

Pesquisa Especial

Comportamento do Varejo no
E-commerce em Pernambuco | 2021


Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos | Instituto Fecomércio


SEBRAE

APRESENTAÇÃO

Este documento apresenta os resultados da sondagem de opinião com estabelecimentos do varejo de Pernambuco a respeito da atividade de vendas através do comércio eletrônico. O objetivo da pesquisa foi expressar a dimensão e a entender a percepção do comércio varejista no estado sobre a prática de vendas pela internet. Dessa forma, o estudo complementa a visão do levantamento realizado com os consumidores a respeito de sua inserção no ambiente de compras on line.

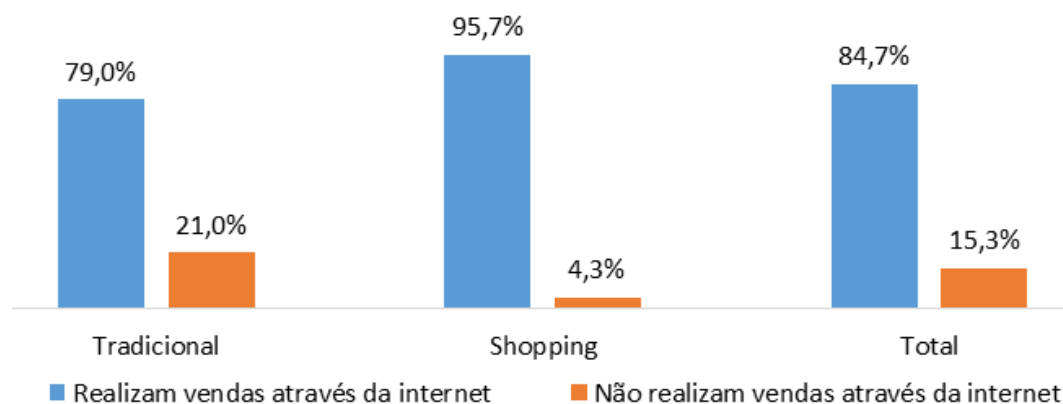
Os resultados são apresentados sob o ponto de vista dos estabelecimentos de shopping e do comércio tradicional, abordando aqueles que têm participação no comércio eletrônico com relação ao momento em que passaram a atuar nesse canal de vendas, considerando o advento da pandemia de Covid-19, bem como sobre a relevância das vendas on line para o atual volume de vendas e a forma como atuam nesse ambiente de vendas.

A Sondagem “Comportamento do Varejo no E-commerce em Pernambuco” foi realizada entre os dias 06 e 15 de outubro, envolvendo um planejamento amostral de 988 estabelecimentos de comércio varejista, nos principais pontos de fluxo do comércio nas regiões de Pernambuco (RMR, Agreste e Sertão), tanto em shopping centers quanto em estabelecimentos do comércio tradicional.

1. PARTICIPAÇÃO NO E-COMMERCE

A sondagem no comércio varejista revelou que aproximadamente 85% dos estabelecimentos do varejo no estado realizam vendas através do comércio eletrônico ou e-commerce atualmente – ver **Gráfico 1**. Esse percentual é menor entre as lojas físicas do comércio tradicional (79%), mas alcança quase a totalidade entre as lojas físicas com atuação em shopping centers (95,7%). A maior concentração de lojas com marcas ou redes de alcance nacional é um dos fatores que influenciam essa participação dos estabelecimentos de shopping em vendas através do comércio eletrônico.

Gráfico 1 - Participação dos estabelecimentos do varejo no comércio eletrônico



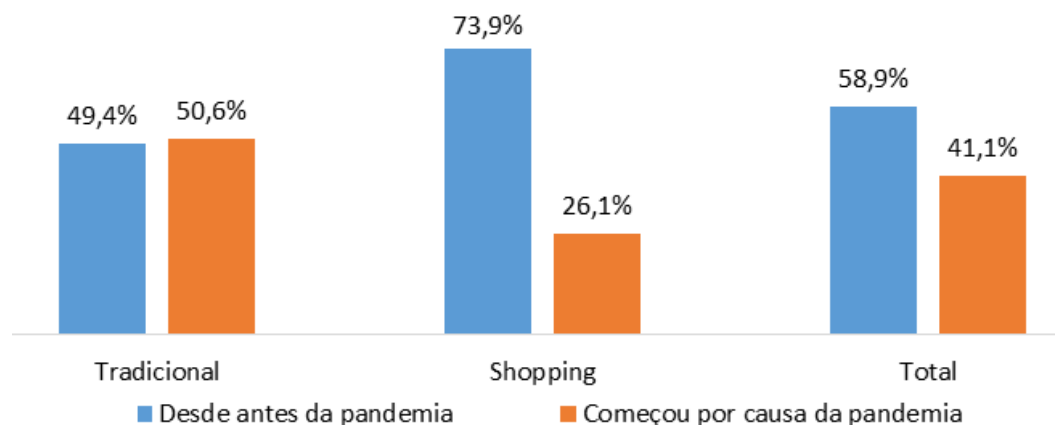
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE.

