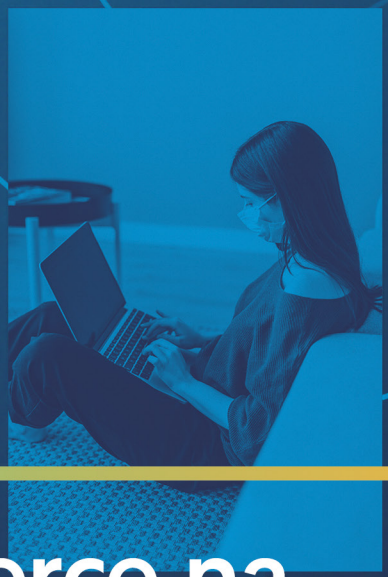


O E-commerce na Pandemia de 2020

nuvemshop

Indice

03 **Introdução**
A transformação ainda está em curso, mas aqui um pouco do que já descobrimos

04 **Capítulo 1**
Uma sucessão de recordes impulsionada pela necessidade de conter a crise

- As buscas por alternativas para lidar com a crise duplicaram o interesse por plataformas de e-commerce
- A criação de novas lojas também duplicou após o anúncio da quarentena
- Cada semana de quarentena equivale a uma semana de Black Friday em relação ao número de pedidos
- Milhões de novos compradores online
- Tíquete médio cai mas frequência de compra aumenta, assim como o faturamento dos lojistas
- Conclusão: transformações que marcaram definitivamente a relação do brasileiro com o e-commerce

12 **Capítulo 2**
Expansão geográfica do e-commerce bate recordes no Norte e Nordeste do Brasil

- Estados do Norte e Nordeste crescem mais que a média nacional no número de pedidos no e-commerce
- Acre e Mato Grosso do Sul: o que influenciou a expansão do e-commerce nos estados que mais (951%) e menos (7%) registraram aumento de pedidos online durante a pandemia
- Maior crescimento de novos lojistas virtuais também fica no Norte e Nordeste
- Conclusão: restrições da pandemia estimulam a digitalização e aumentam a participação do e-commerce para além do Sul e Sudeste

17 **Capítulo 3**
Bem estar da família e conforto da casa em alta: com a pandemia novas categorias passam a fazer parte do circuito do e-commerce

- Alimentação & Bebidas: o grande destaque da quarentena
- Consumo familiar como prioridade
- Categorias tradicionais do e-commerce, como moda e eletrônicos, também cresceram. Turismo viu os números caírem
- Conclusão: a falta de acesso foi o grande impulsionador de vendas entre as categorias, as compras por lazer vêm em seguida

20 **Conclusão**
O e-commerce continuará com relevância no pós-pandemia, não há retorno para o "antigo normal"

- Transformação digital que veio para ficar

23 **Sobre a Nuvemshop**

Introdução

A transformação ainda está em curso, mas aqui um pouco do que já descobrimos

Planos e expectativas para 2020 foram radicalmente cancelados ou transformados por conta do novo coronavírus. No Brasil, o primeiro caso confirmado da COVID-19 foi em 26 de fevereiro, desde então os impactos sanitários se tornaram gravíssimos e os econômicos caminham na mesma direção.

A readequação dos brasileiros para aderir ao isolamento social modificou em poucos dias dinâmicas que existiam indiscutivelmente há décadas. Embora ainda não tenhamos total visibilidade dos acontecimentos, vivenciamos no dia a dia suas consequências.

Tanto no Brasil quanto no mundo, o comércio está entre os setores mais afetados pela pandemia. Nesse cenário, o e-commerce assumiu papel de protagonismo e foi pensando em aprofundar o entendimento desse recorte que surgiu o estudo **O E-commerce na pandemia de 2020**, da Nuvemshop, plataforma de e-commerce líder na América Latina.

Dedicamos esforços para analisar nossa base de dados e cruzar com informações macro do mercado brasileiro para pontuar as principais transformações do e-commerce no Brasil. Muito além de um aumento no número de lojas virtuais criadas, vamos expor como o comportamento do consumidor mudou, como os lojistas adaptaram suas propostas e como isso se distribui entre os estados brasileiros.

Ainda é difícil ter muitas certezas sobre o futuro, mas passados os primeiros 90 dias de pandemia, podemos identificar alguns padrões que continuarão a fazer parte da profunda transformação que pessoas e mercado estão passando.

Esperamos que o nosso estudo possa contribuir com insights para os mais diversos tipos de negócios e iniciativas. Boa leitura!

Julho de 2020

Capítulo 1

Uma sucessão de recordes impulsionada pela necessidade de conter a crise

Mesmo com as notícias sobre a propagação da COVID-19 no mundo, as reações iniciais da sociedade brasileira aconteceram dias após a confirmação do primeiro caso no país. Foi em meados de março que diversas cidades do Brasil aderiram ao isolamento social.

