

# NEOTRUST

O ANO DO E-COMMERCE!

2020 encerra com  
**+300MI**  
de pedidos on-line.  
Faturamento bate  
recorde!

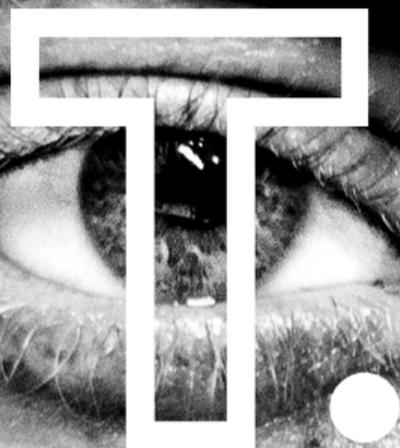
**47%**  
dos internautas  
totais, foram novos  
consumidores!



O CENSO DO  
E-COMMERCE

6ª EDIÇÃO | 2021

IT'S TIME  
TO TRUST MORE  
WWW.TGROUP.COM.BR



UM GRUPO DE EMPRESAS  
UM ÚNICO PROPÓSITO:  
GARANTIR IMPACTO PELA CONFIANÇA  
EM TODAS AS RELAÇÕES  
**PRAZER, NÓS SOMOS O T.GROUP.**

**T.group**®

clearsale



movimento  
compre  
& confie



VIPy



**lomadee**  
CONEXÕES QUE TRANSFORMAM

NEOTRUST



aftersale

# NEOTRUST

6º EDIÇÃO | **2021**

**NEOTRUST | MOVIMENTO COMPRE & CONFIE - TODOS DIREITOS RESERVADOS - © 2021**

INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA E PESQUISADORES: A NEOTRUST REQUER INDICAÇÃO DA FONTE ATRAVÉS DO TEXTO OBRIGATÓRIO:

**"FONTE: NEOTRUST | MOVIMENTO COMPRE & CONFIE"** SEUS DADOS, SEM EXCESSÕES, SOB PENA DE VIOLAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS.

2020 foi um ano que vai ficar marcado na história da humanidade (e fizemos parte disso). Ninguém poderia imaginar o que viria pela frente antes da pandemia do COVID-19, e mesmo depois de tomar consciência da gravidade... Uma situação caótica para muitos segmentos, a qual surgiu uma necessidade imediata de se adaptar à uma nova realidade, um “novo normal”. Muitos até diriam que não seria possível de acontecer, mas aconteceu.

No e-commerce, as companhias precisaram se adaptar com velocidade. Sendo um dos poucos segmentos que não sofreu diretamente os impactos financeiros da pandemia, o comércio eletrônico acabou se tornando uma alternativa para uma série de empresas que antes não olhavam para o mercado online. Quem já estava no online intensificou seus investimentos para melhorá-los mais ainda.

Certamente muitos projetos "saíram da gaveta" ou foram acelerados, o que fez com que a participação do e-commerce no total de vendas no varejo em 2020 chegasse perto do dobro do que alcançado em 2019. Há quem diz que a pandemia antecipou em 03 anos os investimentos das empresas no e-commerce. Não estimamos este tempo ainda, mas é visível a aceleração de um processo que levaria muito tempo para chegar onde estamos hoje.

Nessa edição do Relatório Neotrust, trazemos uma análise desse ano tão atípico para o mercado digital, com muita informação interessante e importante para que possamos entender o que aconteceu, qual o cenário atual e para onde as tendências devem apontar. Espero que todos gostem da leitura.

# CARTA AO LEITOR

**FABRÍCIO DANTAS**  
CEO NEOTRUST



# ÍNDICE

## **Capítulo 1**

Mercado Digital  
no 4º trimestre de 2020

**07**

## **Capítulo 2**

2020: O ano  
do e-commerce!

**24**

# Abra o seu negócio para 180 milhões de compradores.

Com mais de 180 milhões de cartões emitidos no Brasil, podemos ajudar o seu e-commerce a aumentar as vendas. Sinalize que o seu site também aceita Elo e aproveite.

Saiba mais em [elo.com.br](http://elo.com.br)

Vai na sua.  
Vai com elo



**Mercado Digital no  
4º trimestre de 2020.**

**CAPÍTULO 1**

Finalizando o ano de maior crescimento do e-commerce, o quarto trimestre de 2020 apresentou resultados expressivos em relação ao comércio eletrônico. Os números mostram que o varejo digital virou um grande aliado dos brasileiros na hora de comprar, trazendo conforto, segurança e economia.

