

Estudo

O consumidor brasileiro e suas compras no E-COMMERCE CROSS BORDER

REALIZAÇÃO:
 **SBVC**
Sociedade Brasileira
de Varejo e Consumo

PARCERIA:
 **ferraz**
pesquisa de mercado



Maio/ 2019

E-commerce Cross Border



Estrutura do Estudo:

1. Introdução

2. Objetivo e Método

3. Perfil da amostra

4. Resultados

5. Conclusões



Introdução



Introdução



O **E-commerce Cross Border** é uma realidade para quem deseja 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.**

Introdução



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

Existe também outra realidade 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



Devido à entrada de **quase 1 milhão de brasileiros** que fizeram, pela primeira vez, uma compra em um e-commerce internacional em 2018, o número absoluto de pessoas que compraram Cross Border **em 2018 cresceu 3%, para 23,1 milhões.**

CONSUMIDORES BRASILEIROS EM SITES INTERNACIONAIS

ANO	CONSUMIDORES ÚNICOS	VARIAÇÃO ANUAL
2014	12,3 MI	49%
2015	17,5 MI	42%
2016	21,2 MI	21%
2017	22,4 MI	6%
2018	23,1 MI	3%

GASTOS DE BRASILEIROS EM SITES INTERNACIONAIS (US\$)

ANO	COMPRAS CROSS BORDER	VARIAÇÃO ANUAL
2014	1,72 BI	16%
2015	2,02 BI	18%
2016	2,4 BI	17%
2017	2,7 BI	15%
2018	2,2 BI	-22%

O gasto dos brasileiros em sites estrangeiros em 2018 foi de US\$ 2,2 bilhões, o equivalente a R\$ 12 bilhões. Isso significa 23% do e-commerce brasileiro, que movimenta R\$ 53,2 bilhões no Brasil.

Introdução

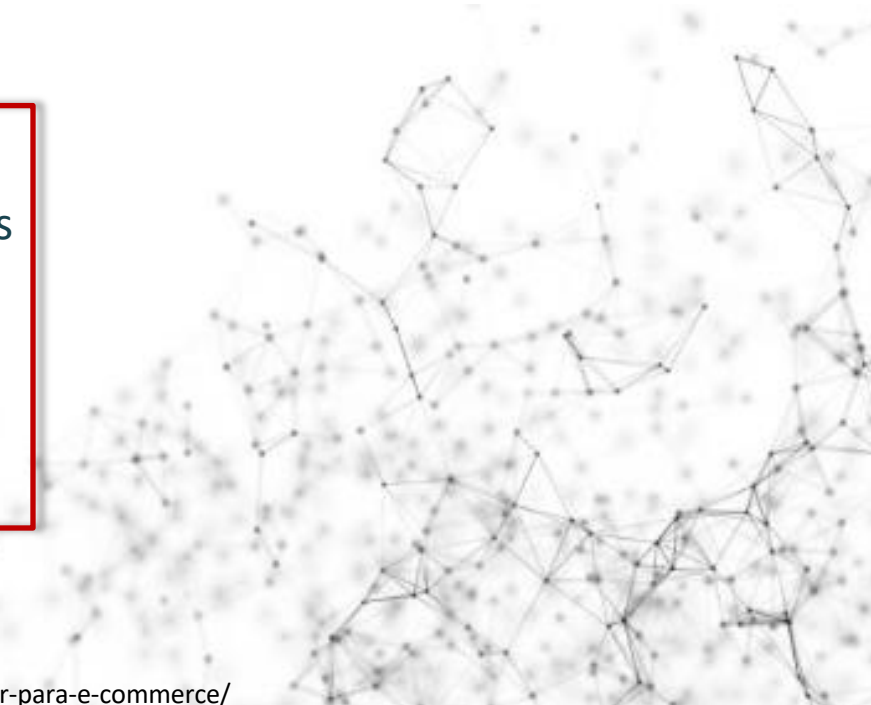


Lei que facilita o comércio online estrangeiro no Brasil:

“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.



