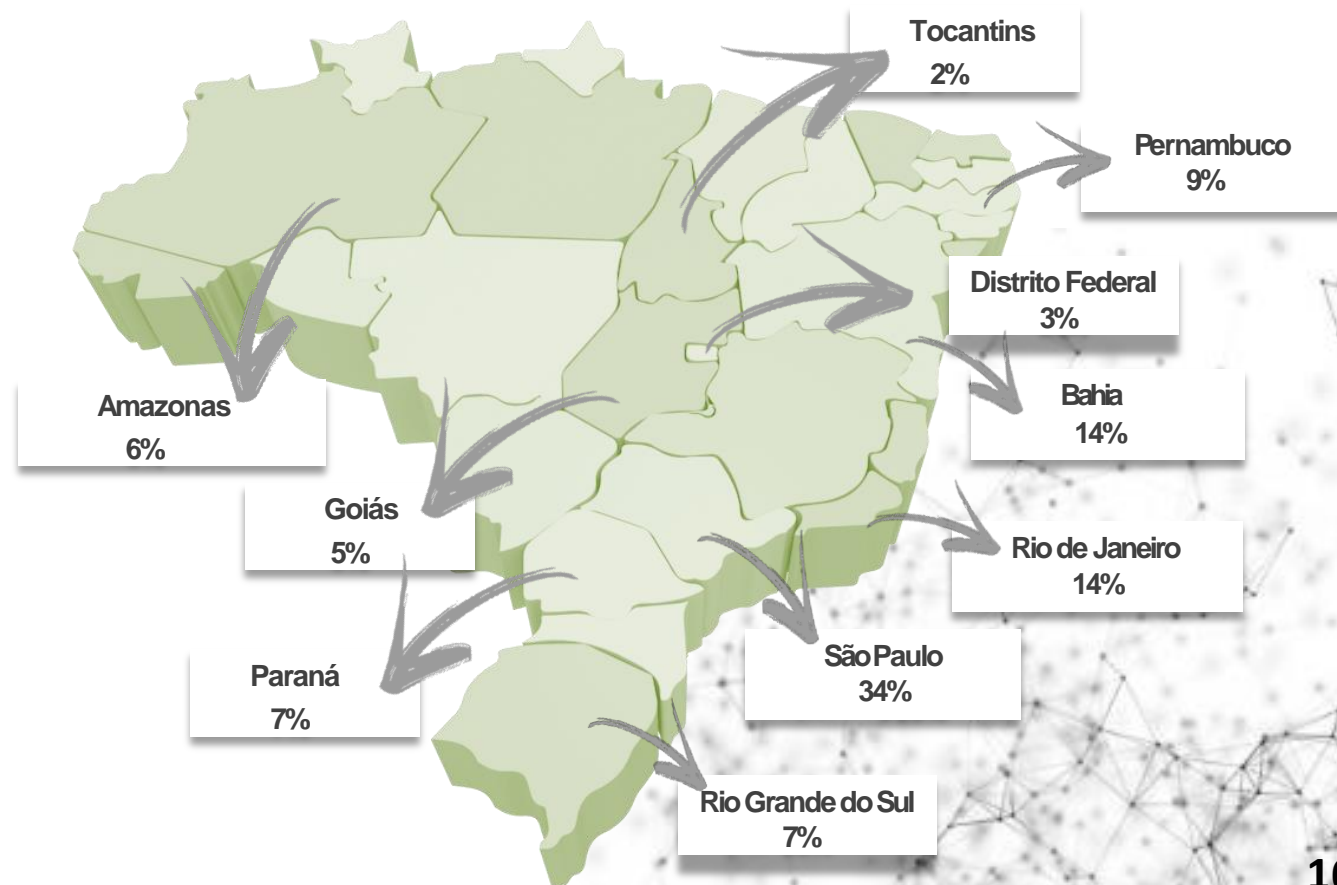
81% possuem renda remunerada

### Classes



2% Recusou Responder

### UF de Residência



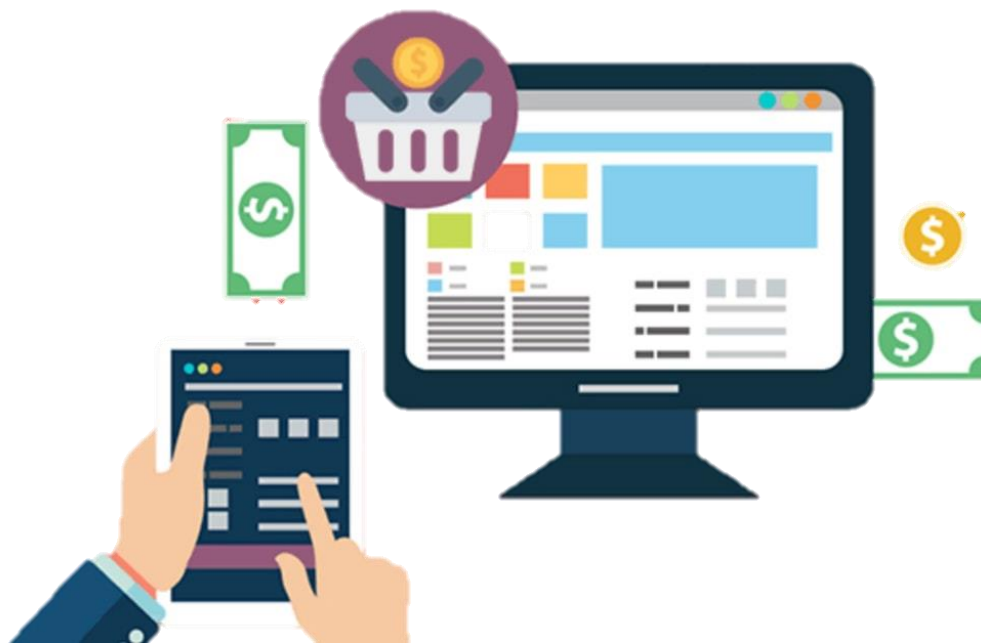


# 100% costumam comprar online.



Sendo 68% da maioria de suas compras em lojas online.

33% em lojas físicas.