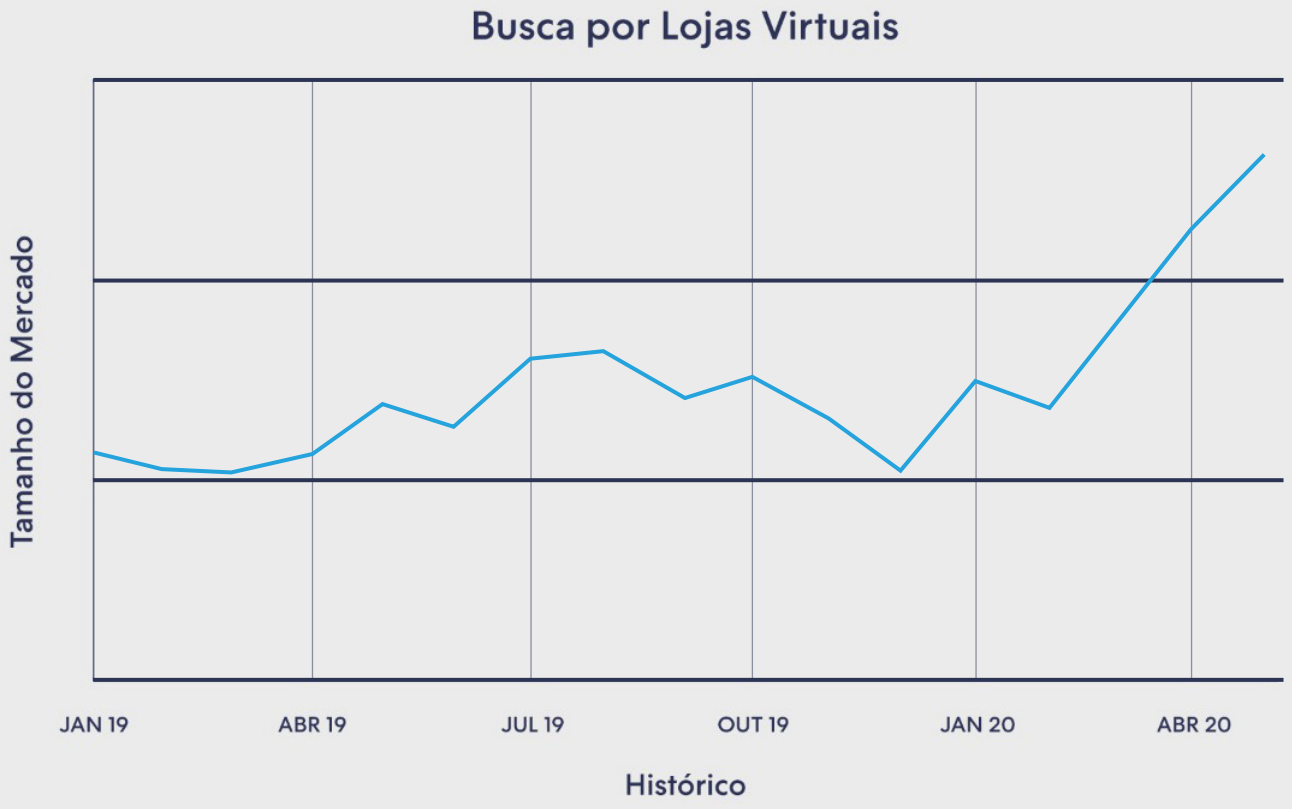
Mais de três meses se passaram, nesse intervalo o e-commerce passou de uma alternativa de sobrevivência para parte da rotina e estratégia de milhares de negócios e consumidores brasileiros. As próximas seções trazem evidências quantitativas que comprovam essa transformação.

As buscas por alternativas para lidar com a crise duplicaram o interesse por plataformas de e-commerce

Diante das incertezas com o novo coronavírus, instauração de medidas restritivas e reações do mercado, houve uma **redução de 27% nas buscas de intenção de compra registradas pelo Google na semana do dia 15 de março.** Porém, a partir da semana seguinte, as buscas online voltaram a crescer, fechando o mês com uma recuperação de 18%.

Por outro lado as consequências no varejo tradicional foram enormes. Segundo dados do Sebrae, **na primeira semana de abril ao menos 600 mil micro e pequenas empresas fecharam as portas.** E nesse contexto muita gente precisou se digitalizar com velocidade durante a crise.

Muitos empreendedores foram **buscar por opções de lojas online** como alternativas para lidar com a situação instaurada.



Houve um aumento de 64% nas buscas pelas principais plataformas de e-commerce presentes no mercado brasileiro no comparativo do primeiro com o segundo trimestre de 2020.

Porém ao longo do trimestre, no comparativo mensal o crescimento foi reduzindo com o passar do tempo. De maio para junho as buscas cresceram apenas 6%. Mesmo assim, em números absolutos, o mês junho registrou mais que o dobro de buscas de fevereiro.

O interesse pelo tema continua em alta, o que veremos nos próximos meses é o novo patamar de relevância dessas marcas.

Considerando as buscas especificamente pela Nuvemshop, o segundo trimestre registrou um aumento de 116% em relação aos três meses anteriores à quarentena - janeiro, fevereiro e março.

A criação de novas lojas também duplicou após o anúncio da quarentena

O aumento das buscas se refletiu em um salto no número de novas lojas virtuais criadas. Comparado ao segundo trimestre de 2019, **usando a plataforma da Nuvemshop, foram criadas 190% mais lojas em 2020.**

Em comparação aos meses anteriores à pandemia **houve um crescimento de 108% na criação de lojas após o anúncio da quarentena,** fazendo com que a Nuvemshop ultrapassasse a marca de 50 mil lojas criadas.