2. MOMENTO DA INTRODUÇÃO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Entre os que realizam vendas a partir da internet, registrou-se que 58,9% o fazem desde antes da pandemia e 41,1% passaram a utilizar esse canal de vendas somente após o início da pandemia – ver **Gráfico 2**.

Nas lojas do comércio tradicional o fator pandemia foi mais decisivo, uma vez que 50,6% iniciaram a atividade de comércio eletrônico após o início da crise sanitária que interrompeu o funcionamento das lojas. Nas lojas de shopping, por outro lado, aproximadamente 74% das lojas atendem demandas on line desde antes da pandemia e apenas 26% teve sua inserção após o início da crise sanitária.

Gráfico 3 - Estabelecimentos segundo o momento entrada no comércio eletrônico



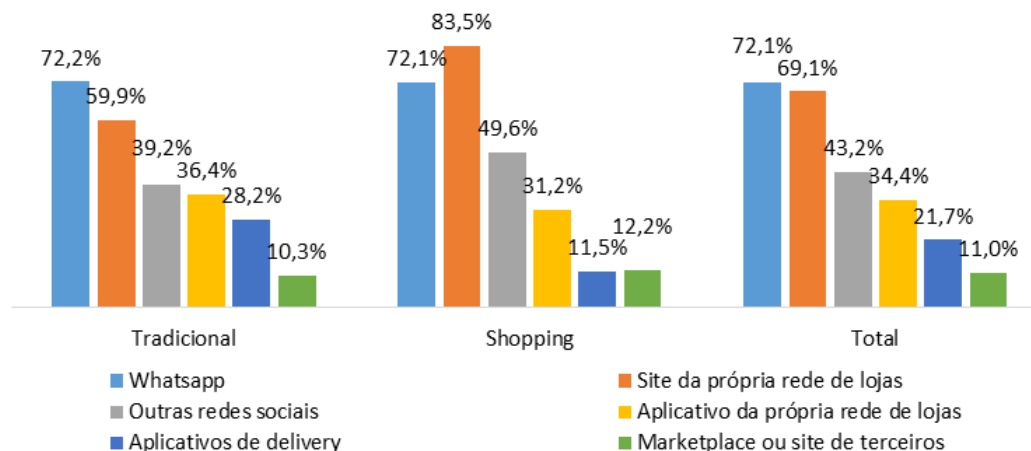
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE.

3. PLATAFORMAS OU CANAIS DE VENDAS ON LINE

Quanto às plataformas ou canais de vendas que viabilizam as vendas on line – ver Gráfico 3 –, a maioria dos estabelecimentos que realizam o comércio eletrônico consideram relevantes o uso de Whatsapp para negócios (72,1%) e o site da própria loja ou rede de lojas (69,1%).

As plataformas de market place apresentaram a menor disseminação entre os estabelecimentos: apenas 11% mencionam a realização de vendas através desse tipo de plataforma, a qual comumente está atrelada a uma grande empresa ou rede de varejo, que promove a interação entre consumidores e pequenos e médios comerciantes. Nos estabelecimentos de shopping, os sites da própria rede de lojas são o principal canal de vendas on line, destacando-se também o uso de outras redes sociais, como o Facebook e o Instagram, com aproximadamente 50% das menções.

