



NuvemCommerce

1º RELATÓRIO DE E-COMMERCE

Focado em micro e pequenos empreendimentos
1ª Edição - Dados referentes a 2015

Sobre a Nuvem Shop.....	3
Introdução.....	4
1. O e-commerce no mundo.....	8
2. O e-commerce no Brasil.....	15
3. A tendência do m-commerce.....	22
4. Estatísticas da Nuvem Shop.....	29
Considerações finais.....	45
Apoio.....	46

Sobre a Nuvem Shop

Dedicando-se a empoderar as pessoas para que elas possam crescer profissionalmente através do e-commerce, a Nuvem Shop é a empresa líder na América Latina. Oferece uma plataforma intuitiva e completa com layouts responsivos, conteúdo otimizado para mecanismos de busca e integração com serviços de pagamento, entrega e marketing. Para conhecê-la, basta escolher entre os diferentes [planos acessíveis ou o aplicativo mobile gratuito](#) e começar a vender.

INTRODUÇÃO

Empreender: palavra a cada dia mais presente no vocabulário e na vida das pessoas. Antes uma necessidade, agora uma escolha. Não mais limitada apenas àqueles com grandes oportunidades e fundos de investimento, mas possível a qualquer um que se aventure a tentar.

Assim como a internet, ao surgir, o serviço era restrito e desempenhava apenas uma pequena parcela das funções atuais. Popularizou-se, expandiu-se e hoje é um recurso comum, considerado básico para a infraestrutura de muitos estabelecimentos.

Como podemos aliar as duas coisas? Aproveitar a tecnologia para criar e ver crescer nosso próprio negócio? Foi a partir dessa questão que o e-commerce desenvolveu-se e passou a se apresentar como uma alternativa viável, prática e principalmente lucrativa.

Suas vantagens são inúmeras em relação ao comércio tradicional: flexibilidade, autonomia, redução de custos de montagem e manutenção e audiência ampliada. Quem possui uma loja virtual não depende de quantos clientes em potencial passarão pela rua, de um espaço físico ou mesmo de muitos funcionários.

Requisitando apenas uma plataforma de boa qualidade, bons fornecedores e uma seleção criteriosa de meios de pagamento e entrega, o e-commerce é democrático e acessível.

Esse empoderamento coletivo, inclusive, é a missão da Nuvem Shop. Oferecendo um serviço intuitivo e completo, nos dedicamos a facilitar a jornada daqueles que decidem vender pela internet. Contamos também com artigos, vídeos, e-books e cursos gratuitos e educativos para levar toda a informação possível.

A fim de promover uma reflexão sobre o comércio eletrônico no Brasil e apresentar um quadro real, baseado em dados concretos e exclusivos, produzimos esse relatório contando com a experiência dos nossos lojistas.

Acreditamos que este é mais um instrumento de aprendizado e esperamos que você possa chegar a conclusões valiosas para o seu progresso. Boa leitura!

1.

O E-COMMERCE NO MUNDO

Embora existam controvérsias sobre a data exata do surgimento do e-commerce, **estima-se que a primeira transação online tenha sido realizada em 1994**, em uma compra de CD pela NetMarket.

Entre as empresas pioneiras, destaca-se a Amazon. Uma das primeiras lojas virtuais em grande escala, conquistou a internet em 1995 com sua venda de livros, produto fácil de embalar e transportar. Um de seus diferenciais foi o espaço para que os consumidores opinassem sobre suas compras – algo ainda não oferecido no comércio em estabelecimento físico.

No mesmo ano, o eBay estava sendo desenvolvido. Sua proposta de permitir que os usuários da internet vendessem suas coisas uns para os outros deu certo e em dois anos acumulou **7,2 milhões de dólares** em transações. Foi o gran-

de impulso para que o consumo online passasse a fazer parte do cotidiano das pessoas e ganhasse seu interesse e confiança.

Bastam cinco minutos de navegação na web para percebermos que esse quadro se ampliou e diversificou até chegarmos aos dias atuais. Hoje, compra-se quase tudo pela internet: comparamos preços, trocamos opiniões, simulamos formas de pagamento e muito mais sem precisarmos sair de casa, no conforto do nosso sofá.

Segundo pesquisas das consultoras Social Time e Selx, **61% dos usuários da internet pesquisam produtos online e 80% deles já realizaram uma compra.** Números como esses comprovam o que estamos dizendo: o comércio eletrônico é uma atividade muito valorizada e explorada.