Nesse cenário de incerteza, existia a possibilidade de novas lojas serem criadas, mas das transações de compras não acompanharem essa tendência devido à insegurança financeira dos consumidores ou desconfiança com o e-commerce. Porém não foi isso que identificamos no comportamento dos compradores.

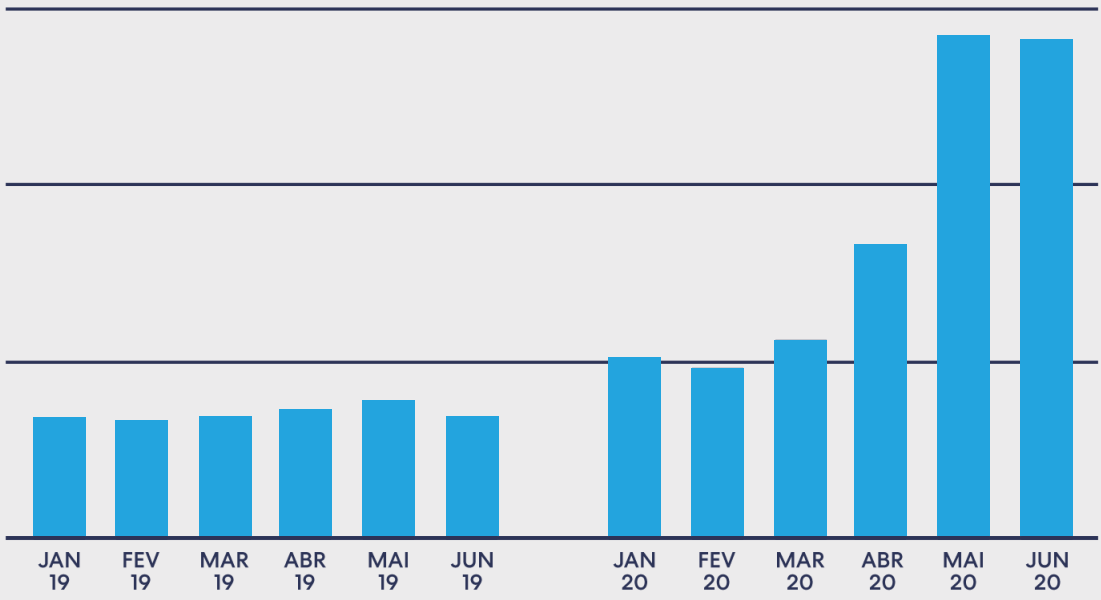
Cada semana de quarentena equivale a uma semana de Black Friday em relação ao número de pedidos

Logo em abril o Brasil apresentou um aumento nas compras online de 81% em relação ao mesmo período de 2019 segundo dados da Cashback World. Na Nuvemshop, **o número de pedidos do mês de abril foi equivalente a 3,5 semanas de Black Friday, o mês maio foi equivalente a 5 semanas da data mais importante do e-commerce no Brasil.**

Em três meses houve um aumento de 234% no número de transações feitas em lojas virtuais da Nuvemshop comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse número é ainda mais impressionante quando comparado ao crescimento 2019/2018, que foi de 50%.

E mesmo em comparação ao ano vigente, **o aumento nas vendas das lojas online da Nuvemshop foi de 137% no segundo trimestre de 2020**, comparado ao primeiro trimestre. Um aumento muito expressivo quando comparado ao ano anterior na qual o crescimento entre o primeiro e o segundo trimestre foi de apenas 7%.

Aumento do número de pedidos



Sendo assim, o primeiro semestre de 2020 apresentou um crescimento de 145% comparado ao primeiro semestre de 2019 em vendas de lojas virtuais.

Ou seja, proporcionalmente o crescimento das **transações** foi maior do que o aumento **nas criações de lojas**, o que nos leva a crer que houve um aumento de consumo generalizado no e-commerce.

Milhões de novos compradores online

Mais do que aumento na frequência e no volume de compras uma coisa que chamou atenção foi a entrada de novos consumidores no comércio online. Segundo estudo da Infobase Interativa realizada em maio, 2020 foi o ano da primeiro compra online de 13% dos brasileiros. Sendo assim, a barreira de consumo online foi quebrada para esse grupo que agora tem grandes possibilidades de voltar a consumir por esse canal no futuro.

Segundo a ABCOMM - Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, a base de **usuários do e-commerce** cresceu 70% no mundo, o que em condições normais, levaria cerca de 10 anos para ser atingido.