Introdução



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



Objetivo



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



- **Tipo de Pesquisa:** pesquisa quantitativa de opinião, por meio de abordagem via painel online.
- **Amostra:** 427 entrevistas, com consumidores que fizeram pelo menos uma compra em sites estrangeiros nos últimos 12 meses.
- **Questionário:** 30 perguntas
- **Data de coleta:** 11 a 21 de Março de 2019
- **Abrangência:** 10 capitais (PR, GO, BA, AM, PE, DF, RJ, SP , TO e RS)
- **Margem de Erro:** +/- 4 pontos percentuais, considerando nível de confiança de 95%.

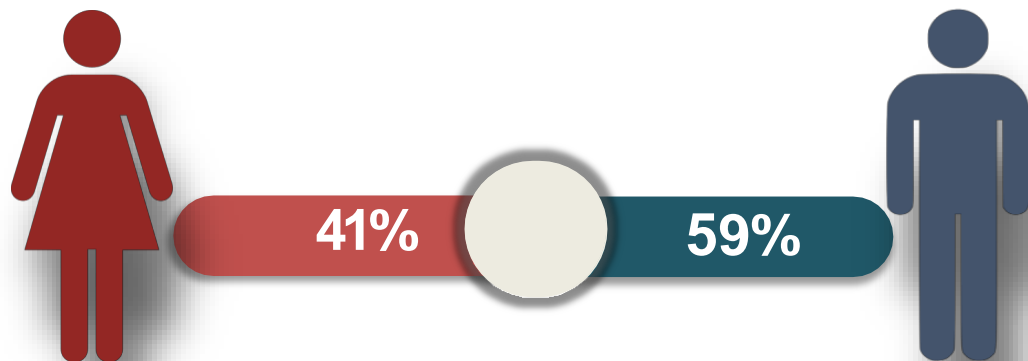


Perfil da amostra

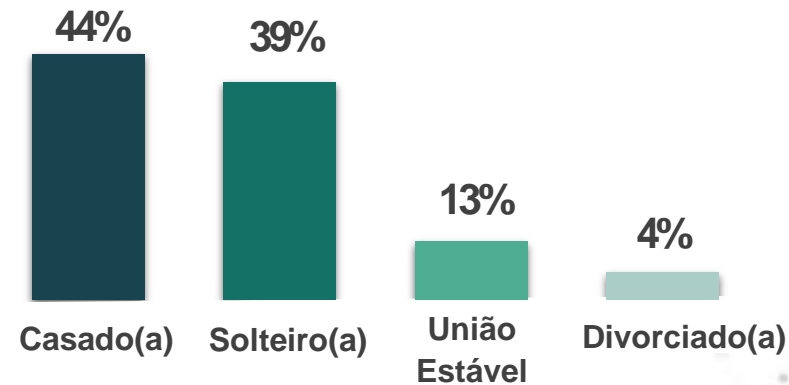


Perfil da amostra

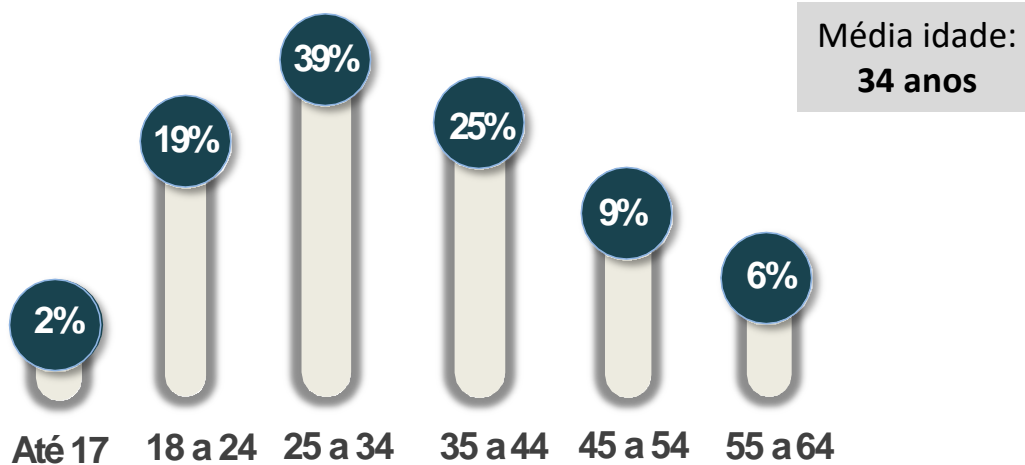
Sexo



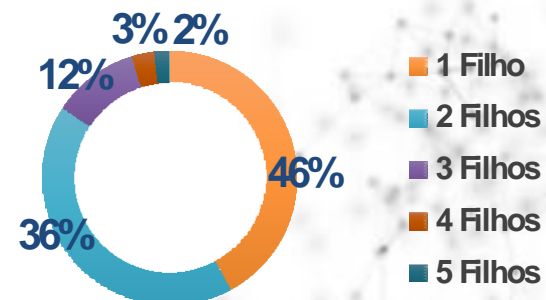
Estado Civil



Faixa Etária (anos)