# Resultados

## Processo da compra

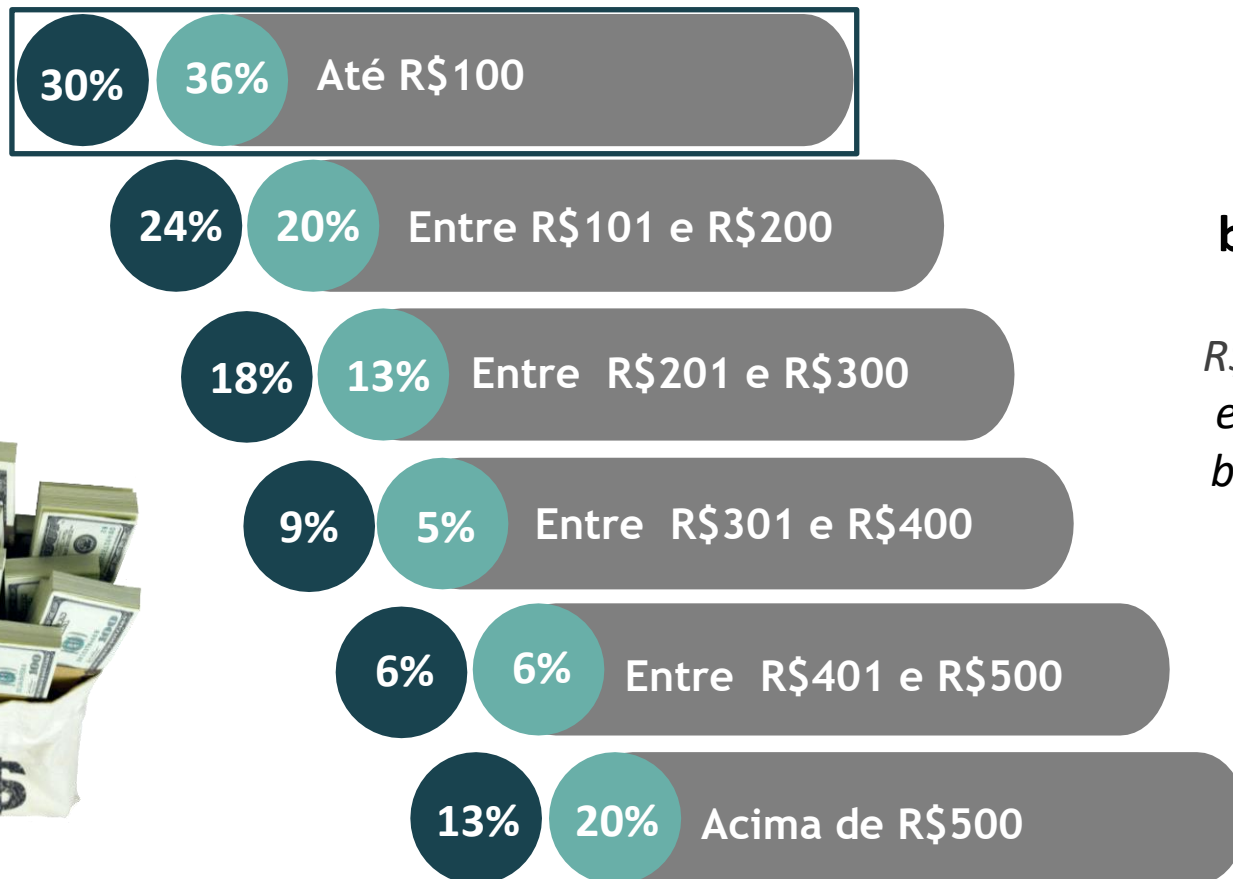
Valor gasto, produto, marca, forma de pagamento e dispositivo utilizado



# O gasto médio realizado na última compra online em sites de outros países foi de **R\$482**



Quanto gastou em sites de outros países na última compra?



