

# NIQ

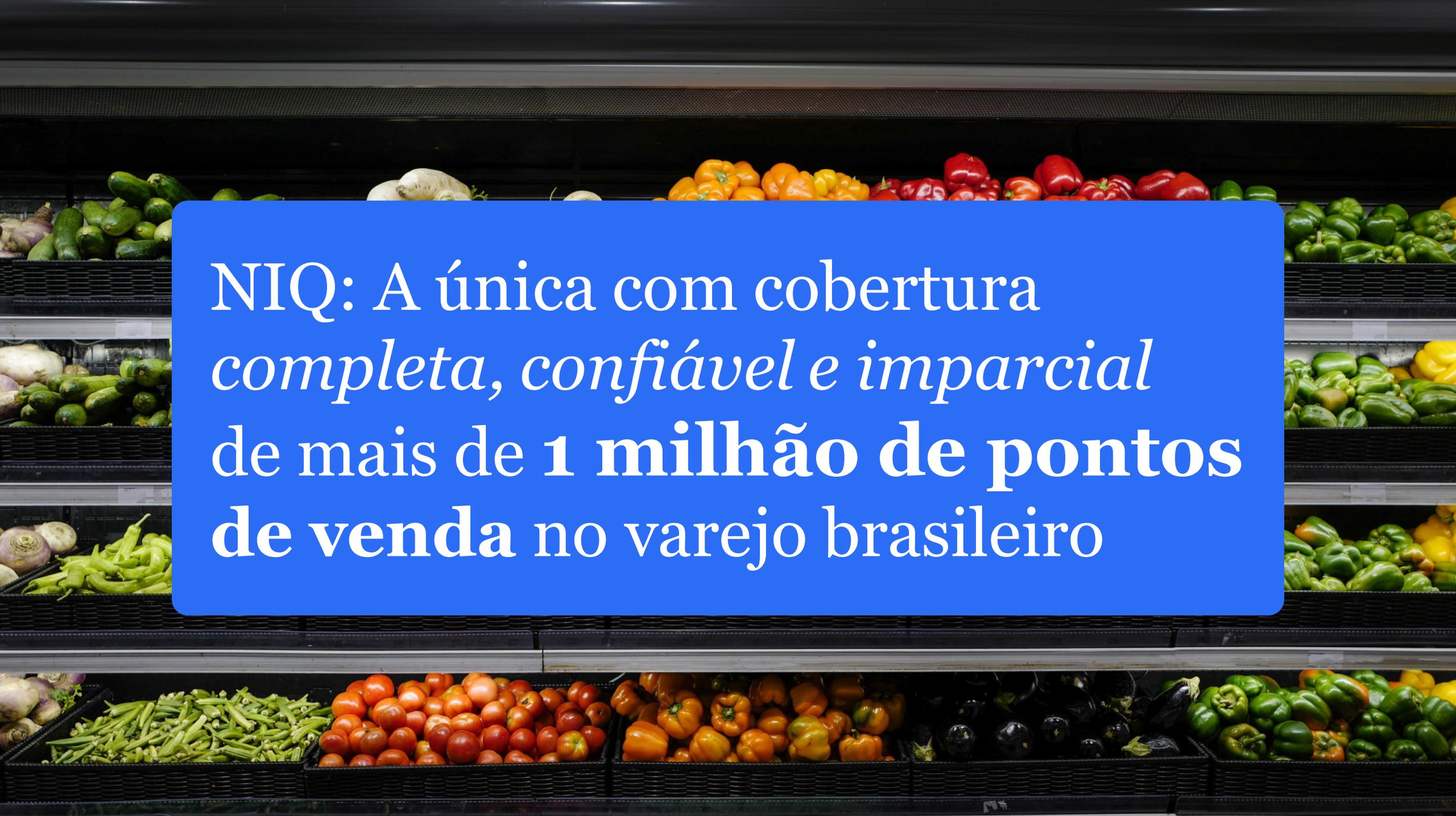


## 48°Ed.

# *Webshoppers Free*

NIQ Ebit

Agosto/2023



NIQ: A única com cobertura *completa, confiável e imparcial* de mais de **1 milhão de pontos de venda** no varejo brasileiro

# Olá,

O **primeiro semestre de 2023** apresentou uma queda de aproximadamente 7%, totalizando R\$ 119,0 Bi em vendas no e-commerce. Observando a curto prazo, vemos uma **desaceleração** dessa retração.