*É o mundo dos
negócios em um
patamar ainda
mais elevado.*

E isso acontece a nível global. A E-bit preparou um ranking com os países campeões em e-commerce e seu faturamento previsto para 2016:

- . **China:** \$714.58 bi
- . **Estados Unidos:** \$394.43 bi
- . **Reino Unido:** \$104.22 bi
- . **Japão:** \$88.06 bi
- . **Alemanha:** \$82.93 bi
- . **França:** \$43.13 bi
- . **Coreia do Sul:** \$40.43 bi
- . **Canadá:** \$33.05 bi
- . **Rússia:** \$23.40 bi
- . **Brasil:** \$21,34 bi

O crescimento desse tipo de negócio também é esperado. Estima-se que a China aumente suas transações em 22% até 2017 e 16% em 2018. Os Estados Unidos, permanecendo em segundo lugar, saltariam para 12% e depois 11,6%

a mais. Para o Brasil, a margem não fica muito longe: **11,5% de crescimento previsto para 2017 e 10% para o ano posterior.**

Mas e quanto aos segmentos? As empresas IMRG e Capgemini levantaram estatísticas específicas elegendo os mais desenvolvidos de acordo com seu crescimento anual:

- **Vestuário:** 14% ao ano
- **Acessórios:** 40% ao ano
- **Calçados:** 20% ao ano
- **Viagens:** 21% ao ano

Em relação aos benefícios, o **frete grátis é unânime como a principal vantagem do e-commerce.** Em uma pesquisa realizada pela E Consultancy, 85% dos consumidores o apontaram como a principal razão para comprar online.

E não para por aí: **47% dos pedidos em lojas virtuais incluem frete grátis**, segundo a Monetate, e as pessoas gastam até 30% mais quando a compra conta com essa facilidade, de acordo com a Wharton.

Convencido do poder do e-commerce? No próximo capítulo, veremos o panorama dessa atividade com um olhar especial para o Brasil.

2.

O E-COMMERCE NO BRASIL

No Brasil, embora já existisse, o **e-commerce passou a ter uma presença significativa em meados de 2000**. Uma das empresas apontadas como responsáveis pela estreia da atividade em território nacional é o Submarino.

Lançado em **1995** como a primeira livraria online do país com o nome de Booknet, já possuía uma base de clientes relevante quando, quatro anos depois, foi vendido e transformado na marca atual. Contava inicialmente com apenas três categorias de produtos (livros, brinquedos e CDs) e fazia-se presente também na Argentina, no México e na Espanha.

Em 2000, manteve-se apenas no Brasil e direcionou bem seus investimentos e estratégias. Com o tempo, a variedade de mercadorias se expandiu, o faturamento cresceu e o sucesso resultou em uma fusão com a também grande Lojas Ame-

ricanas, formando a B2W, **maior rede de e-commerce nacional.**

Outra empresa que merece destaque por seu impacto no comércio eletrônico brasileiro é a Nova Ponto Com. A rede, que administra as lojas virtuais das Casas Bahia, do Ponto Frio e do Extra, faturou R\$ 3,7 bilhões em 2012, R\$ 4,8 bilhões em 2013 e R\$ 5,5 bilhões em 2014, compreendendo mais de 30 departamentos – segundo informações do E-commerce News e do site oficial.

A evolução da atividade a nível nacional pode ser medida com o levantamento do E-bit:

- . **2012:** 20%
- . **2013:** 28%
- . **2014:** 24%
- . **2015:** 15,3%

Tais proporções também se refletem no faturamento anual brasileiro, a ver:

- . **2012:** R\$ 22,5 bi
- . **2013:** R\$ 28,8 bi
- . **2014:** R\$ 35,8 bi
- . **2015:** R\$ 41,3 bi

Os segmentos também merecem um olhar mais atento.

18%

**Moda e
Acessórios**

16%

**Cosméticos,
Perfumaria e
Saúde**

11%

**Eletrodo-
mésticos**

8%

**Livros e
Revistas**

7%

**Telefonia e
Celulares**

7%

Informática



Além do investimento menor e a facilidade de administração e manutenção – sem deixar de lado a crescente preferência por parte dos consumidores –, o comércio eletrônico tem ganhado força no Brasil graças a programas como o [MEI \(Microempreendedor Individual\)](#), que incentiva o empreendedorismo de pessoas comuns e sem histórico empresarial.