**Ticket médio do e-commerce brasileiro em 2020 foi de R\$ 452.**

Fonte: Ebit | Nielsen

*R\$30 menos que a última compra online em site de outro país. Os consumidores brasileiros gastam mais por compra em sites internacionais.*

Legenda:

2021

2019

19

# O gasto total médio realizado nos últimos 12 meses em sites de outro país foi de **R\$ 1.512,61**



## Quanto gastou em sites de outros países nos últimos 12 meses?

39%

53%

Até R\$300

23%

15%

Entre R\$301 e R\$600

14%

6%

Entre R\$601 e R\$900

9%

6%

Entre R\$901 e R\$1.100

16%

16%

Acima de R\$1.101



Legenda:

2021

2019

# Eletrônicos, Moda/ Beleza e Acessórios para smartphone lideram a preferência para compra em sites de outros países.



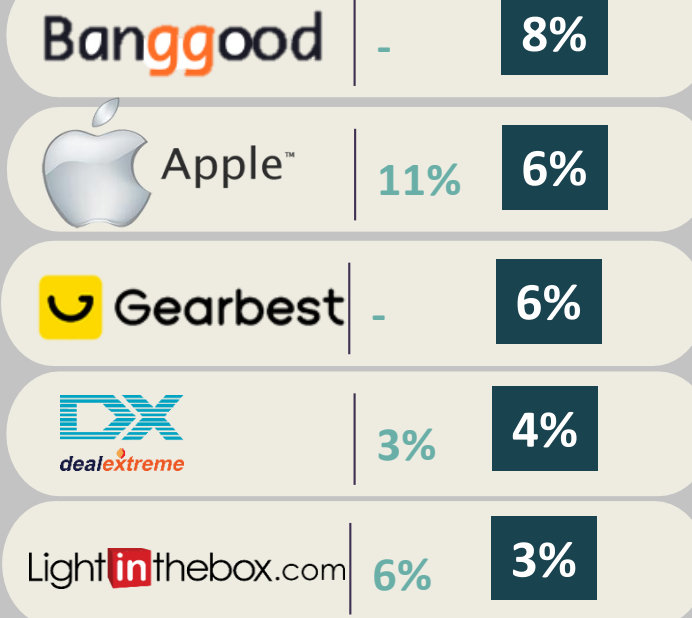
Legenda:



# AliExpress e Shopee são sites de outros países que os consumidores brasileiros já compraram um produto.



## Lojas de outros países que já comprou algum produto:



Outros: 5%

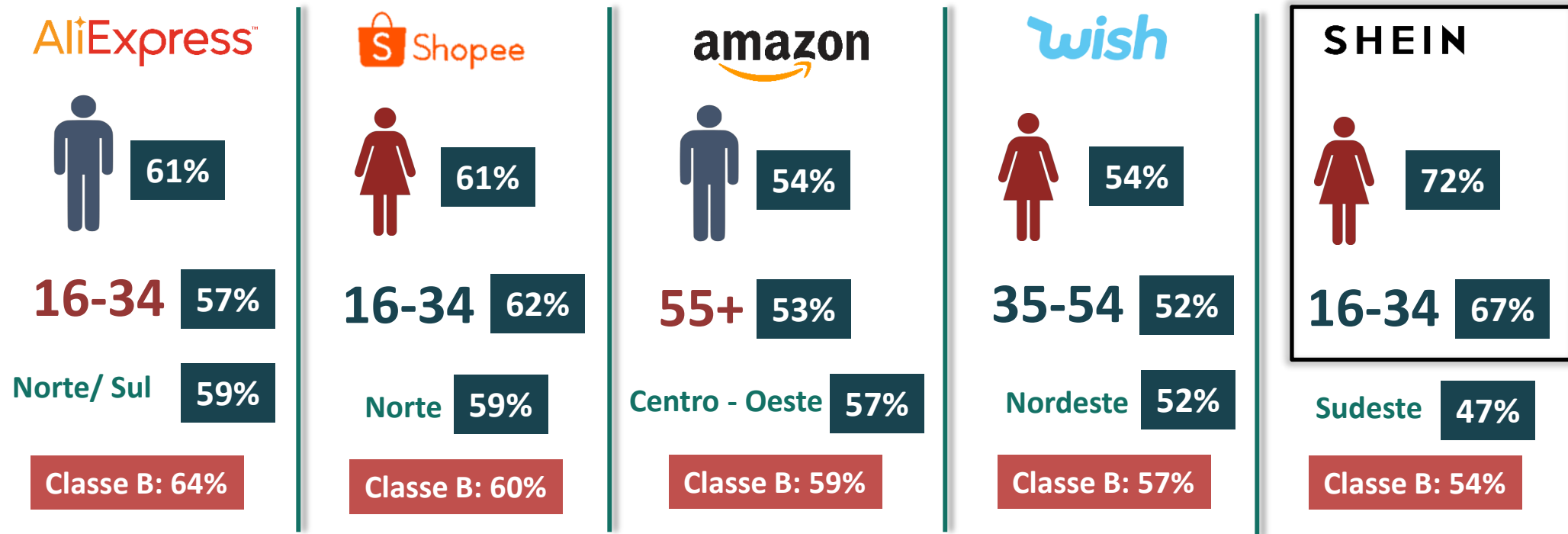


AliExpress e Amazon são sites de outros países que os a maioria dos homens já compraram algum produto.