Filhos



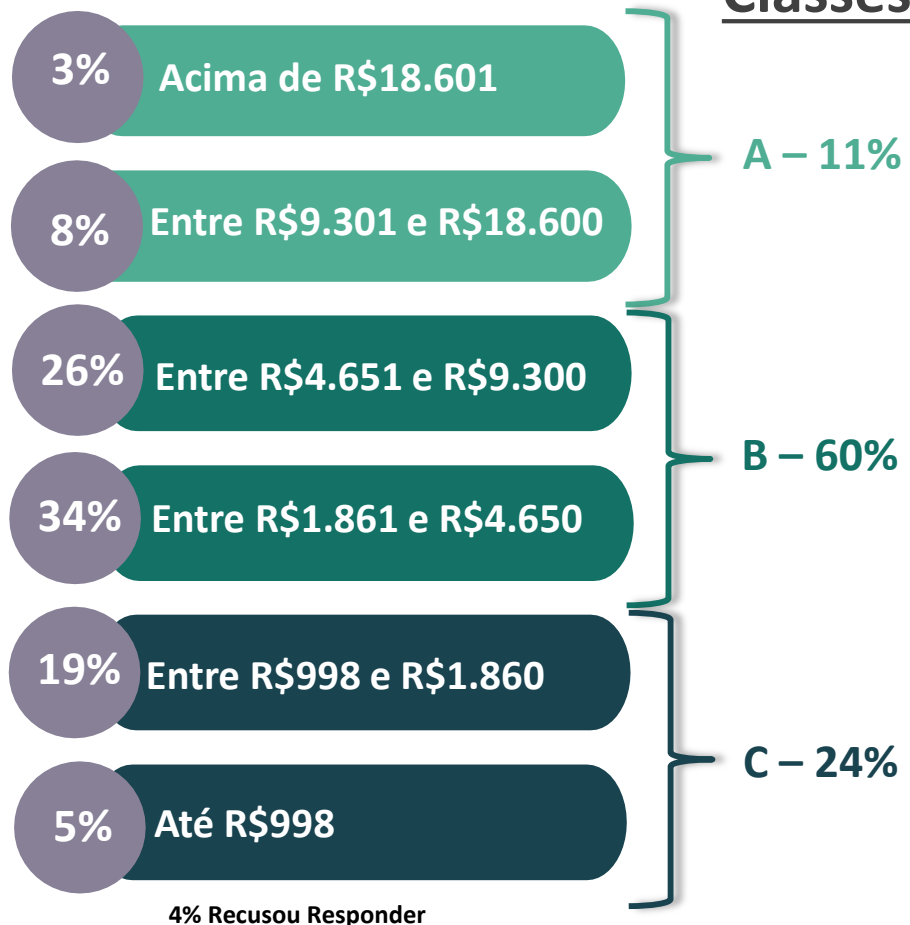
Perfil da amostra



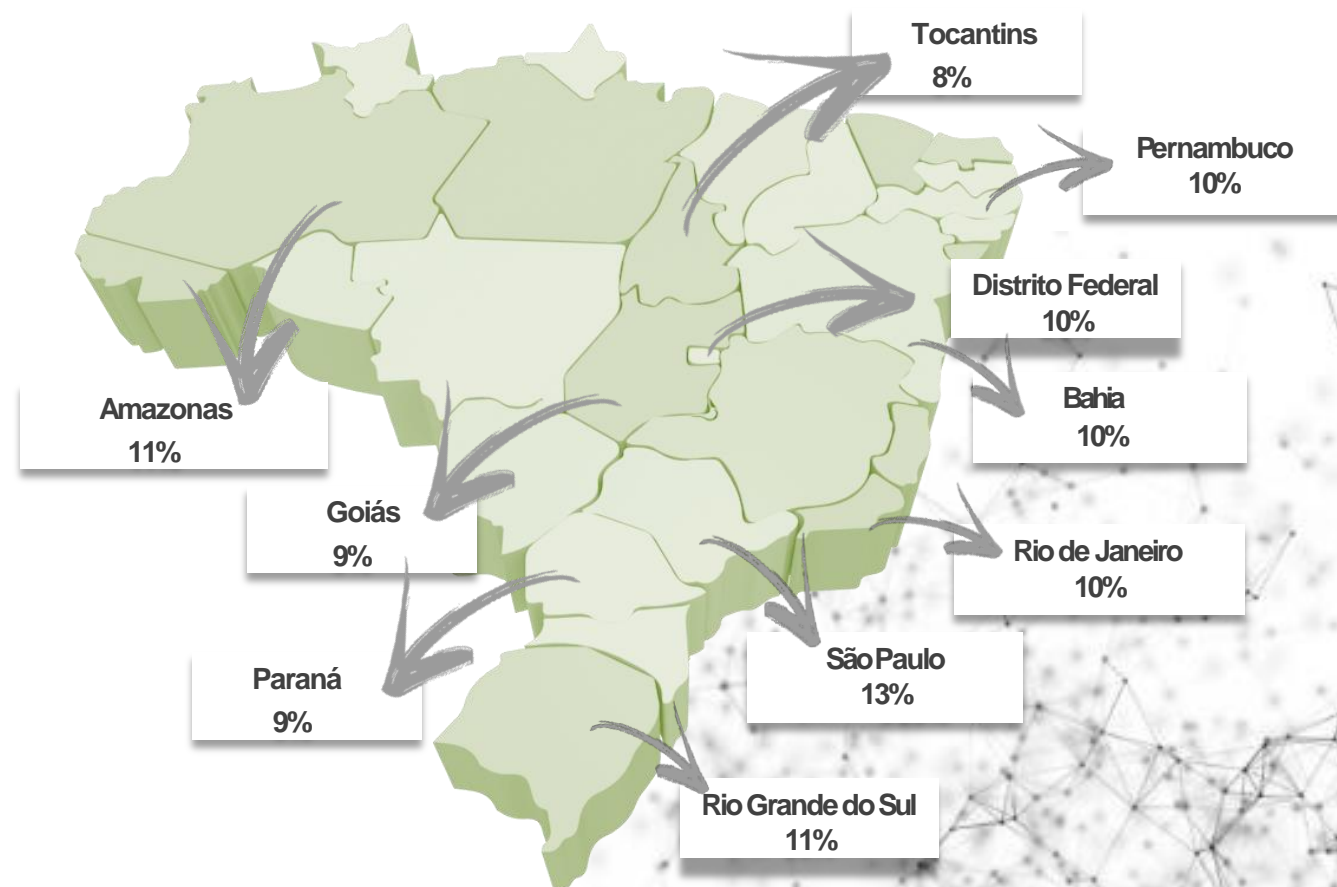
Renda

80% possuem renda remunerada

Classes



UF de Residência



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\$ 499,75**



Quanto gastou em sites de outros países na última compra?

36% Até R\$100

20% Entre R\$101 e R\$200

20% Acima de R\$500

13% Entre R\$201 e R\$300

5% Entre R\$301 e R\$400

6% Entre R\$401 e R\$500



Ticket médio do e-commerce brasileiro em 2018 foi de R\$ 434.

Fonte: Ebit | Nielsen

R\$ 65 menos que a última compra online em site de outro país. Os consumidores brasileiros gastam mais por compra em sites internacionais.

Não declarou: 1%

O gasto total médio realizado nos últimos 12 meses em sites de outro país foi de **R\$ 1.297,80**



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

53% Até R\$300

16% Acima de R\$1.101

15% Entre R\$301 e R\$600

6% Entre R\$601 e R\$900

6% Entre R\$901 e R\$1.100

Não declarou: 4%



EM MÉDIA, O BRASILEIRO
COMPROU 2,59 VEZES EM
SITES DE OUTROS PAÍSES

Eletrônicos, Moda e Beleza lideram a preferência para compra em sites de outros países