O Portal do Empreendedor disponibilizou a evolução da quantidade de registros no MEI nos últimos anos, representando adeptos do programa que contam com benefícios como CNPJ, auxílio doença e aposentadoria:

- . **2009:** 44,2 mil
- . **2010:** 771,7 mil
- . **2011:** 1,7 milhão
- . **2012:** 2,7 milhões
- . **2013:** 3,6 milhões
- . **2014:** 4,6 milhões
- . **2015:** 5,7 milhões

Esse conjunto de dados reflete um cenário preparado, diversificado e bastante promissor para os brasileiros que investem no e-commerce ou pensam em fazê-lo.

3

A TENDÊNCIA DO M-COMMERCE

Já percebemos que o comércio eletrônico chegou para ficar e tende a se tornar a cada ano mais poderoso. Um campo relativamente novo, que ainda não possui tanto destaque mas também está mostrando a que veio é o m-commerce, ou seja, vendas e compras online através de dispositivos móveis.

Se uma em quatro pessoas no mundo possui um smartphone e **55% do tempo passado em lojas virtuais corresponde a navegações mobile** (de acordo com pesquisas da Go Mobi), é inegável que esse formato possa se tornar até mesmo mais lucrativo do que o original.

E a perspectiva se aplica a outros dispositivos: Google e Adobe afirmam que **72% de usuários de tablets fazem compras semanalmente**, gastando até 50% mais do que os de computadores.

A clientela em potencial do m-commerce também vem crescendo e, em 2014, chegou a se igualar com a do e-commerce tradicional, segundo o levantamento de usuários globais feito pela Com Score:

	Mobile	Desktop
2007	400	1100
2008	600	1300
2009	700	1300
2010	990	1400
2011	1100	1450
2012	1300	1500
2013	1500	1600
2014	1700	1700
2015	1750	1900

Visitas de usuários em milhões

Mas o que justifica essa tendência? Embora, de acordo com a consultora Deloitte, **81% dos varejistas vejam o mobile apenas como uma forma de atrair visitas para seus sites**, os consumidores têm dado preferência ao formato devido à sua praticidade.

Além disso, com o algoritmo do Google conhecido como [“Mobilegeddon”](#), **passaram a ser priorizados nos resultados sites adaptáveis a dispositivos móveis**. Sem dúvida, essa interferência aumentou o tráfego de certas páginas e favoreceu a compra imediata, logo após a pesquisa.

Por isso, é importante investir em layouts responsivos ou mesmo com versão totalmente *mobile friendly*. Os temas oferecidos pela Nuvem Shop se encaixam no primeiro caso, porém se o seu e-commerce não está preparado para essa realidade, é fundamental ajustá-lo o quanto antes.

Mas qual dispositivo realmente priorizar? A Monetate fez um ranking entre os mais populares de acordo com sua taxa de conversão:

8,99%

iPad**8,64%**

Kindle Fire**8,52%**

Desktop**8,58%**

Tablet**6,30%**

**Tablet
Android****4,94%**

iPhone**4,70%**

Smartphone**4,43%**

**Smartphone
Android****3,65%**

**Smartphone
Windows**

Estatísticas da Go Mobi e da Nielsen sugerem ainda que **o crescimento do mo-**

bile tem sido 8 vezes mais rápido do que o da internet na década de 90, e o m-commerce corresponderá a 30% do comércio eletrônico até 2018.

Para potencializar os negócios dos lojistas que utilizam a plataforma da Nuvem Shop, foram desenvolvidos dois **aplicativos gratuitos** para Android e iOS. Em apenas seis meses, juntos já somam **quase 400 usuários** e têm uma resposta bastante positiva.

Tanto na Black Friday quanto no Natal de 2015, **25% das vendas de nossos clientes foram realizadas através de dispositivos móveis.** Com essa perspectiva, encerramos a reflexão sobre o m-commerce e o convidamos para o próximo capítulo, com outros dados exclusivos da nossa plataforma.

O crescimento do mobile tem sido 8 vezes mais rápido do que o da internet na década de 90, e o m-commerce corresponderá a 30% do comércio eletrônico até 2018.

4.

ESTATÍSTICAS DA NUVEM SHOP

Através de pesquisas feitas pela nossa equipe e o depoimento de centenas de lojistas que utilizam a plataforma da Nuvem Shop, obtivemos informações esclarecedoras e relevantes para a realidade atual do e-commerce brasileiro e sua estimativa futura:

Visitas

Total de acessos a lojas da Nuvem Shop.