Impulsionado por datas comerciais como Black Friday, Cyber Monday e Natal, o e-commerce teve nos meses de outubro, novembro e dezembro uma alta exponencial em relação ao mesmo período em 2019. Traduzindo em números, foram realizadas 86,4 milhões de compras online no quarto trimestre de 2020, o que representa crescimento de 51,5% no comparativo com os mesmos meses do ano passado. Tantas compras renderam ao varejo on-line um faturamento robusto: ao todo, foram gerados mais de R\$ 38,6 bilhões durante os meses de outubro a dezembro - aumento de 55,9% na comparação com os mesmos três meses de 2019.

24,8

FATURAMENTO (BI)



ANO	PEDIDO (MI)	TÍQUETE MÉDIO	VAR. PEDIDO	VAR. FATURAMENTO	VAR. TÍQUETE MÉDIO
4T19	57,0	R\$ 434,2	30,7%	31,8%	0,8%

38,6

FATURAMENTO (BI)



ANO	PEDIDO (MI)	TÍQUETE MÉDIO	VAR. PEDIDO	VAR. FATURAMENTO	VAR. TÍQUETE MÉDIO
4T20	86,4	R\$ 446,7	51,5%	55,9%	2,9%

Na mesma linha do resultado trimestral anterior, os gastos médios nas compras pela internet durante o período apresentaram leve crescimento. Com uma cesta de compras com produtos de maior valor, o ticket médio gasto foi de R\$ 446,7, aumento de 2,9% em relação ao mesmo trimestre no ano anterior. Apesar da evolução, os números mantiveram a tendência de mudança no hábito dos

consumidores, com características de compras mais parecidas com o período pré-pandemia. Traçando um paralelo entre o 3º e 4º trimestre de 2020, a evolução no comparativo anual com os mesmos meses de 2019 teve queda de um período para outro. Os números são reflexo da reabertura das lojas físicas e do relaxamento nas medidas de distanciamento social.

Assim como o trimestre anterior, a região Nordeste foi novamente o grande destaque em crescimento. O Sudeste ainda detém a liderança em volume de compras on-line feitas em território brasileiro, com 63,8% do total de pedidos realizados no trimestre, queda de 2,8 p.p. em relação ao mesmo período do ano passado. Em seguida, o Sul concentrou 14,6% das vendas realizadas de outubro a dezembro, o que representa um aumento de 0,5 p.p. em relação ao quarto trimestre de 2019.

Apesar da terceira colocação entre as regiões, o Nordeste foi responsável por 14,1% do total de pedidos realizados no comércio eletrônico, resultado que rendeu um crescimento de 2,2 p.p. em relação ao mesmo período de 2019. Completando, o Centro-Oeste concentrou 5,6% dos pedidos realizados (aumento de 0,2 p.p.) e o Norte registrou 1,9% das compras on-line feitas nesse período (estável se comparado ao quarto trimestre de 2019).



REGIÃO 4T20	P.P 3T20 X 3T19
CENTRO-OESTE	0,2%
NORDESTE	2,2%
NORTE	0,0%
SUDESTE	-2,8%
SUL	0,5%

# R\$ 106 BILHÕES EM TRANSAÇÕES PROTEGIDAS EM 2020

+  
**267**<sub>MI</sub>  
de pedidos  
ANALISADOS

+  
R\$ **2,7**<sub>BI</sub>  
FRAUDES  
EVITADAS

**95,8**%  
CPFs  
CONHECIDOS

**clearsale**  
SOLUÇÕES ANTIFRAUDE

acesse [br.clear.sale](https://br.clear.sale)

[in/clearsale](https://www.linkedin.com/company/clearsale) [@clear.sale](https://www.instagram.com/clear.sale)

Com o crescimento da oferta e da demanda de produtos na internet, a busca por economia no valor do frete também aumentou durante o trimestre. Reflexo disso é o grande crescimento da modalidade de frete grátis nos últimos três meses de 2020. No período, 54% das compras realizadas foram entregues de forma gratuita, ante 48% no mesmo período do ano passado. Já a entrega paga foi a opção escolhida em 46% dos pedidos realizados, queda de 6% em relação ao quarto trimestre de 2019. Analisando o valor médio do frete, a cifra teve um leve aumento: R\$ 19,25, valor 0,15% maior comparado ao mesmo trimestre em 2019.