## Lojas de outros países que já comprou algum produto:

### Perfil por marca – 5 lojas mais utilizadas (Sexo, Idade, Região E Classe Social):







Quando falamos em preferência dos entrevistados, **Shopee** sai na frente, passando Amazon e AliExpress.



**Lojas de outros países que tem preferência na compra:**

<b>62% NÃO REJEITAM NENHUM SITE</b>	Wish	12%
	BangGood	7%
	DX (Deal Extreme)	6%
	AliExpress	6%
	Apple	6%
	Shopee	5%
	Gearbest	5%
	Amazon	5%

	-	<b>29%</b>
	25%	<b>25%</b>
	30%	<b>18%</b>
	23%	<b>12%</b>
	-	<b>5%</b>

	5%	<b>2%</b>
	2%	<b>2%</b>
	1%	<b>1%</b>
	-	<b>1%</b>

Outros: 3%

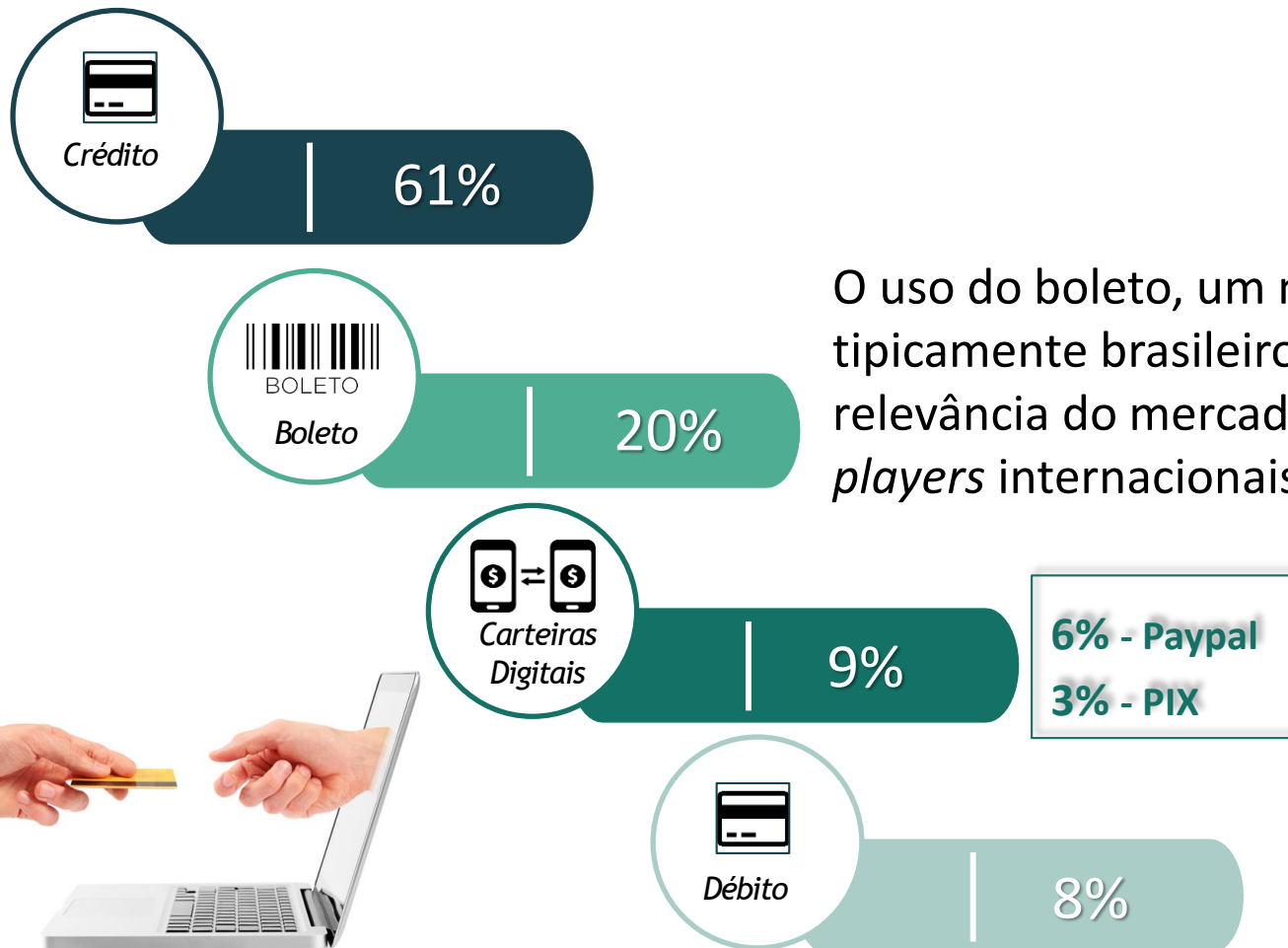




# Forma de pagamento mais utilizada em compras internacionais é o cartão de crédito, seguido por boleto.



## Formas de pagamento mais utilizadas



P19. Você pagaria mais para recebê-lo em menos tempo?