Por região

Os lugares do Brasil que registraram mais visitas.

31,6%

São Paulo

10,3%

Rio de Janeiro

7,5%

Minas Gerais

4,6%**Paraná****3,6%****Rio Grande
do Sul****3,4%****Bahia****3,6%****Outras**

Por gênero

O gênero predominante entre os visitantes.

Mulheres: 64%**Homens: 36%**

Por idade

As principais faixas etárias dos visitantes.

29%

18-24

36%

25-34

17%

35-44

9%

45-54

7%

55-64

2%

+ de 65

Lojas por segmento

Os segmentos de lojas predominantes na Nuvem Shop.

31,6%

Moda

10,3%

**Saúde e
Beleza**

7,5%

**Acessórios
de Moda**

4,6%

**Eletrônicos
e Informá-
tica**

3,6%

**Comidas e
Bebidas**

3,4%

**Casa e
Jardim**

3,3%

Arte

3,2%

Presentes

Vendas

Dados sobre as transações das lojas da plataforma.

Ticket médio

Valor médio das vendas das lojas.

R\$ 192,71

Por dispositivo

Participação dos dispositivos nas vendas.

Desktop: 73,67%
Mobile: 26,33%

Por meio de pagamento

Os serviços escolhidos para as transações.

39,94%

**PagSe-
guro**

15,45%

Moip

12,20%

**Boleto
bancário**

9,95%

**Mercado
Livre**

6,42%

**Mercado
Pago**

4,70%

Bcash

4,43%

PayPal

4,35%

Cielo

1,62%

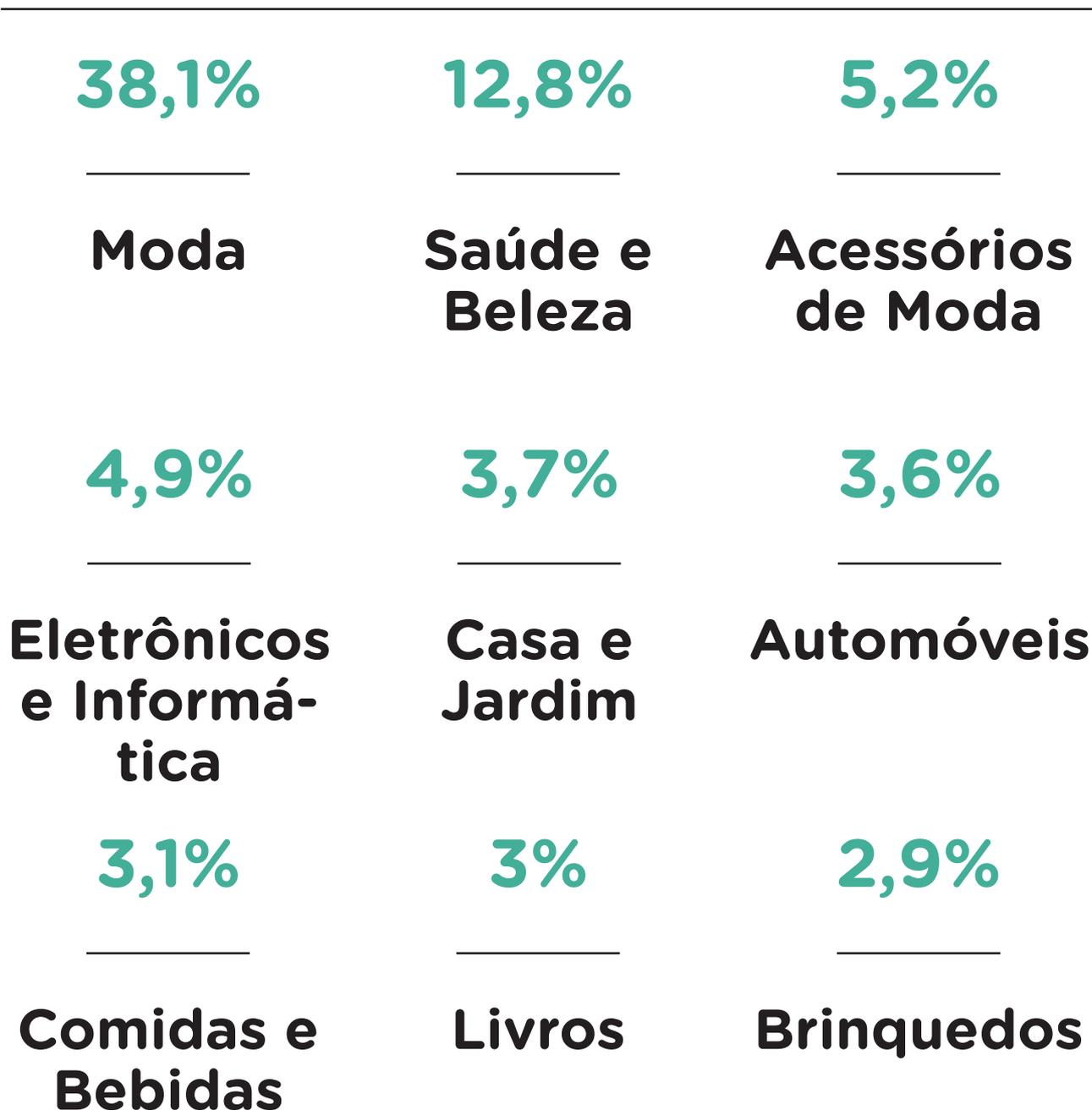
**Paga-
mentos
Nuvem**

0,87%

Bcash

Por segmento

Os segmentos que mais registraram vendas.



Datas comemorativas

A preparação e os resultados dos nossos lojistas.

Dia das Mães

Semanas antecedentes a 10 de maio.

Vendas entre todas as lojas

4654

Lojas entrevistadas que desenvolvem ações especiais

41,1%

Dia dos Namorados

Semanas antecedentes a 12 de junho.

Vendas entre todas as lojas

4699

Lojas entrevistadas que desenvolvem ações especiais

43%

Dia dos Pais

Semanas antecedentes a 9 de agosto.

Vendas entre todas as lojas

4714

Lojas entrevistadas que desenvolvem ações especiais

28,2%

Dia das Crianças

Semanas antecedentes a 12 de outubro.

Vendas entre todas as lojas

5065

Lojas entrevistadas que desenvolvem ações especiais

19%

Black Friday

Semanas antecedentes a 27 de novembro.

Vendas entre todas as lojas

5511