<b>FRETE</b>	<b>4T19</b>	<b>4T20</b>
<b>FRETE GRÁTIS</b>	<b>48%</b>	<b>54%</b>
<b>FRETE PAGO</b>	<b>52%</b>	<b>46%</b>
<b>FRETE MÉDIO</b>	<b>R\$ 19,22</b>	<b>R\$ 19,25</b>

Destrinchando o varejo digital pelas categorias de itens comprados, vemos um comportamento semelhante ao terceiro trimestre. Os produtos de ticket médio menor seguem como os mais procurados, agrupando mais da metade do volume de vendas nas primeiras colocações e as categorias de produtos com valores elevados continuaram a ocupar os primeiros lugares no quesito faturamento. As categorias campeãs em volume de vendas foram: Moda e Acessórios, que foi responsável por 19,6% do total

de pedidos realizados no período, Beleza, Perfumaria e Saúde (com 14,9% desse volume) e Entretenimento (11,6%).

Já a análise das categorias que geraram maior faturamento durante o período mostra que Telefonia ocupa novamente o primeiro lugar, com 21% da cifra gerada no trimestre. Em segundo lugar está Eletrodomésticos e Ventilação (19,4% do total) e, em terceiro, Entretenimento (10,8%). As compras refletem as promoções oferecidas pelas empresas durante as grandes datas sazonais de fim de ano.

	NOME AGRUP.	CATEGORIAS CONSIDERADAS	% PEDIDO 4T20	% FATURAMENTO 4T20
	TELEFONIA	Telefonia	5,5%	21,0%
	ELETRODOMÉSTICOS E VENTILAÇÃO	Eletrrodomésticos/ Ar e Ventilação	7,1%	19,4%
	ENTRETENIMENTO	Livros, DVDs e Blu-Ray/ Eletrônicos/ Games/ Papelaria/Tickets	11,6%	10,8%
	INFORMÁTICA E CÂMERAS	Informática/ Câmeras, Filmadoras e Drones	4,2%	9,5%
	MÓVEIS, CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO	Móveis/ Decoração/ Casa e Construção	8,0%	8,8%
	MODA E ACESSÓRIOS	Moda e Acessórios/ Relógios e Jóias	19,6%	8,7%
	BELEZA, PERFUMARIA E SAÚDE	Beleza e Perfumaria/ Saúde	14,9%	5,6%
	ARTIGOS PARA CASA	Eletrportáteis/ Utilidades Domésticas/ Cama/ Mesa e Banho	10,0%	5,5%
	SUPLEMENTOS, ESPORTE E LAZER	Suplementos e Vitaminas/ Esporte e Lazer/ Artigos de Tiro e Pesca	6,3%	3,6%
	AUTOMOTIVO	Automotivo	1,6%	1,9%
	BRINQUEDOS E BEBÊS	Bebês/ Brinquedos	4,1%	1,9%
	OUTROS	Recargas/ Cupom/ Loterias/ Seguros, Garantias e Assinaturas/ Agro, indústria e comércio/ App/ Instrumentos Musicais/ Gift Card/ Artigos de Festas/ Financeiras/ Sex Shop/ Agência de Turismo/ Passagem e Hospedagem/ D2D	2,1%	1,4%
	ALIMENTOS E BEBIDAS	Alimentos e Bebidas	2,5%	1,4%
	PET SHOP	Pet Shop	2,5%	1,0%



# não seja o último a saber dos problemas de entrega do seu e-commerce

surpreenda positivamente seu cliente.  
acione seu SAC em tempo hábil para resolver qualquer reclamação durante a jornada de entrega.

Não espere o cliente avisá-lo sobre problemas de entrega. Monitore o caminho do produto entre sua loja e o consumidor final, e entre em ação antes mesmo de ser solicitado.



## expedição de rastreo

Notificação do passo a passo do pedido. Integração entre embarcadores, transportadores e consumidores.

## problemas no transporte?

Alerta antecipado de ocorrência ao e-commerce através de integração com a transportadora. Aviso amigável ao consumidor com padronização de resposta.

## entrega/recebimento

Alerta de mercadoria em rota para sucesso. Confirmação da entrega pelo consumidor, baixa de entrega automática em plataforma (marketplace).