O principal ofensor desse resultado foi a variação na **quantidade de pedidos**, porém, embora tenhamos essa queda, não houve redução na quantidade de **shoppers ativos** no canal online, que apresentou um crescimento de 6% versus o mesmo período do semestre anterior.

As **categorias de giro rápido** seguem com as melhores performances frente às demais, destaque para **Perfumaria e Cosméticos** que cresceu 5,8% em vendas durante esse semestre.



Fonte: **Webshoppers 48** – Introdução

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

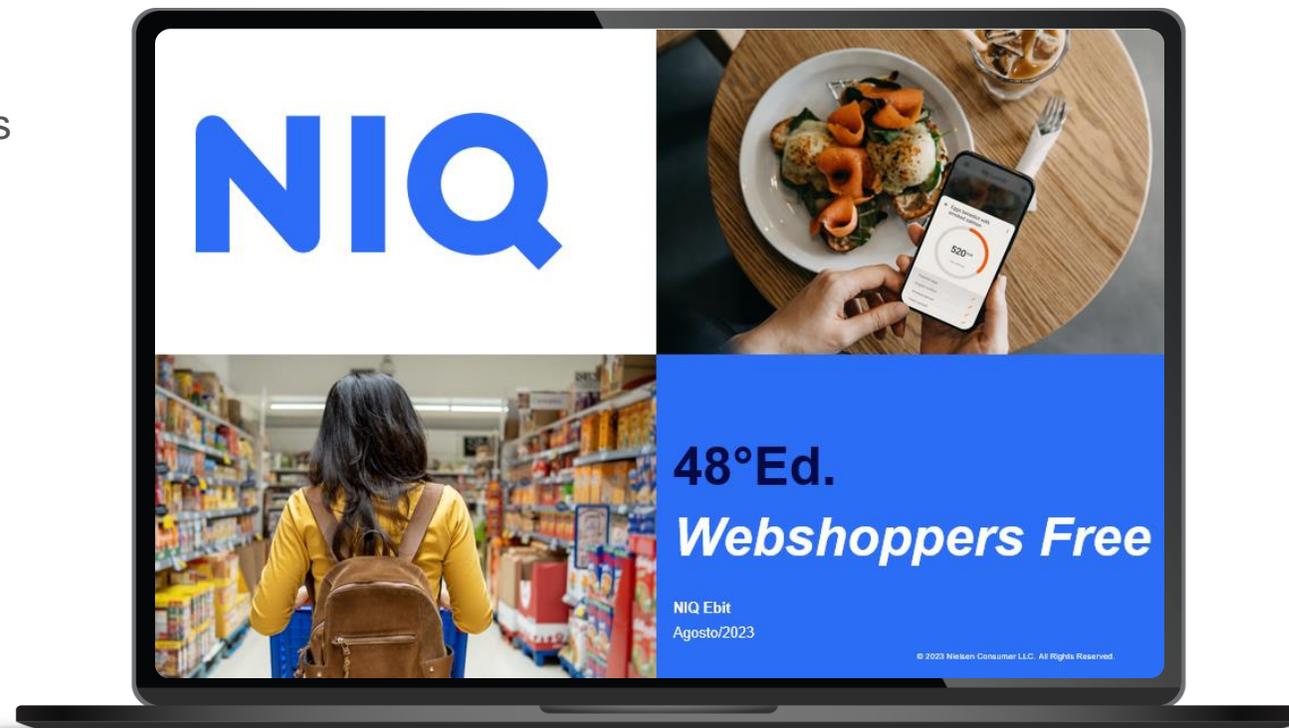


# WEBSHOPPERS

Realizado pela **NIQ Ebit** desde 2001, o Webshoppers é o estudo de **maior credibilidade** sobre o comércio eletrônico brasileiro e a principal referência para os profissionais do segmento.