AliExpress sai na frente na preferência dos clientes, seguido por Wish e Amazon



Sites de outros países que costumam comprar

AliExpress™ | 54%

wish | 43%

amazon | 41%

ebay™ | 19%

Apple™ | 11%

Light in the box.com | 6%

DX deal extreme | 3%

Outros: 16%

Sites de outros países que preferem comprar

AliExpress™ | 30%

amazon | 25%

wish | 23%

ebay™ | 5%

Apple™ | 2%

Light in the box.com | 1%

DX deal extreme | 1%

Outros: 13%

→ Homens preferem AliExpress (35%)

→ Mulheres preferem Amazon (30%)



74% NÃO REJEITAM NENHUM SITE

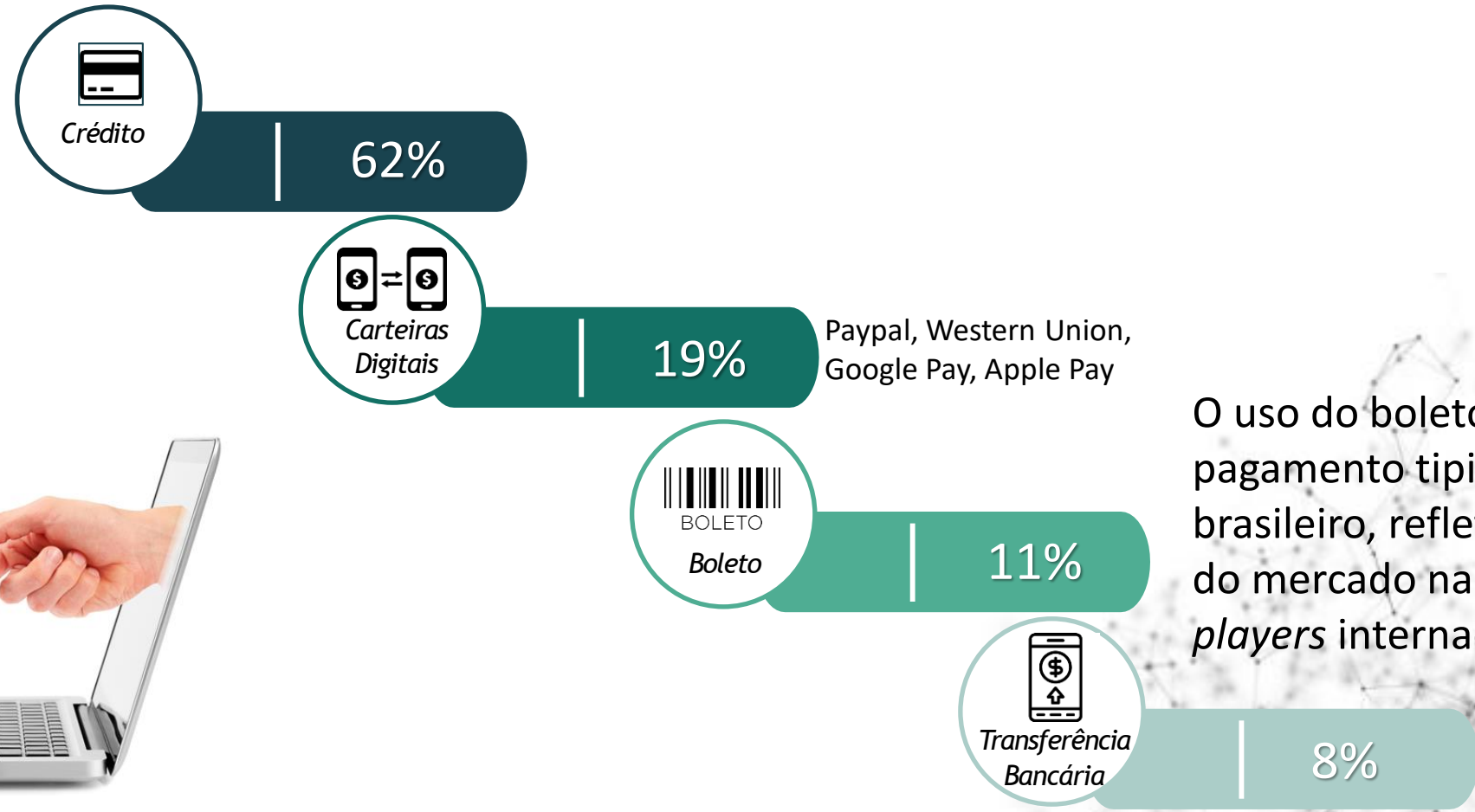
Wish	7%
Aliexpress	7%
DX (Deal Extreme)	7%
Amazon	5%
Ebay	4%
Light in the Box	4%
Apple	3%



Forma de pagamento mais utilizada é o cartão de crédito, seguido por carteiras digitais



Formas de pagamento mais utilizadas



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

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

Maioria compram através dos sites, porém aplicativos possuem parcela significativa nessas compras.