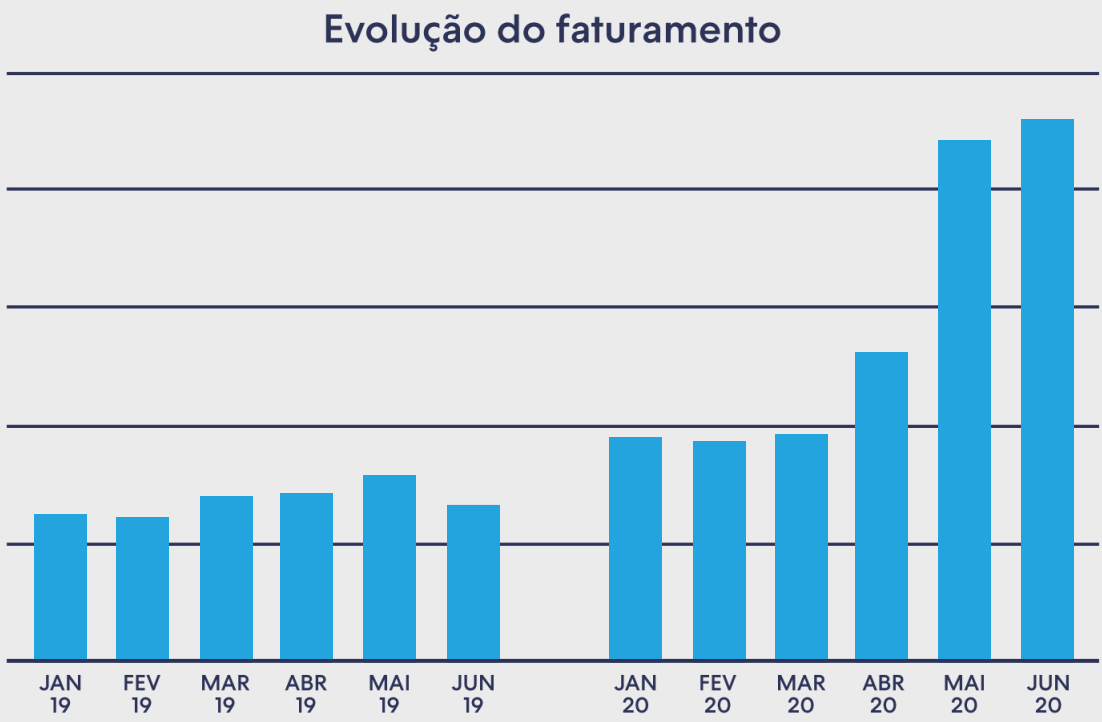
Olhando para o universo da Nuvemshop, **o número de novos compradores registrados na plataforma cresceu 142% comparando o segundo trimestre de 2020 com o primeiro.**

Tíquete médio cai mas frequência de compra aumenta, assim como o faturamento dos lojistas

Seguindo a tendência de crescimento dos principais indicadores do e-commerce durante a pandemia causada pelo novo coronavírus, o GMV (Gross Merchandise Volume ou Volume Bruto de Mercadorias) também registrou recordes.

Segundo dados do Compre&Confie, o e-commerce brasileiro faturou R$9,4 bilhões apenas em abril o que representa um aumento de 81% em relação ao mesmo período de 2019.

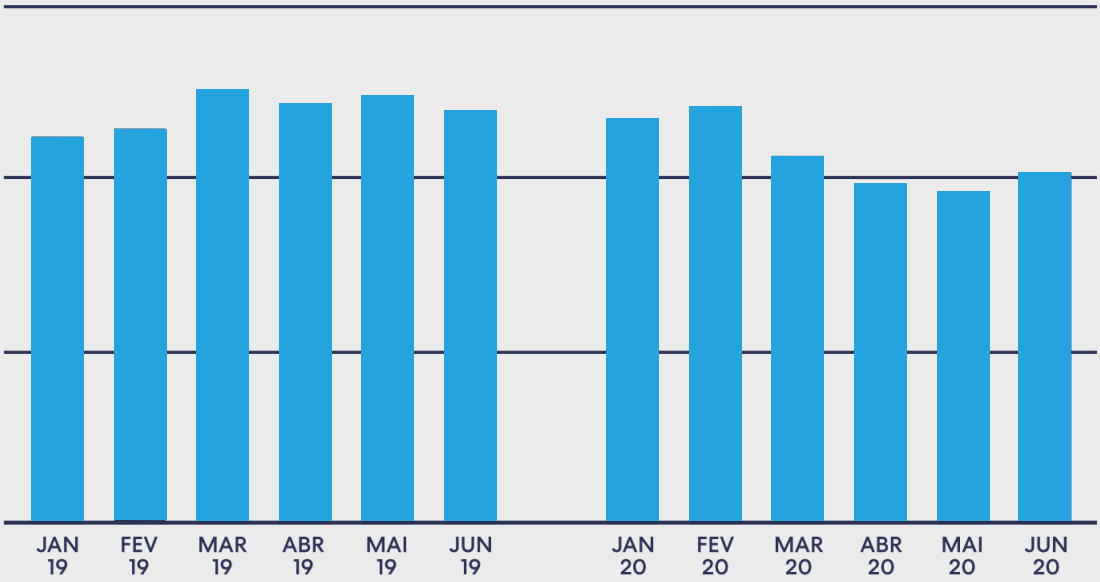
Na Nuvemshop o aumento do GMV dos lojistas foi de 171% no segundo trimestre, comparado ao mesmo período de 2019. Em relação aos trimestres de 2020, **o segundo trimestre foi 105% maior do que o primeiro**, crescimento esse não identificado no ano anterior, onde o aumento entre os trimestres foi de apenas 11%.