Gráfico 2 - Plataformas ou canal de vendas através da internet



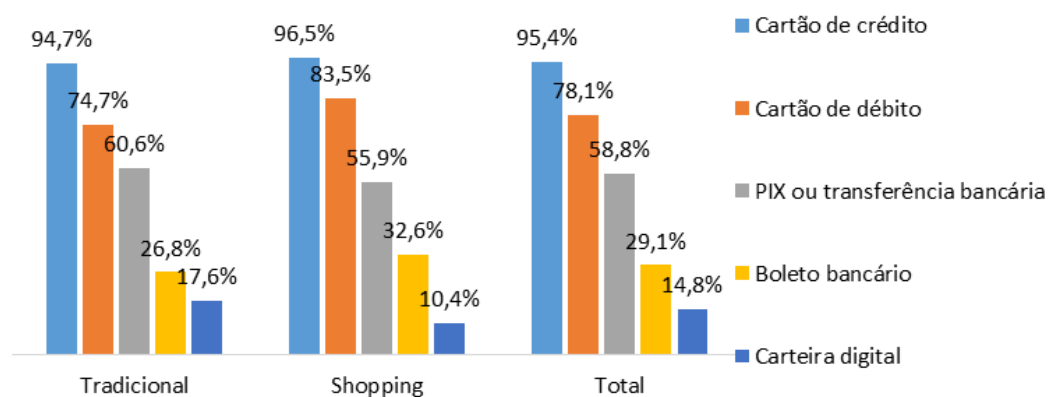
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE. Nota: o somatório das respostas ultrapassa 100%, pois a pergunta permitia múltipla resposta.

4. FORMAS DE PAGAMENTO OFERECIDAS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Quanto às formas de pagamento oferecidas nas vendas através da internet, o método mais comum é o cartão de crédito (95,4%), seguido do débito e das transferências entre contas, incluindo o PIX.

O boleto bancário e as carteiras digitais, como Pay Pal, Mercado Pago e Pag Bank – intermediárias entre as operadoras de cartão de crédito ou débito dos usuários –, são as opções menos consideradas nos estabelecimentos.

Gráfico 4 - Estabelecimentos segundo as formas de pagamento oferecidas no comércio eletrônico



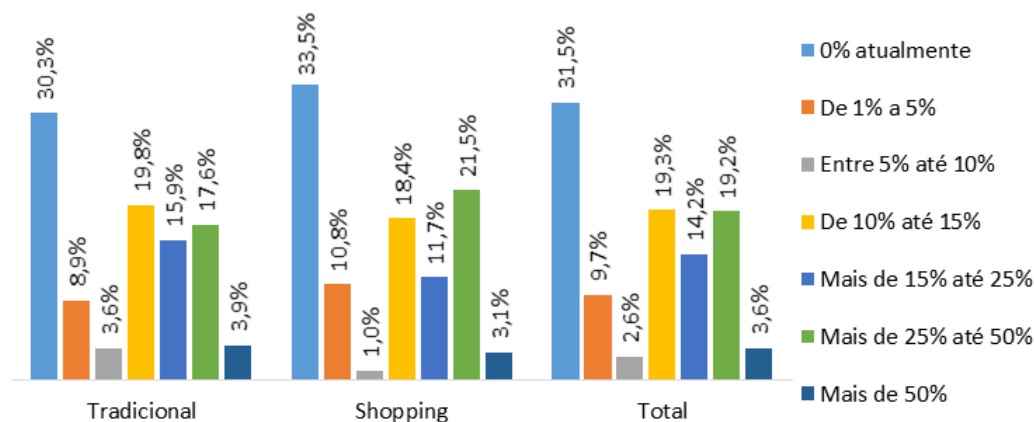
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE. Nota: o somatório das respostas ultrapassa 100%, pois a pergunta permitia múltipla resposta.

5. PARTICIPAÇÃO DAS VENDAS ON LINE ATUALMENTE

Sobre a participação das vendas via comércio eletrônico no volume total de vendas – ver Gráfico 5 –, 31,5% dos estabelecimentos do varejo declaram que apesar de atenderem demanda de compras através da internet, atualmente a relevância dos canais de vendas on line é nula (0%).

Para 56,2% dos estabelecimentos, as vendas on line respondem por no mínimo 10% do volume de vendas, mas em apenas 3,6% essas vendas correspondem a mais de 50%. A configuração entre os estabelecimentos de shopping e os tradicionais foi registrada como bastante similar, onde 33,5% nos shoppings não considera relevante o peso das vendas on line atualmente (0%), proporção que é de 30,3% entre os estabelecimentos do comércio tradicional.