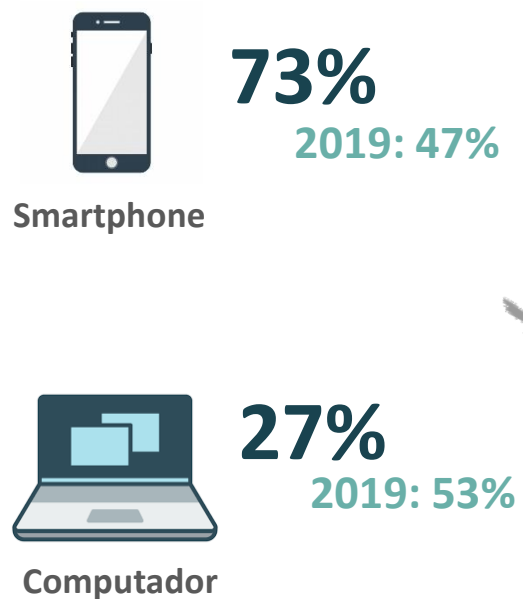
1% Transferência Bancária

P20. Qual foi a forma de pagamento mais utilizada em suas compras em site/ aplicativo de outros países? Base: 2019: 427/ 2021: 434

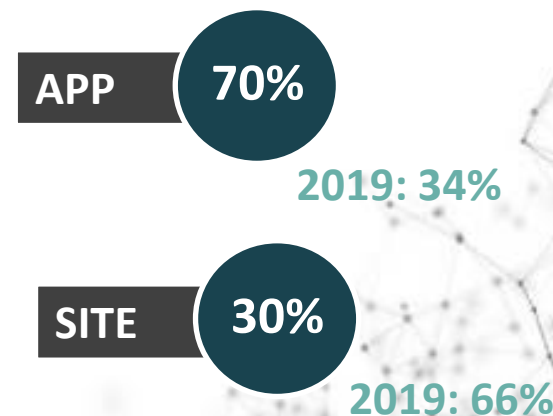
# Crescimento significativo para compras via smartphone, e também através de aplicativos.



## Qual dispositivo utilizou para essas compras?



Por meio de:



# Resultados

## Pós Compra

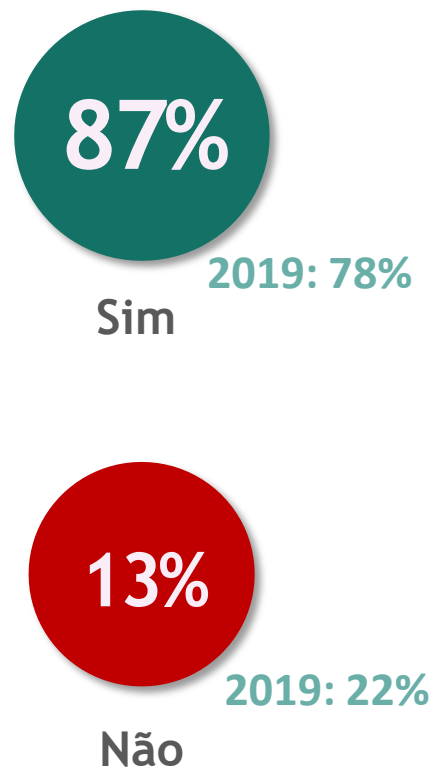
Prazo de entrega, satisfação e comportamento de compra



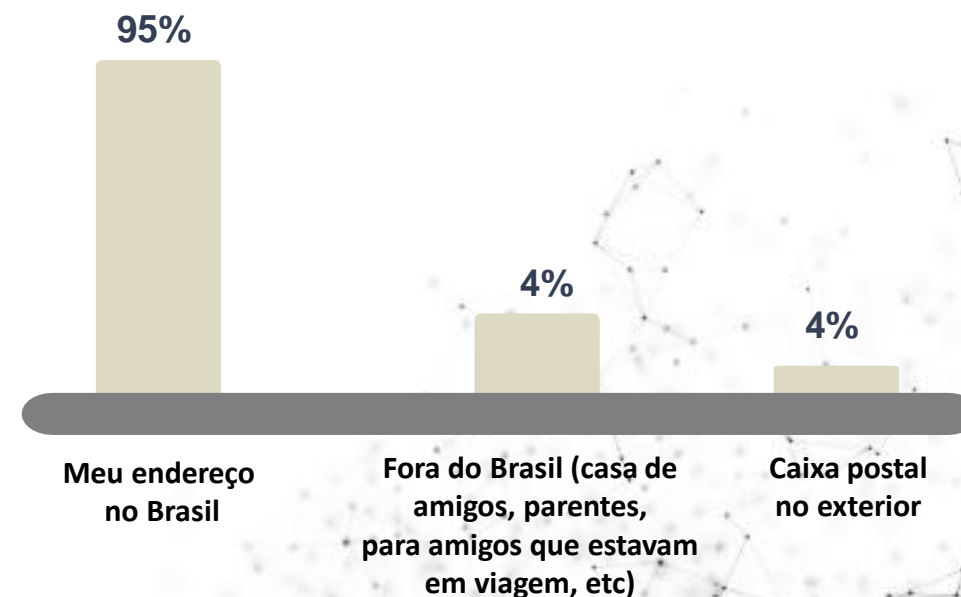
# Prazo de entrega ainda é calcanhar de Aquiles do e-Commerce Cross Border