Por outro lado, um indicador que não acompanhou os aumentos identificados até agora foi o **Tíquete Médio** - valor médio pago por compra. Segundo os dados da base da Nuvemshop, durante o três primeiros meses da pandemia da COVID-19, **o tíquete médio dos consumidores das lojas virtuais foi em média 19% menor do que o mesmo período do ano anterior.**

Comparado ao primeiro trimestre do ano, a queda foi de 14%, sendo que no ano anterior essa diferença foi de apenas 4%.

Tíquete médio por mês



Tanto fatores sócio-econômicos como desemprego e insegurança com o futuro, quanto questões de mercado como aumento da competitividade traduzido em promoções podem contribuir com a queda no tíquete médio.

Porém, o que não se pode deixar de levar em conta é o aumento da frequência de compra. **Entre o primeiro e segundo trimestre de 2020 houve crescimento de 282% de consumidores que compraram um único mês em mais de 2 lojas virtuais da Nuvemshop.**

Olhando apenas para os aspectos de competitividade e reação dos lojistas, identificamos que houve aumento na quantidade de frete grátis oferecido. Esse fato impacta diretamente nos níveis de tíquete médio, **durante a pandemia foi registrado recorde de transações realizadas com frete grátis** pela plataforma da Nuvemshop, a média histórica é de 33%, porém no mês de abril chegou a 38%.

% pedidos com frete grátis	
Janeiro 2020	35%
Fevereiro 2020	33%
Março 2020	33%
Abril 2020	**38%**
Maio 2020	32%
Junho 2020	33%

Por outro lado, esse número não se manteve nos meses subsequentes, indicando que essa iniciativa de oferecer frete grátis foi reduzida pelos lojistas a partir de maio. Uma razão possível foi o entendimento de que o consumo continuaria sem a necessidade de incentivos como o frete grátis.

Conclusão: transformações que marcaram definitivamente a relação do brasileiro com o e-commerce

Os primeiros meses de pandemia foram responsáveis por antecipar maior penetração do e-commerce no dia a dia dos brasileiros. No período pré-pandemia, o comércio eletrônico representava 5% do varejo no Brasil, ainda é cedo para saber a representatividade atual e o quanto disso se mantém no pós-pandemia. Mas uma coisa é certa: as transformações dos últimos meses marcaram definitivamente a forma que consumidores e varejistas brasileiros se relacionam com o e-commerce.

Destaques desse capítulo, comparativos entre o segundo e primeiro trimestre de 2020 no universo da Nuvemshop:

- Aumento de 116% no volume de buscas pela Nuvemshop
- Incremento de 108% na criação de novas lojas virtuais
- Em relação ao volume de vendas, houve crescimento de 137%
- Faturamento dos lojistas cresce 105%
- Novos compradores registrados na plataforma cresceu 142%
- Tíquete médio cai 19%, mas quantidade de consumidores que compram em mais de 2 lojas ao mês cresce 282%

Capítulo 2

Expansão geográfica do e-commerce bate recordes no Norte e Nordeste do Brasil

No capítulo anterior pudemos nos aprofundar na visão macro sobre o mercado de e-commerce no Brasil durante os primeiros meses da pandemia do coronavírus, correspondentes a abril, maio e junho de 2020.

Porém por se tratar de um país de dimensões continentais e que foi impactado de formas distintas pela crise sanitária e econômica na sua extensão, é válido observar como o número de pedidos online e criação de novas lojas se comportou nos diferentes estados do território.

Estados do Norte e Nordeste crescem mais que a média nacional no número de pedidos no e-commerce

As **vendas online** cresceram nos 27 estados brasileiros, porém **17 deles viram suas vendas crescerem acima da média nacional de 137%**, 13 deles estão nas regiões Norte e Nordeste.

Esses 17 estados juntos representam 62% do território brasileiro e 52% da população, portanto, uma aceleração no crescimento dessa fatia do país é bastante relevante para a penetração do e-commerce no Brasil.

Em São Paulo, onde estão sediadas a maioria das lojas virtuais da Nuvemshop, houve um aumento de 96% das vendas, abaixo do crescimento nacional de 137%.

Porém, vale ressaltar que o estágio de maturidade do e-commerce em cada região é bastante distinto, portanto é natural que em estados em que a participação do e-commerce no varejo era mais tímida, houvesse um crescimento proporcionalmente maior ao período pré-pandemia.

Aumento no número de pedidos	
ESTADO	Q2 vs Q1 2020
Acre	951%
Rio Grande do Norte	416%
Rondônia	409%
Sergipe	373%
Alagoas	340%
Amapá	330%
Pernambuco	299%
Maranhão	263%
Espírito Santo	236%
Amazonas	215%
Minas Gerais	213%
Mato Grosso	165%
Tocantins	160%
Bahia	156%
Rio de Janeiro	154%
Paraíba	143%
Ceará	138%
[...]	
Mato Grosso do Sul	7%

Acre e Mato Grosso do Sul: o que influenciou a expansão do e-commerce nos estados que mais (951%) e menos (7%) registraram aumento de pedidos online durante a pandemia

Embora tenha-se registrado um baixo número de vítimas do coronavírus no Acre, o estado suspendeu as atividades não essenciais desde o registro da terceira confirmação de COVID-19, no dia 20 de março e a manteve pelos meses seguintes.