A **48ª edição** será apresentada em 3 versões: Free, Capítulos Individuais e Premium (as duas últimas comercializadas).

Saiba mais na página oficial do [Webshoppers - NIQ](#)





## Disponível em 3 versões



### Versão Free

---

Versão geral do relatório com as **principais movimentações** do e-commerce durante o 1S23 vs 1S22.



### Versão Premium

---

Versão completa do relatório, abordando em detalhes 4 grandes capítulos: **Overview do e-commerce** (E-commerce no Brasil, Tipos de operação, M-commerce, Perfil dos consumidores e regionalidades), **Categorias de FMCG**, **Aplicativos de entrega** e **Cross Border Trade**.

Fonte: **Webshoppers 48** – Disponibilidade dos estudos.



### Capítulos individuais

---

Nesta versão, **escolha um ou mais capítulos** que forem mais relevantes para o seu negócio (é possível adquiri-los individualmente).

# Metodologia NIQ Ebit

Informações captadas desde a compra até a entrega para a construção de um panorama completo sobre o comércio eletrônico



## Dados Transacionais

Consumidor realiza a compra de um produto em uma loja conveniada NIQ Ebit e, automaticamente, recebemos os dados do pedido.



## Pesquisa de Compra

Ao finalizar a compra, o consumidor tem a opção de responder a primeira pesquisa por meio do banner implementado no check out das lojas colaboradoras online.



## Pesquisa de Entrega

De acordo com o prazo de entrega estipulado pelo lojista e com a autorização do consumidor, a NIQ Ebit realiza o envio da pesquisa de entrega por e-mail.





# Captura de dados NIQ Ebit



## Hits Banner

### *Informação transacional*

- Quantidade de pedidos
- Total gasto
- Ticket médio
- Quantidade de produtos
- Valor do frete
- Tempo de entrega
- CEP de entrega\*
- Tipo de pagamento
- Tipo de envio (grátis ou pago)
- Categoria de produto
- Descrição do produto
- ID de transação
- Dispositivo

\* CEP com 5 números, em função da LGPD

Fonte: [Webshoppers 48](#) – Metodologia.



## Pesquisa de satisfação de compra de entrega

### *Informação declarada*

- Dados demográficos do e-consumidor
- Gênero
- Grau
- Renda
- Frequência de compra
- NPS – Satisfação
- Seleção de produtos
- Informação do produto
- Custos de envio
- Preço
- Avaliação geral da loja
- Entrega no prazo
- Probabilidade de comprar novamente
- Acompanhamento de pedidos
- Suporte ao cliente
- Expectativas atendidas pelo produto

# Definição das 12 categorias

E as subcategorias que estão presentes em cada uma delas

## Alimentos e Bebidas

Subcategorias: vinho, cerveja, café, complemento alimentar, alimentos e bebidas, chocolate em barra, chá whisky, outros doces, leite.

## Bebês e cia

Subcategorias: fralda para bebê, conjunto para bebê, outros artigos de moda para bebê, lenço umedecido para bebê, macacão para bebê, cadeira para auto, carrinho para bebê, bebês e cia, cama / mesa / banho para bebê, berço.

## Casa e decoração

Subcategorias: Cama, armário / guarda-roupa, outras utilidades domésticas, jogo de painéis, jogo de cama, casa e decoração, sofá / estofado, mesa de jantar, escrivaninha, mesa para PC, cadeira.

## Construção e Ferramentas

Subcategorias: Furadeira, Torneira, Parafusadeira, Caixa de Ferramentas, Serra Elétrica / Motosserra, Construção e Ferramentas, Outras Ferramentas Manuais, Outros Utensílios para Jardinagem.

## Eletrodomésticos

Subcategorias: Máquina de lavar roupas, fogão, geladeira / refrigerador fritadeira, aspirador de pó / água, liquidificador, ventilador / circulador, ar condicionado, micro-onda, cafeteira.