Qual dispositivo utilizou para essas compras?



Computador

53%



Smartphone

47%



Por meio de:

SITE

66%



APP

34%

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?



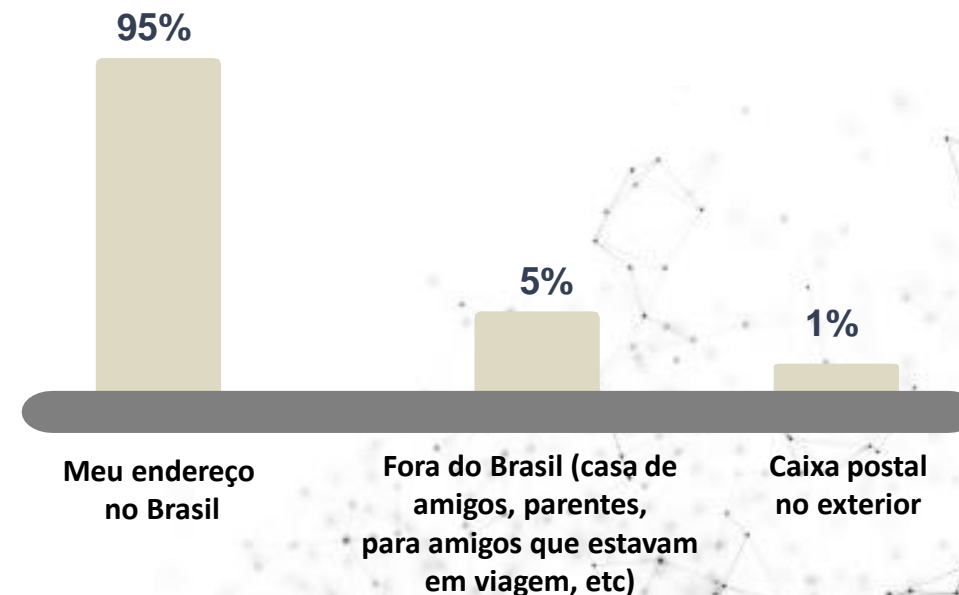
78%

Sim

22%

Não

Onde foi feita a entrega?



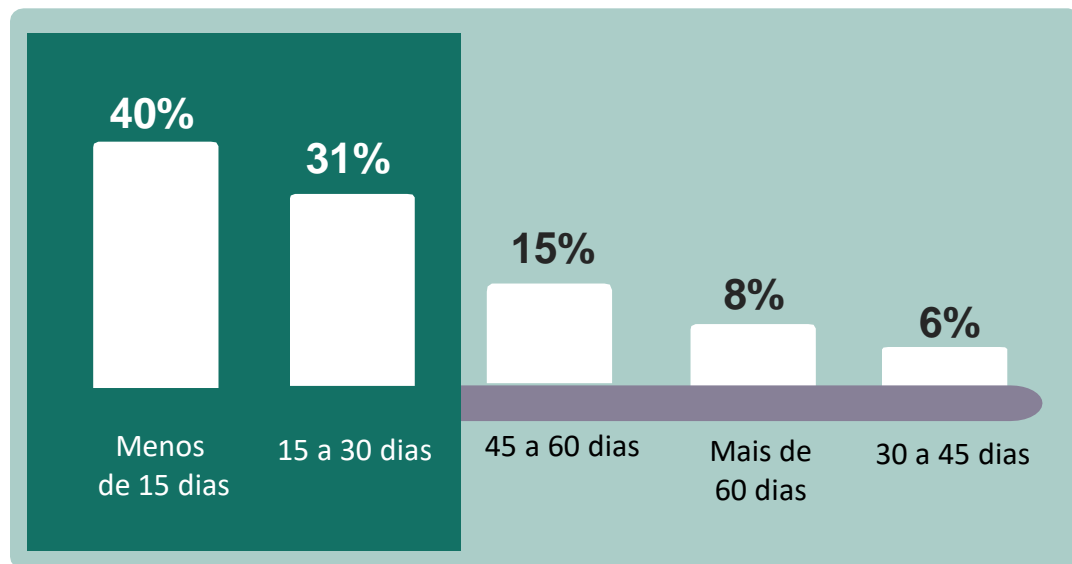
P16. Onde foi/ foram a(s) entrega(s) do produto comprado em site/aplicativo de outros países? (RM)