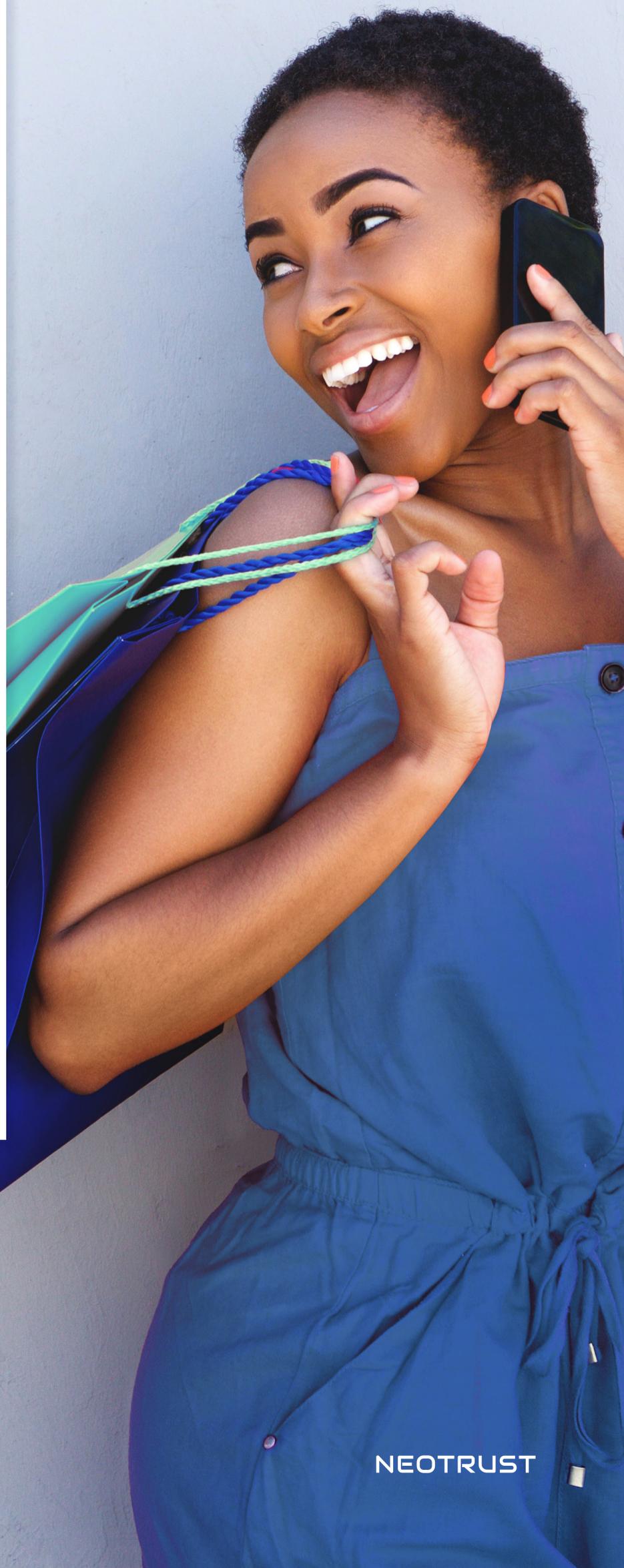
## canal direto

Otimize a atualização das informações do consumidor para a transportadora, sendo a ponte entre estes dois principais polos da jornada de entrega.

acesse:

[after.sale](#)

Ao segmentar os consumidores entre os gêneros feminino e masculino, nota-se que as mulheres mantêm o protagonismo em volume de compras pela internet, representando 57,5% de todos os pedidos realizados no varejo online brasileiro. Apesar de comprarem em menor quantidade, os homens seguem gastando valores mais altos com suas compras online, com ticket médio de R\$ 531,60, ante R\$ 384,00 do público feminino.



ANO	% PEDIDO FEM.	% FATURAMENTO MASC.	TÍQUETE MÉDIO FEM.	TÍQUETE MÉDIO MASC.
4T20	57,5%	42,5%	R\$ 384,0	R\$ 531,6

Na divisão por faixa etária, é possível compreender que a idade média dos consumidores durante o trimestre segue em 37 anos. Os principais grupos consumidores foram os de 26 a 35 anos, que representam 33,9% do total de pedidos realizados, e os de 36 a 50 anos, com 32,7% da soma. Nas últimas posições, ficaram os extremos: brasileiros até 25 anos geraram 19,7% dos pedidos feitos no período e os internautas com mais de 51 anos, responderam por 13,7% desse total.