## O prazo de entrega foi cumprido?



## Onde foi feita a entrega?



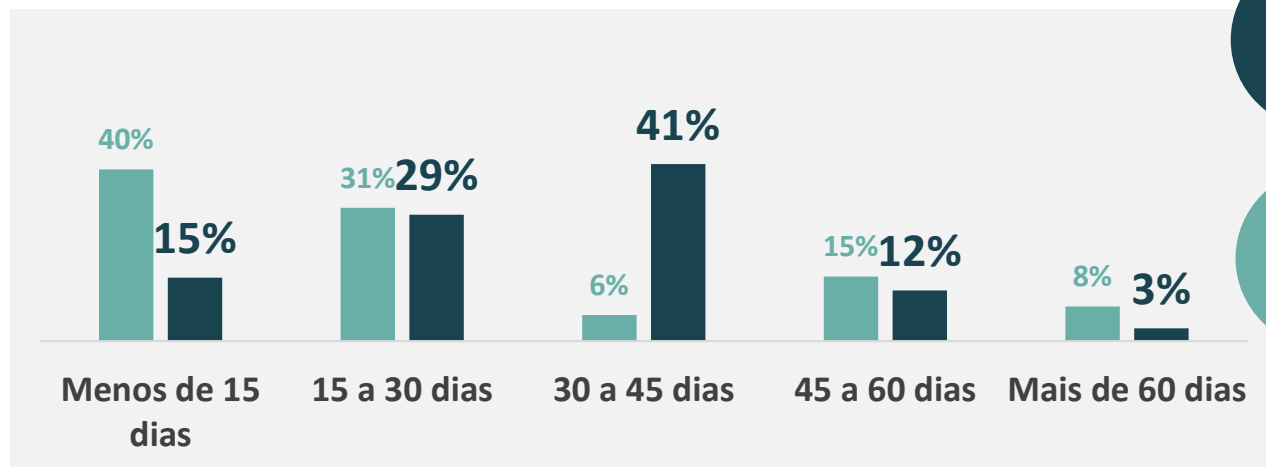
P16. Onde foi/ foram a(s) entrega(s) do produto comprado em site/aplicativo de outros países? (RM)

P18. O prazo de entrega para seu endereço no Brasil, do(s) site(s)/ aplicativo(s) em que comprou foi cumprido? Base: 2019: 427/ 2021: 434



Em comparação com a pesquisa feita em 2019, consumidor está aceitando esperar mais pela entrega.

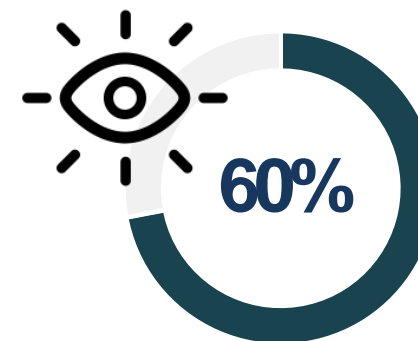
## Qual o tempo aceitável de espera pela compra de sites de outros países?



Legenda:

2021

2019



**PAGARIAM  
A MAIS PARA  
RECEBER EM  
MENOS TEMPO!!!**

**85% aceitam receber o produto em no máximo 45 dias**

# Maioria dos consumidores está satisfeita com as compras online em sites de outros países.



## Ficou satisfeito com as compras?

**72% Satisfeitos**  
2019: 87%

8% Indiferente  
21% Insatisfeito

Apesar do número alto de satisfeitos, há uma parcela significativa de Insatisfeitos.

**Precisaram  
trocar o  
produto**

**6%**



P23. Você ficou satisfeito com as suas compras em site/ aplicativo de outros países?