Não é só o número de compras pela internet que indica a digitalização do estado, no mês de abril quase 100% dos pedidos de seguro-desemprego no Acre foram feitos online, sendo o segundo estado com maior número de atendimentos não presenciais - taxa que nada tem a ver com os números de desemprego em si, pois nos primeiros quatro meses de 2020 o pedido de seguro-desemprego caiu 20% comparado ao mesmo período do ano passado.

Pode-se dizer que a pandemia está contribuindo efetivamente para a inserção dos acrianos no online.

Observando o Mato Grosso do Sul identificamos que mesmo antes do novo coronavírus chegar ao Brasil, a secretaria do estado já havia criado o Comitê de Operações de Emergências para conduzir estratégias de combate a COVID-19, que por sua vez estabeleceu medidas restritivas mais acentuadas apenas nos 30 primeiros dias da pandemia.

Além disso, o estado também configura entre os 10 com menor densidade demográfica, o que dificulta a propagação do vírus. **A soma destes cenários faz com que a necessidade de isolamento social fosse menor no Mato Grosso do Sul, logo a vida "normal" seguiu na região e consequemente o acesso ao comércio tradicional não foi dificultado.**

Comparando os dois cenários, fica evidente que quanto mais restritivo o isolamento social, maior o crescimento do e-commerce.

Maior crescimento de novos lojistas virtuais também fica no Norte e Nordeste

Quando avaliamos o número de **novas lojas virtuais** criadas em relação ao primeiro trimestre de 2020 a evolução não é diferente. Apesar de cada região apresentar estágios distintos do comércio eletrônico, houve aumento na criação de lojas em todos os estados brasileiros.

Dos 27 estados, 18 tiveram crescimento superior à média nacional de 108%, sendo que 12 deles estão nas regiões Norte e Nordeste do país.

Quatro desses estados tiveram destaque ainda maior, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Rio de Janeiro e Minas Gerais, pois somados representam 30% das novas

Aumento no número de lojas criadas	
ESTADO	Q2 vs Q1 2020
Rio Grande do Norte	400%
Roraima	250%
Alagoas	233%
Pernambuco	218%
Ceará	199%
Bahia	196%
Amazonas	193%
Paraíba	191%
Maranhão	175%
Piauí	150%
Distrito Federal	148%
Rio Grande do Sul	147%
Sergipe	143%
Pará	140%
Santa Catarina	138%
Tocantins	125%
Rio de Janeiro	124%
Minas Gerais	117%

Conclusão: restrições da pandemia estimulam a digitalização e aumentam a participação do e-commerce para além do Sul e Sudeste

As diferentes políticas adotadas por governos estaduais e municipais para a contenção do coronavírus possibilitaram maior ou menor penetração do e-commerce, quanto mais restritivo o cenário, maior a expansão do comércio eletrônico. Foi também o que observamos ao comparar os dados de Brasil e Argentina. Por exemplo, em nosso vizinho o número de novas lojas criadas na semana do anúncio do lockdown (restrição extremamente rigorosa) foi o dobro em relação à semana anterior. No Brasil, o aumento na semana seguinte do início das restrições foi de 50%.

Acompanhando ao noticiário, vemos que gradualmente o percentual da população brasileira em isolamento diminui, porém a propagação da doença aumenta. Tomadas de decisão política podem impactar os números do e-commerce daqui pra frente, mas certamente, como vimos no capítulo anterior, uma nova forma de se relacionar através do comércio eletrônico foi estabelecida - o que "fica" disso, os próximos meses irão nos mostrar.

Destaques desse capítulo, comparativos entre o segundo e primeiro trimestre de 2020 no universo da Nuvemshop:

- Houve aumento das vendas online em todos os estados, 17 deles viram suas vendas crescerem acima da média nacional de 137%, 13 são do Norte e Nordeste.
- Acre registrou o maior aumento no número de pedidos (951%) e Mato Grosso do Sul o menor (7%)
- Houve crescimento na criação de lojas online em todo o Brasil, 18 estados tiveram crescimento superior à média nacional de 108%, 12 deles no Norte e Nordeste.
- As regiões Sul e Sudeste concentram a maior parte das lojas virtuais, porém a crise impulsionou a expansão do e-commerce em outras regiões como o Nordeste, que viu 9 de seus estados terem aumentos significativos na criação de lojas e nas vendas
- A transformação identificada durante os 90 primeiros dias de pandemia devem acelerar a digitalização do Brasil como um todo.

Capítulo 3

Bem estar da família e conforto da casa em alta: com a pandemia novas categorias passam a fazer parte do circuito do e-commerce

Nos dois capítulos anteriores pudemos conhecer números relacionados à expansão do e-commerce nos últimos meses. Uma perspectiva complementar é analisar as categorias que puxaram esse evolução e como elas se relacionam com o dia a dia dos brasileiros. Com o fechamento do comércio e as orientações de distanciamento social, o comportamento do consumidor foi forçado a se transformar. O primeiro grande ponto de virada foi a impossibilidade de viajar, frequentar shows, festas e bares. O segundo grande impacto é que todo o comércio não considerado essencial foi fechado, mantendo apenas farmácias, mercados e alguns outros poucos fornecedores abertos, e mesmo esses em uma condição de controle de circulação e com diversas restrições.