Lojas entrevistadas que desenvolvem ações especiais

12,8%

Natal

Semanas antecedentes a 25 de dezembro.

Vendas entre todas as lojas

15.474

Lojas entrevistadas que desenvolvem ações especiais

9,8%

Lojas que participaram do Clube da Nuvem, galeria temática para compras

441

Benefícios

O que os entrevistados oferecem para seus clientes.

38,1%

**Fazem
promoções**

12,8%

**Oferecem
frete grátis**

4,9%

**Disponibilizam
cupons de
desconto**

3,7%

**Outros
benefícios**

Suporte ao cliente

Os canais escolhidos pelos entrevistados.

98,1%

E-mail

81%

**Redes
Sociais**

71,1%

Telefone

68%

WhatsApp

40%

Chat online

7,3%

Skype

Marketing

Os recursos digitais que os entrevistados preferem.

Plataformas de anúncios pagos

Onde os entrevistados preferem anunciar.

Facebook: 45,3%
Google Adwords: 34,4%

E-mail marketing

O uso da ferramenta pelos entrevistados.

Investem: 16,5%
Têm interesse: 50,3%
Não têm interesse: 33,2%

Redes sociais

A aposta dos entrevistados nas mídias.

Investem: 49,7%
Têm interesse: 11%
Não têm interesse: 39,3%

Outros ambientes

Entrevistados que vendem além do e-commerce.

50,3%

Têm um volume significativo de vendas mobile

31,2%

Utilizam nosso aplicativo mobile

28,8%

Têm sede física

Considerações finais

Vimos que o e-commerce começou a participar timidamente do mundo dos negócios e com o tempo tornou-se um verdadeiro gigante, ganhando a preferência de inúmeros consumidores e empresas e até mesmo ampliando-se para outros dispositivos.

Os dados das lojas da Nuvem Shop, por sua vez, apontam os segmentos e serviços de pagamento mais populares, caracterizam a principal audiência e reforçam a importância de investir em atendimento ao cliente alternativo, iniciativas temáticas de acordo com a época do ano e marketing digital.

Esperamos que esse relatório tenha sido proveitoso de alguma forma, para que

você possa continuar com a estratégia atual do seu empreendimento ou até mesmo ajustar novos rumos e ações. Sucesso!

Apoio





nuvemshop

www.nuvemshop.com.br