**4T20****% PEDIDO**

Até 25 anos

**19,7%**

Entre 26 e 35 anos

**33,9%**

Entre 36 e 50 anos

**32,7%**

Acima de 51 anos

**13,7%**Idade Média **37 anos**

**Assim como os trimestres anteriores, o varejo digital conquistou mais brasileiros com suas facilidades. Cada vez mais confiantes, os consumidores têm utilizado ainda mais a internet para pesquisar preços com mais agilidade sem sair de casa.**

Como resultado, o e-commerce brasileiro ganhou 4,2 milhões de novos consumidores durante o quarto trimestre de 2020. Apesar do número expressivo, o valor representa queda de 12,4% em relação aos mesmos três meses do ano passado. De outubro a dezembro, aproximadamente 1/5 de todas as compras feitas pela internet foram realizadas por pessoas que nunca haviam comprado através do comércio eletrônico. Nesse período, o varejo digital concentrou 24,1 milhões de consumidores únicos, aumento de 36,8% em relação ao mesmo trimestre do ano passado.

TRIMESTRE	NOVOS CONSUMIDORES (EM MI)	NOVOS CONSUMIDORES (VARIAÇÃO YOY)
4T20	4,2	-12,4%

Em relação à frequência, a média de compras subiu no comparativo com os três últimos meses de 2019: de 3 para 4 compras por consumidor, mantendo a média em relação ao trimestre anterior. O gasto médio total de cada consumidor foi de R\$ 1.400,00, valor que representa aumento de 11,1% em relação ao mesmo trimestre do ano passado. Ao analisar a fundo quem são as pessoas que fizeram ao menos

uma compra durante o terceiro trimestre, é possível perceber que as mulheres seguem predominando no varejo digital: elas correspondem a 58,5% dos consumidores únicos. Segmentando por faixa etária, a maior parte destes pedidos foram novamente realizados por consumidores com idade média de 36 à 50 anos, com 33% do total de consumidores únicos no Brasil para os meses analisados.

Observando pela ótica dos produtos, a categoria mais comprada nestes meses foi Moda e Acessórios, que concentrou 17,6 milhões de indivíduos, com uma compra por consumidor e gasto médio total de R\$ 142,00. Por outro lado, a categoria Telefonia reuniu um número inferior de compradores - 3 milhões no trimestre - e gasto médio de R\$ 2.250,00. O comportamento é justificado principalmente pelo alto valor agregado dos produtos e pela mudança no poder de compra dos brasileiros.

Apesar do aumento da familiaridade e confiança com o e-commerce, o setor atinge hoje apenas 18,4% do total de pessoas com acesso à internet no país no quarto trimestre de 2020. O número, com aumento de 4,7 p.p. em relação ao 4º trimestre de 2019, mostra que o e-commerce se consolida cada vez mais, mas grande parte da população ainda tem preferência por lojas físicas.

CATEGORIAS	CONSUMIDORES 4T20 (EM MI)	GASTO MÉDIO	
	MODA E ACESSÓRIOS	17,6	R\$ 142
	TELEFONIA	3,0	R\$ 2.250
	MÓVEIS	2,9	R\$ 693
	ELETRODOMÉSTICOS	2,9	R\$ 1.600
	INFORMÁTICA E CÂMERAS	1,7	R\$ 1.331

## O que é o EQI?

O **E-commerce Quality Index (EQI)** é o indicador de mercado criado pela Lett, que avalia a **qualidade do e-commerce brasileiro** sob a perspectiva do consumidor final. Esse é o único estudo do país que analisa a experiência de compra online dos e-shoppers por meio do conteúdo digital das páginas de produtos.

### CrITÉRIOS de avaliação do EQI:



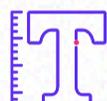
#### Image Score

Número de imagens presentes na página



#### Review Score

Número de comentários sobre o produto na página



#### Description Score

Número de palavras encontradas no campo de descrição do produto



#### Rating Score

Nota média do produto avaliada pelos consumidores



#### Search Score

Nota média baseada no número de caracteres no título e se o produto está cadastrado em alguma categoria no site.

### Desempenho dos e-commerces brasileiros

O EQI dos e-commerce brasileiro é **43,26.**

## Calcule o seu EQI

Agora você pode fazer uma simulação da página do seu produto e descobrir qual seria o seu resultado!