De acordo com a ABCOMM, apesar desses comércios essenciais ainda estarem abertos, o que se notou foi um aumento de 196% no setor de lojas virtuais de supermercado no mundo. No Brasil, o crescimento de supermercados e farmácias foi ainda maior, de quase 300%.

Alimentação & Bebidas: o grande destaque da quarentena

Analisando a base de dados da Nuvemshop, **vemos que o aumento no número de novas lojas de Alimentação & Bebidas no comparativo dos dois primeiros trimestres de 2020 foi de 200%** - o maior crescimento entre todas categorias. O alto percentual se deve ao fato de uma parte considerável desse segmento não estar online no período pré-pandemia, mas principalmente porque as medidas restritivas impossibilitaram a prática comum do consumo de alimentos e bebidas.

Comparando os meses de abril de 2020 com 2019, o segmento obteve um crescimento de 332%, também o maior entre todas.

Logo após o anúncio da quarentena no Brasil, as lojas de Alimentação & Bebidas despontaram imediatamente, as demais passaram por uma ou duas semanas antes de iniciarem (ou retornarem) a curva de crescimento.

Consumo familiar como prioridade

Outras categorias que colaboraram efetivamente para a expansão do e-commerce no Brasil são aquelas relacionadas à convivência familiar. As lojas de **Pets** registraram o segundo maior crescimento no comparativo entre o primeiro e segundo trimestre de 2020, quando olhamos para o crescimento anual, **a categoria teve um aumento de 100% comparando abril deste ano com 2019.**

As vendas de **Presentes** também se acentuaram ao longo da pandemia. Importantes datas do comércio aconteceram nos últimos 3 meses, Páscoa, Dia das Mães e Dia dos Namorados, impulsionando a categoria, **permitindo crescimento de 215% entre os primeiros dois trimestres do ano.**

O maior tempo em casa e a necessidade montar o home office também colaborou para o aumento das categorias Casa & Decoração (207%) e Materiais de Escritório (60%).

Para aqueles que estão passando a quarentena com filhos, a compra de **Brinquedos** online foi uma estratégia para lidar com as crianças, registrando **aumento de 195% de vendas** na categoria, também comparando primeiro e segundo trimestre de 2020.

As cinco categorias que mais cresceram em volume de vendas entre a base de clientes da Nuvemshop, comparando os pedidos entre os três primeiros meses do ano com o segundo trimestre, são:

- Alimentos e Bebidas - 282%
- Pets - 219%
- Presentes - 215 %
- Casa e Jardinagem - 207%
- Brinquedos - 195%

Também destaque para o segmento de Produtos Eróticos que obteve crescimento de 132% e Livros com 130% de aumento.

Categorias tradicionais do e-commerce, como moda e eletrônicos, também cresceram. Turismo viu os números caírem

Roupas, acessórios joias, bijuterias, produtos de beleza e eletrônicos não correspondem, em sua maioria, a itens de necessidades básicas, mas mesmo durante a crise, todas essas categorias registram aumento de vendas entre os primeiros trimestres de 2020.

Porém, o curioso de observar é que no comparativo entre março e abril, que correspondem aos meses de início e adaptação da vida em isolamento social, essas categorias obtiveram **crescimento mensal mais singelo, próximos ou abaixo da média de crescimento do mês de 21%**. Comportamento provavelmente associado às inseguranças financeiras geradas no início da quarentena.

CATEGORIA	CRESCIMENTO COMPARATIVO 1º E 2º TRIMESTRE DE 2020	CRESCIMENTO COMPARATIVO ENTRE MARÇO E ABRIL DE 2020
Roupas	189%	26%
Jóias e Bijuterias	156%	24%
Acessórios	98%	37%
Produtos de Beleza	73%	17%
Eletrônicos	38%	13%

Como já comentamos anteriormente, houve um aumento grande no número de novos clientes comprando online e segundo dados do Mercado Livre, os segmentos que mais atraíram novos compradores pela internet foram Roupas, Bolsas e Acessórios com 11% de aumento, Acessórios de Veículos com 10% de crescimento e Casa, Móveis e Jardim com 9% de novos clientes comprando pela primeira vez online.

Por outro lado, o setor que teve o maior impacto negativo foi o **Turismo**. Segundo dados da Confederação Nacional do Comércio, esse segmento teve um prejuízo de aproximadamente 36 bilhões de reais no Brasil. **Na Nuvemshop a queda nas vendas desse setor foi de 96%.**

Conclusão: a falta de acesso foi o grande impulsionador de vendas entre as categorias, as compras por lazer vêm em seguida

A necessidade de acessar e vender produtos comumente adquiridos no comércio tradicional acelerou a digitalização de diversos setores. Além disso, a pandemia vem permitindo que novas categorias façam parte do circuito do e-commerce, aqueles segmentos de produtos que já eram bastante populares no mercado online. Mais e mais pessoas estreiaram compras em novas categorias nos últimos três meses. Também é importante salientar que compras motivadas por prazer e entretenimento estão acontecendo cada vez mais pelo e-commerce.