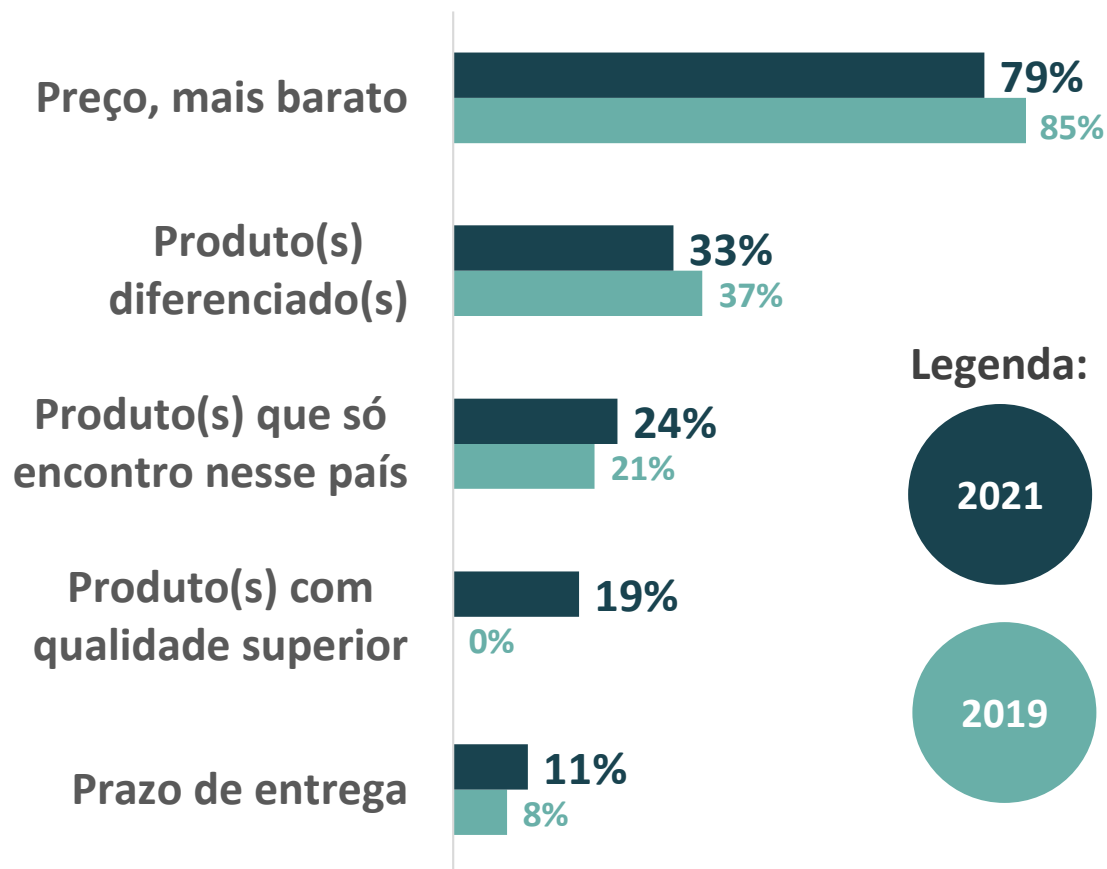
P24. Foi necessária a troca de algum produto comprado em sites internacionais?

Base: 2019: 427/ 2021: 434

# Preço é decisor de compras em sites estrangeiros



## Motivos que o fazem comprar em sites de outros países:



# 65% estão comprando mais em sites de outros países – preço impulsiona comportamento



65%

Estão comprando mais em sites de outros países comparado há 12 meses atrás.

2019: 59%

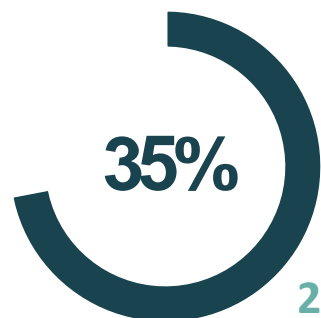
## Principais motivos:

<b>PREÇO: MAIS BARATO</b>	<b>77%</b>
Custo de frete mais baixo	38%
Produto(s) diferenciado(s)	33%
Produto(s) que só encontro nesse país	22%
Prazo de entrega	19%
Produto(s) com qualidade superior	17%





# 35% estão comprando menos em sites de outros países, devido ao tempo de entrega



Estão comprando **menos** em sites de outros países comparado a 12 meses atrás

2019: 41%



### Principais motivos:

<b>ESTOU ECONOMIZANDO</b>	<b>52%</b>
Cotação alta do dólar	36%
Prazo de entrega, demora muito	25%
Frete, está muito caro	21%
Preço, mais caro	15%



- Momento de pandemia.