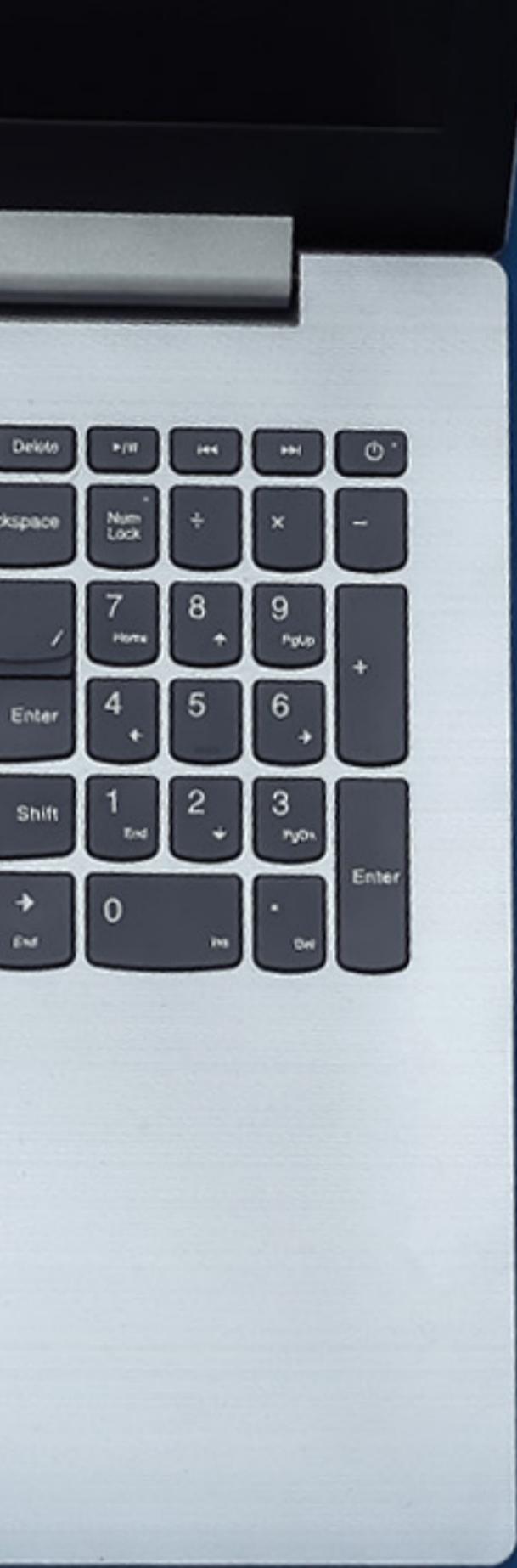
**SIMULE AGORA**

Conheça o estudo completo do EQI e descubra a qualidade do e-commerce brasileiro.



Escaneie ou acesse:

**[www.eqi.digital](http://www.eqi.digital)**



2020: O ano  
do e-commerce!



# CAPÍTULO 2

No ano de 2020, o Brasil atingiu o recorde de pedidos no e-commerce: 301 milhões de compras foram realizadas, número que representa uma alta de 68,5% em relação a 2019. Como consequência, o faturamento nacional também teve um crescimento significativo. Ao todo, a receita gerada foi de R\$ 126,3 bilhões, número que representa uma variação de 68,1% comparado a 2019 e mostra a força do e-commerce para a economia do país. Apesar disso, o tíquete médio sofreu uma leve queda de 0,2%, atingindo R\$ 419,40.

75,1

FATURAMENTO (BI)



126,3

FATURAMENTO (BI)



ANO	PEDIDO (MI)	TÍQUETE MÉDIO	VAR. PEDIDO	VAR. FATURAMENTO	VAR. TÍQUETE MÉDIO
2019	178,7	R\$ 420,4	22,6%	22,8%	0,2%

ANO	PEDIDO (MI)	TÍQUETE MÉDIO	VAR. PEDIDO	VAR. FATURAMENTO	VAR. TÍQUETE MÉDIO
2020	301,0	R\$ 419,4	68,5%	68,1%	- 0,2%

**Destrinchando o e-commerce em regiões, o Nordeste teve o maior crescimento no território brasileiro em 2020.**

O Sudeste ainda detém a liderança em volume de compras on-line, com 64,8% do total de pedidos realizados ano passado, com queda de 1,5 p.p. em relação a 2019. Em seguida, o Nordeste concentrou 14% das vendas realizadas em 2020, o que representa um aumento de 2,1 p.p. no comparativo com o ano anterior. Completando, o Sul foi responsável por 13,6% do total de pedidos realizados no comércio eletrônico, resultado que rendeu uma leve queda de 0,5 p.p. no comparativo. Por fim, o Centro-Oeste concentrou 5,6% dos pedidos realizados (queda de 0,1 p.p.) e o Norte registrou 2,0% das compras on-line feitas nesse período (resultado estável na comparação).