Destaques desse capítulo, comparativos entre o segundo e primeiro trimestre de 2020 no universo da Nuvemshop:

- O aumento no número de novas lojas de Alimentação & Bebidas foi de 200% - o maior crescimento entre todas categorias.
- Categorias que registraram maior aumento no número de pedidos: Alimentos & Bebidas (282%), Pets (219%), Presentes (215%), Casa & Jardinagem (207%), Brinquedos (195%), Roupas (189%).
- Categorias tradicionais do e-commerce também registraram aumento de vendas: Roupas (189%), Joias & Bijuterias (156%), Acessórios (98%), Produtos de Beleza (73%), Eletrônicos (38%).
- Entre todas as categorias analisadas, a única que registrou diminuição no número de pedidos foi Viagens (-96%)

Conclusão

O e-commerce continuará com relevância no pós-pandemia, não há retorno para o “antigo normal”

A pandemia provocada pelo novo coronavírus está causando uma crise sem precedentes no Brasil, em meio ao caos sanitário e econômico, sabemos que o e-commerce é uma alternativa que permite certa “normalidade” para empreendedores e consumidores.

Sem dúvidas, a situação macro do país faz com que as incertezas e dificuldades se acumulem. Como uma plataforma de e-commerce, os números apresentados nesse estudo significam avanços inimagináveis para a nossa indústria, mas temos a consciência das retrações de outros setores. Por isso, **decidimos abrir dados e bastidores da Nuvemshop, na iminência de fornecer informação para que mais negócios também possam se beneficiar do e-commerce.**

Em linhas gerais o que concluímos é que a **alta penetração do e-commerce está associada às medidas restritivas.** Ainda é impossível dizer ao certo o quanto o desemprego causado pela pandemia está estimulando a criação de novas lojas, num primeiro momento vimos uma maior migração de lojas offline para o online.

A retração da participação do comércio online no varejo é uma possibilidade real conforme o afrouxamento das medidas restritivas aconteçam. Porém, o avanço na digitalização e adaptação do consumo torna impossível que o e-commerce volte à representatividade pré-pandemia. **O legado digital já deixado pela crise do coronavírus é inegável.**

Transformação digital que veio para ficar

Segundo estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), 70% dos consumidores pretendem continuar comprando em canais digitais pós-pandemia.

Em média 44% dos consumidores não pretendem mudar seus hábitos de consumo digital pós-pandemia, sendo esses: trabalho remoto, transações digitais, pedidos online por aplicativos de delivery, aulas a distância. Foi o que apontou um estudo da Tolima Pesquisas.

Esses dois dados reforçam o fato de que o acontecido nos últimos meses irá se perpetuar no futuro, independentemente do coronavírus. E essa é uma realidade que deve estar dentro do plano estratégico das empresas sejam elas iniciantes ou já consolidadas no mercado.

Além disso, mais de 85% dos empreendedores e empreendedoras brasileira já entenderam que precisarão fazer alterações estratégicas em seus negócios, novos produtos, relacionamento com a base e novos canais de vendas. Um pouco mais de 85% das empresas acreditam que marketing de conteúdo vai ser mais relevante para a sua estratégia no futuro e 77,9% já definiram que os seus canais de atendimento precisam ser digitais no pós-pandemia.

Por fim, fica claro que com toda a transformação trazida pela pandemia do coronavírus em 2020 que a sociedade líquida descrita por Zygmunt Bauman se confirmou. Por isso as empresas precisam pensar suas estruturas como mais flexíveis e líquidas, capazes de se adaptar aos novos contextos com mais velocidade, sem se apegar a bases duras e pesadas difíceis de mover quando necessário pelo contexto externo.

Com essa reflexão, encerramos o estudo O E-commerce na pandemia de 2020 por Nuvemshop, com a certeza de que o e-commerce é muito mais do que uma alternativa para lidar com uma crise. Estamos falando do meio que vai transacionar cada vez mais trocas do comércio - trocas entre pessoas. Queremos colaborar com esse processo de reinvenção dos negócios, seja com informação ou com a nossa plataforma de e-commerce.

Esperamos que a leitura tenha sido útil. Até uma próxima!

Somos a Nuvemshop

A Nuvemshop oferece uma solução tecnológica de e-commerce líder na América Latina. Sua plataforma para o desenvolvimento de lojas virtuais é robusta e consegue evoluir para acompanhar o crescimento dos negócios, sem importar o tamanho da operação, permitindo que marcas de todos os portes criem suas lojas com facilidade e segurança. Com mais de 50 mil marcas ativas, conta com mais de 200 colaboradores trabalhando atualmente em home office nas cidades de São Paulo, Belo Horizonte e Buenos Aires.

nuvemshop

Fontes

- Tolima Pesquisas
- Compre e Confie
- Nielsen
- CNC - Confederação Nacional do Comércio
- SBVC - Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo
- Adtail Newblue - Estudo 90 dias isolados
- ABCOMM
- Sebrae
- Resultados Digitais
- G1
- Correio Braziliense