Gráfico 5 - Estabelecimentos segundo a participação do comércio eletrônico no volume de vendas atual



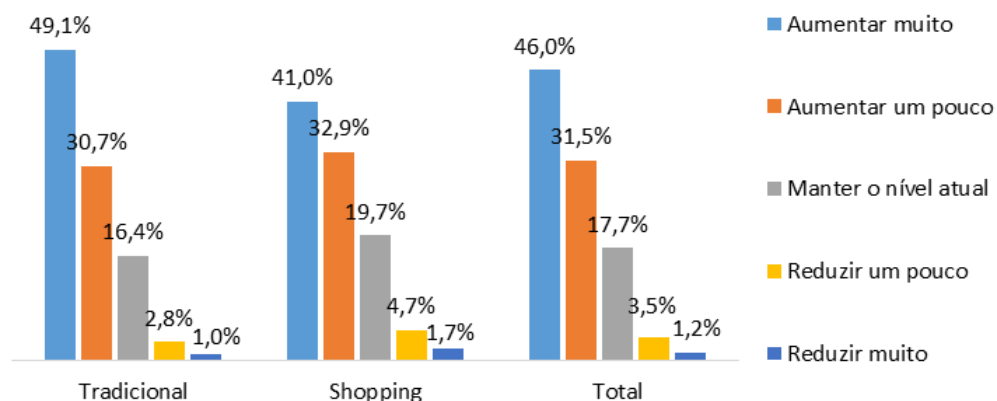
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE.

6. EXPECTATIVA PARA A PARTICIPAÇÃO DAS VENDAS ON LINE

Considerando a atual participação das vendas on line no montante de vendas dos estabelecimentos, a sondagem também investigou a perspectiva para a relevância do comércio eletrônico nos próximos meses.

Na maioria dos estabelecimentos (46,0%) há a perspectiva de 'aumentar muito' a participação das vendas on line nos próximos 6 meses e em 31,5% espera-se que essa participação 'aumente um pouco' – ver Gráfico 6. Portanto, para mais de 3/4 dos estabelecimentos há a perspectiva de que o comércio eletrônico tome cada vez mais espaço nos negócios.

Gráfico 6 - Estabelecimentos segundo a expectativa para a participação das vendas on line nos próximos 6 meses



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE.

7. RAZÕES PARA NÃO REALIZAR VENDAS ATRAVÉS DA INTERNET

Entre os estabelecimentos que não realizam venda através do comércio eletrônico, destaca-se como principal motivo o custo para a implantação dos processos de logística para entrega dos produtos (25%), bem como os custos para implantação de um sistema de atendimento e gestão para a atividade on line (17,7%) e para contratação de mão de obra qualificada para tal atividade (17,1%).

A complexidade para operar processos de logística (15,7%), como organização de estoque e entrega, e para a coordenação de um sistema de vendas on line (8,0%) também são fatores que inibem a ação dessas empresas.

Destaca ainda que 17,3% dos estabelecimentos não implantaram a atividade on line por falta de interesse dos proprietários até o momento.

Tabela 1 - Razões para não realização vendas através do comércio eletrônico

RAZÕES	TRADICIONAL	SHOPPING	TOTAL
Devido ao custo para implantação dos processos de logística	25,8%	17,2%	25,0%
Devido ao custo para implantação do sistema de atendimento e gestão	19,3%	3,3%	17,7%
Devido ao custo de mão de obra qualificada para a atividade	17,9%	10,2%	17,1%
Devido ao custo para investimento em infraestrutura	3,4%	0,0%	3,1%
Tem dificuldades para operar processos de logística	15,2%	20,5%	15,7%
Tem dificuldades para operar um sistema de atendimentos	7,7%	10,2%	8,0%
Proprietário não teve interesse até o momento	16,0%	30,2%	17,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio/PE. Nota: o somatório das respostas ultrapassa 100%, pois a pergunta permitia múltipla resposta.

**EXPEDIENTE
FECOMÉRCIO-PE**

Bernardo Peixoto
Presidente

Cleide Pimentel
Chefe de Gabinete

Wilma Fonsêca
Diretora-executiva
do Instituto Fecomércio

Ademilson Saraiva
Economista

Lucila Nastássia
Assessora da Presidência

Nilo Monteiro
Designer Gráfico

EXPEDIENTE CEPLAN

Ademilson Saraiva
Economista

Cristiano Ferraz
Estatístico

Francisco Jatobá
Sociólogo

Leonardo Ferraz
Estagiário de Economia

Jorge Jatobá
Economista

Thomaz Medeiros
Administrador

Avenida Visconde de Suassuna, nº265,
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175
www.fecomercio-pe.com.br



fecomercio-pe.com.br



@fecomerciope

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos | Instituto Fecomércio

SEBRAE