REGIÃO 2020	% PEDIDO	P.P 2020 X 2019
CENTRO-OESTE	5,6%	- 0,1%
NORDESTE	14,0%	2,1%
NORTE	2,0%	0,0%
SUDESTE	64,8%	- 1,5%
SUL	13,6%	- 0,5%

Diante de uma maior busca por produtos na internet, os brasileiros buscaram economizar mais na logística. Prova disso é o grande crescimento da modalidade de frete grátis no ano de 2020, onde 49% das compras realizadas foram entregues de forma gratuita, ante 46% no ano anterior. Já a entrega paga foi a opção escolhida em 51% dos pedidos realizados, queda de 3% em relação à 2019. Analisando o valor médio do frete, a cifra se manteve estável: R\$ 20,71.

Analizando as categorias de itens mais comprados, os produtos de ticket médio menor foram os mais buscados pelos brasileiros, somando mais da metade do volume de vendas nas primeiras colocações. No quesito faturamento, os itens de maior valor foram os campeões.

Quando falamos sobre as categorias campeãs em volume de vendas, é possível perceber um comportamento muito parecido com a análise do capítulo anterior, referente ao quarto trimestre de 2020: Moda e Acessórios, que foi responsável por 19,9% do total de pedidos realizados no período, Beleza, Perfumaria e Saúde, com 14,4% desse volume, e Entretenimento, com 12,8%, finaliza o Top 3.

	NOME AGRUP.	CATEGORIAS CONSIDERADAS	% PEDIDO 2020	% FATURAMENTO 2020
	TELEFONIA	Telefonia	5,7%	20,3%
	ELETRODOMÉSTICOS E VENTILAÇÃO	Eletrrodomésticos/ Ar e Ventilação	6,0%	15,9%
	ENTRETENIMENTO	Livros, DVDs e Blu-Ray/ Eletrônicos/ Games/ Papelaria/Tickets	12,8%	12,6%
	MODA E ACESSÓRIOS	Moda e Acessórios/ Relógios e Jóias	19,9%	9,6%
	INFORMÁTICA E CÂMERAS	Informática/ Câmeras, Filmadoras e Drones	4,8%	10,3%
	MÓVEIS, CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO	Móveis/ Decoração/ Casa e Construção	8,2%	9,1%
	BELEZA, PERFUMARIA E SAÚDE	Beleza e Perfumaria/ Saúde	14,4%	5,7%
	SUPLEMENTOS, ESPORTE E LAZER	Suplementos e Vitaminas/ Esporte e Lazer/ Artigos de Tiro e Pesca	5,7%	3,6%
	ARTIGOS PARA CASA	Eletroportáteis/ Utilidades Domésticas/ Cama/ Mesa e Banho	9,8%	5,0%
	AUTOMOTIVO	Automotivo	1,6%	1,8%
	OUTROS	Recargas/ Cupom/ Loterias/ Seguros, Garantias e Assinaturas/ Agro, industria e comércio/ App/ Instrumentos Musicais/ Gift Card/ Artigos de Festas/ Financeiras/ Sex Shop/ Agência de Turismo/ Passagem e Hospedagem/ D2D	2,8%	1,8%
	BRINQUEDOS E BEBÊS	Bebês/ Brinquedos	3,6%	1,8%
	ALIMENTOS E BEBIDAS	Alimentos e Bebidas	2,5%	1,5%
	PET SHOP	Pet Shop	2,2%	1,0%

# Ser VIPy é você mais seguro

na internet e no controle dos seus dados.

Saiba onde comprar online

Avalie as lojas parceiras

Receba notificação de compra

GANHE SUPER PRÊMIOS!

movimento  
compre  
& confie

Baixe  
agora!



movimento  
compre  
& confie

 AppVIPy

 @appvipy

<https://www.vipy.com.br/>

Já os produtos que geraram maior receita mostram que Telefonia ocupa o primeiro lugar, com 20,3% da cifra gerada no ano.

Em segundo lugar está Eletrodomésticos e Ventilação (15,9% do total) e, em terceiro, Entretenimento (12,6%). As compras mostram que por conta da pandemia e isolamento social, houve um investimento maior dos consumidores em itens a serem usados em casa.