# Futuramente você pretende...



**34%** Comprar MAIS em site/aplicativo de outros países.

**48%** Comprar a MESMA quantidade em site/aplicativo de outros países.

**18%** Comprar MENOS em site/aplicativo de outros países.

# Resultados

## Sites estrangeiros



# Maioria dos consumidores costuma comprar em sites de outros países no idioma português



## Qual idioma dos sites em que costuma comprar?

**89% fazem as compras em Português**

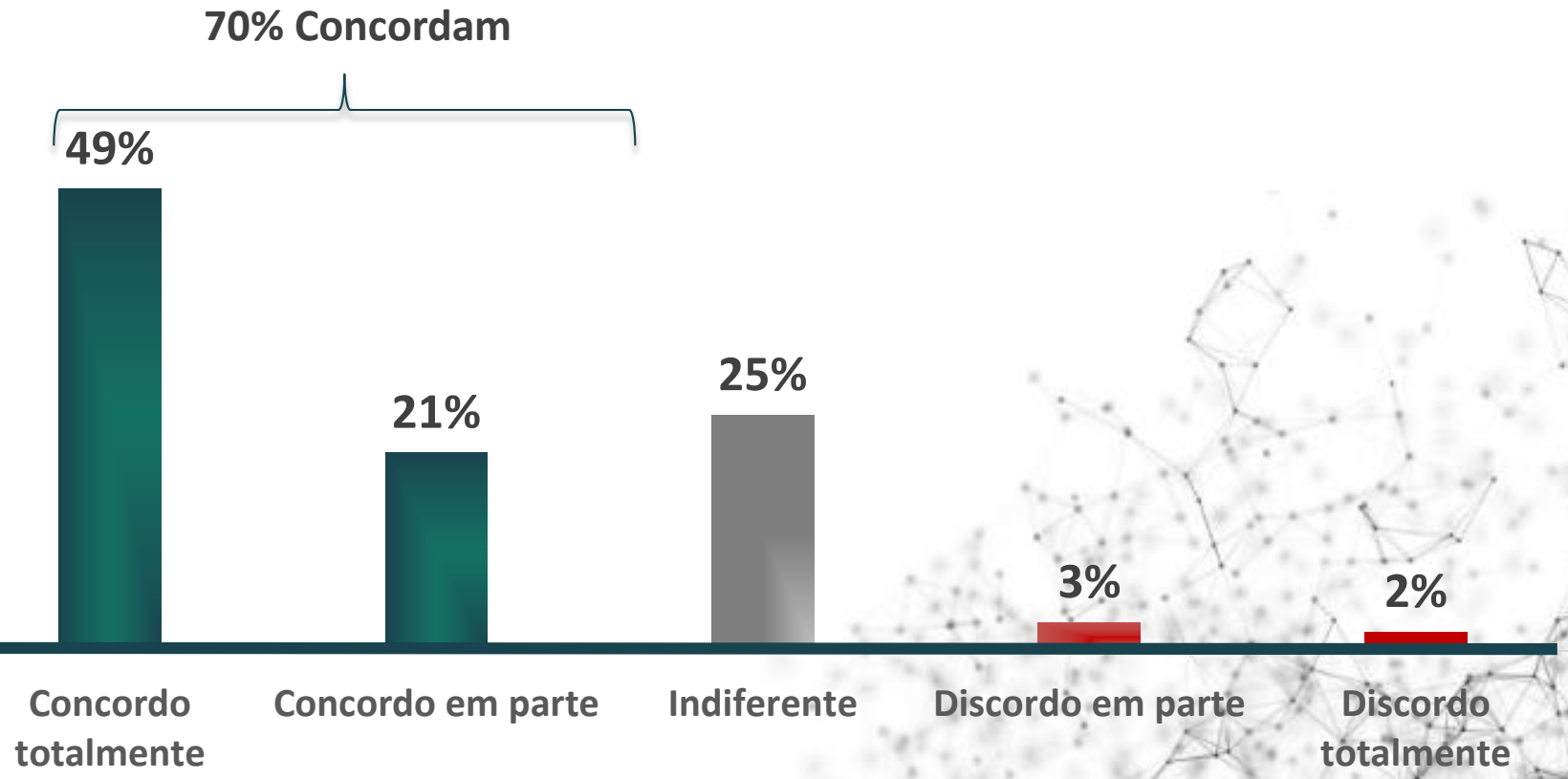


**11% fazem as compras em Inglês**

# Consumidores concordam com a venda de produtos de marcas brasileiras para outros países



Você concorda ou discorda que as marcas brasileiras vendam seus produtos para outros países?



# e-Commerce Cross Border



Hoje, o e-Commerce já faz parte do leque de opções e a experiência se transforma: de insegura e cheia de desconfiança para prática e simplificada.

O consumidor brasileiro é conectado, contestador e consciente de uma decisão de compra mais racional. A popularização dos smartphones, da banda larga e do acesso 5G assume um papel de protagonismo neste comportamento.

O e-Commerce Cross Border se consolida, nesse cenário, como uma opção viável para consumidores que buscam produtos mais baratos que seus similares nacionais e não se importam em aguardar a entrega em prazos mais elásticos. Caso a concorrência direta em preço seja impeditiva para os *players* nacionais, é possível agregar valor por meio de prazos mais curtos de entrega.

Os *players* internacionais preferidos pelos consumidores brasileiros contam com informações em português, fazendo com que a barreira de um idioma estrangeiro seja superada e conferindo mais confiança às transações.



# e-Commerce Cross Border



O Cross Border já está incorporado ao comportamento de consumo online dos brasileiros.

E essa concorrência só aumentará, pois o consumidor não vê as fronteiras nacionais como uma barreira.

Temos como conclusão que a concorrência é cada vez mais global.



# Ficha Técnica



## Realização SBVC:

**Eduardo Terra** – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Fernanda Besnosoff** – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

## Diretoria SBVC:

**Eduardo Terra** – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Alberto Serrentino** – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail

**Hélio Biagi** – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

**Ronald Nossig** – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Co-Fundador do OasisLab

**Maria Odete Alves** – Gerente Executiva da SBVC

## Parceria:

**Felipe Schepers** – COO do Opinion Box





# Obrigado.



opinion  box