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

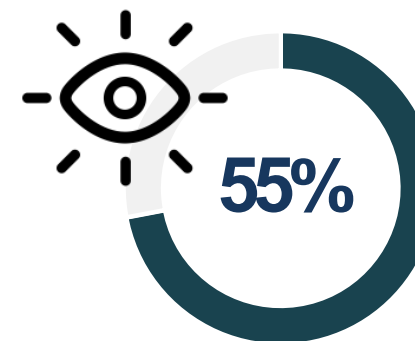
48% esperaram mais de 60 dias para entrega no Brasil



Qual o tempo aceitável de espera?



71% aceitam receber o produto em no máximo 30 dias



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

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



Ficou satisfeito com as compras?

87% Satisfeitos

9% Indiferente
4% Insatisfeito

E QUANDO
PRECISARAM TROCAR
O PRODUTO...

*Precisaram
trocar o
produto*

10%

...PRINCIPAL MÉTODO
UTILIZADO FOI:

34% via Correios;

15% através de reembolso/ crédito;

15% a troca não foi feita;

7% troca por outro produto;

29% Não sei/ Não lembro e Outros



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? P24a. Qual foi o método utilizado pelo site/ aplicativo de outro país para que a troca fosse efetuada?

Base: 427 entrevistas; Base P24a.: 41 entrevistas

Preço é decisor de compras em sites estrangeiros



85% - Preço: mais barato

37% - Produtos diferenciados

21% Produto que só encontro nesse país

8% Prazo de entrega



59% estão comprando mais em sites de outros países – preço impulsiona comportamento



59%

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

Principais motivos:

PREÇO: MAIS BARATO	71%
Produto diferenciado	16%
Produto que só encontro nesse país	9%
Prazo de entrega	4%



41% estão comprando menos em sites de outros países, devido ao tempo de entrega



41%

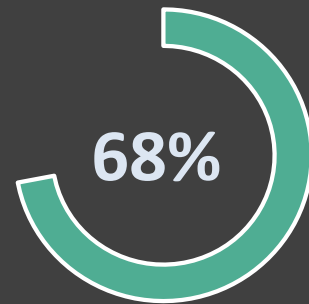
Estão comprando **menos** em sites de outros países comparado a 12 meses atrás

Principais motivos:

TEMPO DE ENTREGA	43%
Cotação alta do dólar	41%
Valor do frete	39%
Preço mais caro	14%



Pretensão de comprar mais é alta



**PRETENDEM COMPRAR MAIS
EM SITES DE OUTROS PAÍSES
DO QUE JÁ COMPRAM**

Resultados

Sites estrangeiros



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



Qual idioma dos sites em que costuma comprar?