Ao segmentar os consumidores entre os gêneros feminino e masculino, as mulheres foram as protagonistas em volume de compras pela internet, registrando 57,3% de todos os pedidos realizados no varejo online brasileiro. Apesar de comprarem em menor quantidade, os homens gastaram valores mais altos com suas compras online, com ticket médio de R\$ 491,00, ante R\$ 366,10 do público feminino.

## GÊNERO



% PEDIDOS

57,3%

42,7%

## FAIXA ETÁRIA

## CONSUMIDORES Y20



Até 25 anos

18,9%



Entre 26 e 35 anos

33,2%



Entre 36 e 50 anos

33,6%



Acima de 51 anos

14,3%

Na divisão por faixa etária, é possível observar que a idade média dos consumidores durante o ano foi de **37 anos**.

Os principais grupos consumidores foram os de 36 a 50 anos, que representam 33,6% do total de pedidos realizados, e os de 26 a 35 anos, com 33,2% da soma.

Nas últimas posições, ficaram os extremos: brasileiros até 25 anos geraram 18,9% dos pedidos feitos no período e os internautas com mais de 51 anos, responderam por 14,3% desse total.

**Venda em rede e tenha milhares de vendedores on-line divulgando a sua marca em troca de comissão de venda!**



**+530 mil**

afiliados cadastrados,  
incluindo pessoa física!

**+530mil**



**lomadee**



Acesse:  
[www.lomadee.com](http://www.lomadee.com)



ANO	CONSUMIDORES ÚNICOS (EM MI)	MÉDIA DE GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	MÉDIA DE COMPRAS	VAR. QTD CONSUMIDORES ÚNICOS	VAR. GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	NOVOS CONSUMIDORES (EM MI)
2019	31,4	R\$ 2.121	6	40,6%	10,9%	

ANO	CONSUMIDORES ÚNICOS (EM MI)	MÉDIA DE GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	MÉDIA DE COMPRAS	VAR. QTD CONSUMIDORES ÚNICOS	VAR. GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR	NOVOS CONSUMIDORES (EM MI)
2020	42,9	R\$ 2.618	7	36,7%	23,4%	20,2

O varejo digital conquistou mais brasileiros com suas facilidades. Além da agilidade e economia, o e-commerce se mostrou importante na pandemia por ser uma opção mais segura e diminuir a necessidade exposição ao Covid-19 durante as compras.

Como prova disso, o e-commerce brasileiro ganhou 20,2 milhões de novos consumidores durante o ano de 2020.

Nesse período, o varejo digital concentrou 42,9 milhões de consumidores únicos, aumento de 36,7% em relação ao ano anterior. Analisando a frequência de compra dos consumidores, a média subiu no comparativo com o ano de 2019: de 6 para 7 compras por consumidor. O gasto médio total de cada consumidor foi de R\$ 2.618,00, valor que representa aumento de 23,4% nos períodos comparados.

Ao observar o perfil de quem são as pessoas que fizeram ao menos uma compra em 2020, é possível perceber que as mulheres foram predominantes no varejo digital: elas correspondem a 56,4% dos consumidores únicos. Segmentando por faixa etária, a maior parte destes pedidos foram novamente realizados por consumidores com idade média de 36 à 50 anos, com 32,1% do total.

Já nas categorias de produtos, a mais comprada nestes 12 meses foi Moda e Acessórios, que concentrou 50,6 milhões de indivíduos, com uma compra por consumidor e gasto médio total de R\$ 172,00. Por outro lado, a categoria Telefonia reuniu um número inferior de compradores (10 milhões em todo ano) e gasto médio de R\$ 2.374,00.

CATEGORIAS	CONSUMIDORES 4T20 (EM MI)	GASTO MÉDIO	
	MODA E ACESSÓRIOS	50,6	R\$ 172
	TELEFONIA	10,0	R\$ 2.374
	ELETRODOMÉSTICOS	9,9	R\$ 1.470
	INFORMÁTICA E CÂMERAS	7,3	R\$ 1.244
	ELETRÔNICOS	6,8	R\$ 1.300

**Se interessou pelos dados apresentados?**  
Obtenha um estudo exclusivo Neotrust para seu negócio.

**NEOTRUST**

[www.neotrust.com.br](http://www.neotrust.com.br)

**AGENDAR REUNIÃO**

Realização:

**NEOTRUST**

Apoio:

**T.group®**

clearsale 

movimento  
**compre  
& confie**

 **lomadee**

 **VIPy**

 **aftersale**

 **LETT**

Patrocínio:

 **celo**