85% fazem as compras em Português

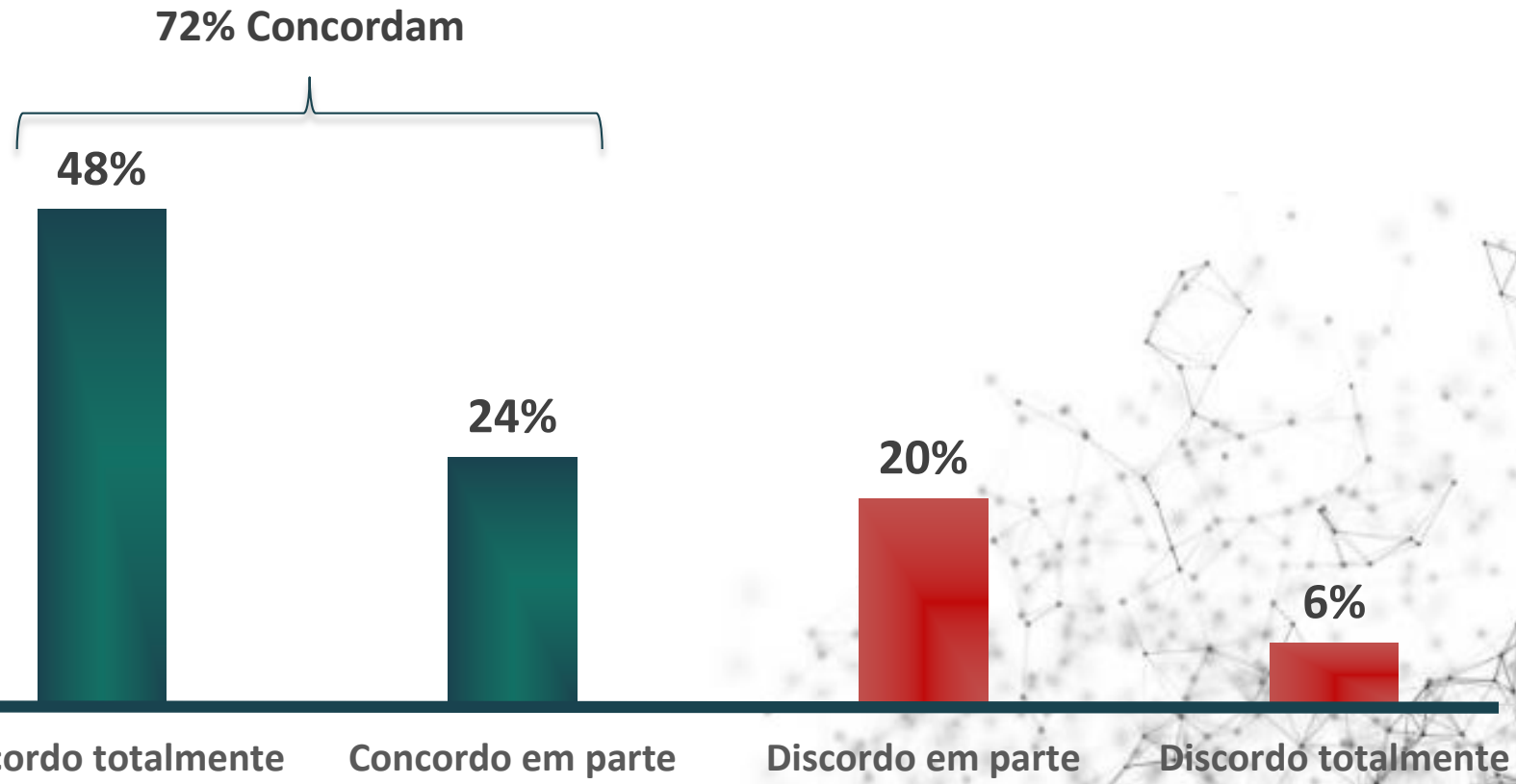


34% fazem as compras em

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?



Conclusões



Conclusões



- ✓ O gasto com produtos em sites estrangeiros é, em média, de R\$ 1.297,80 por ano e as categorias mais consumidas são Eletrônicos, Vestuários e Beleza.
- ✓ Os sites preferidos são AliExpress (54%), Wish (43%) e Amazon (41%). Mas quando se trata de preferência, a Amazon (25%) vem na frente do Wish (23%), enquanto o Aliexpress continua na liderança (30%).
- ✓ Apenas 78% declaram que o prazo de entrega é cumprido no prazo determinado e 71% alegam o desejo de ter o produto em 30 dias no máximo. Prazo curto de entrega e eficiência operacional são vantagens dos *players* nacionais.
- ✓ 59% estão comprando mais em sites/aplicativos de outros países em relação a 12 meses atrás, e 68% declaram que pretendem comprar mais. A concorrência *Cross Border* deverá aumentar, pois o consumidor não vê as fronteiras nacionais como uma barreira.



Conclusões



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 4G 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.



Conclusões



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.

Apesar do limite de isenção de compras ser de apenas US\$ 50 (por volta de R\$ 200 em cotações atuais), os brasileiros têm um tíquete médio que ultrapassa o dobro desse valor. O preço ou a exclusividade dos produtos mais que compensam o pagamento de impostos de importação.



Conclusões



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

A CONCORRÊNCIA É GLOBAL!!!



Obrigado!