## Eletrônicos

Subcategorias: TV, fone de ouvido / headset, eletrônicos, som portátil, controle remoto, suporte para TV / monitor, kit de som / alto-falante para automóveis, pilha / bateria som automotivo, outros acessórios para áudio / vídeo.

## Esporte e lazer

Subcategorias: Suplemento, bicicleta, mochila, outros artigos de esporte / lazer, calça esportiva, piscina, top esportivo, outros artigos para musculação, esporte e lazer, shorts esportivo.

## Informática

Subcategorias: Notebook, Informática, Impressora, Tablet, Cartucho para Impressora, PC, Monitor, Mouse HD Teclado para PC.

## Moda e acessórios

Subcategorias: Blusa feminina, moda e acessórios, calça feminina, calçado, conjunto infantil, tênis, vestido, camiseta masculina, sandálias femininas, bolsa.

## Perfumaria e cosméticos

Subcategorias: Perfume, shampoo para cabelo, outros produtos para cabelo, máscara para cabelo, dermocosméticos, tintura para cabelo, secador de cabelo, desodorante, protetor solar, hidratante para o corpo.

## Saúde

Subcategorias: Remédios, fitoterápicos, outros equipamentos e acessórios hospitalares, saúde, álcool em gel, sabonete, lentes de contato, outros artigos para cuidados e terapias, papel higiênico, sabonete líquido.

## Telefonia

Subcategorias: Celular e smartphone, aparelho de telefone, capa para celular e smartphone, braçadeira para celular e smartphone, carregador para celular e smartphone, outros acessórios para celular e smartphone, bateria para celular e smartphone, película para celular e smartphone, carregador para walkie talkie, cabo de dados para celular e smartphone.

# Overview do e-commerce

*Principais movimentações do e-commerce no 1S23 vs 1S22*

**NIQ**

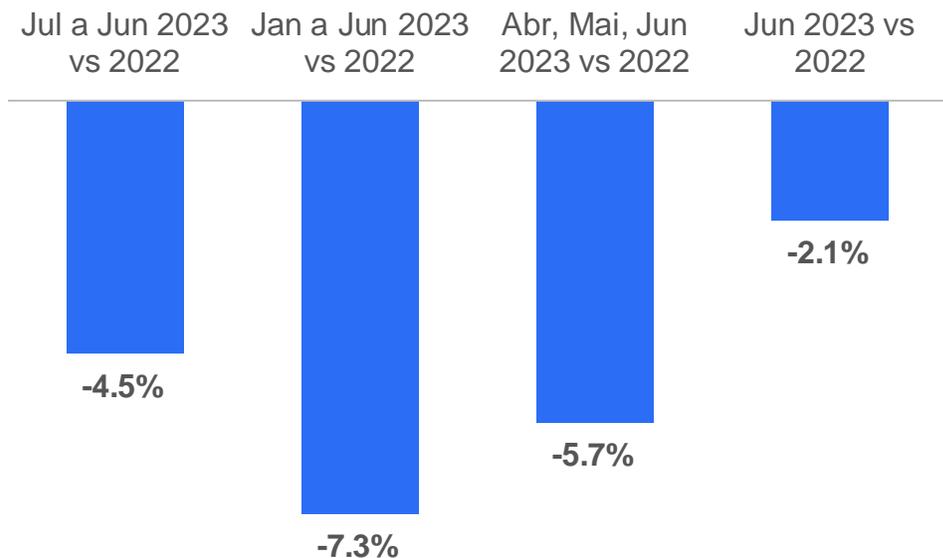


# O cenário segue em retração, porém com desaceleração da queda no curto prazo



## Variação de vendas no e-commerce

Ano móvel, YTD, trimestre móvel e mês



■ Var% Faturamento



## Evolução de vendas no e-commerce



Período

R\$

Var. %

1S21

121,7Bi

-

1S22

128,4Bi

+ 5,5%

**1S23**

**119,0Bi**

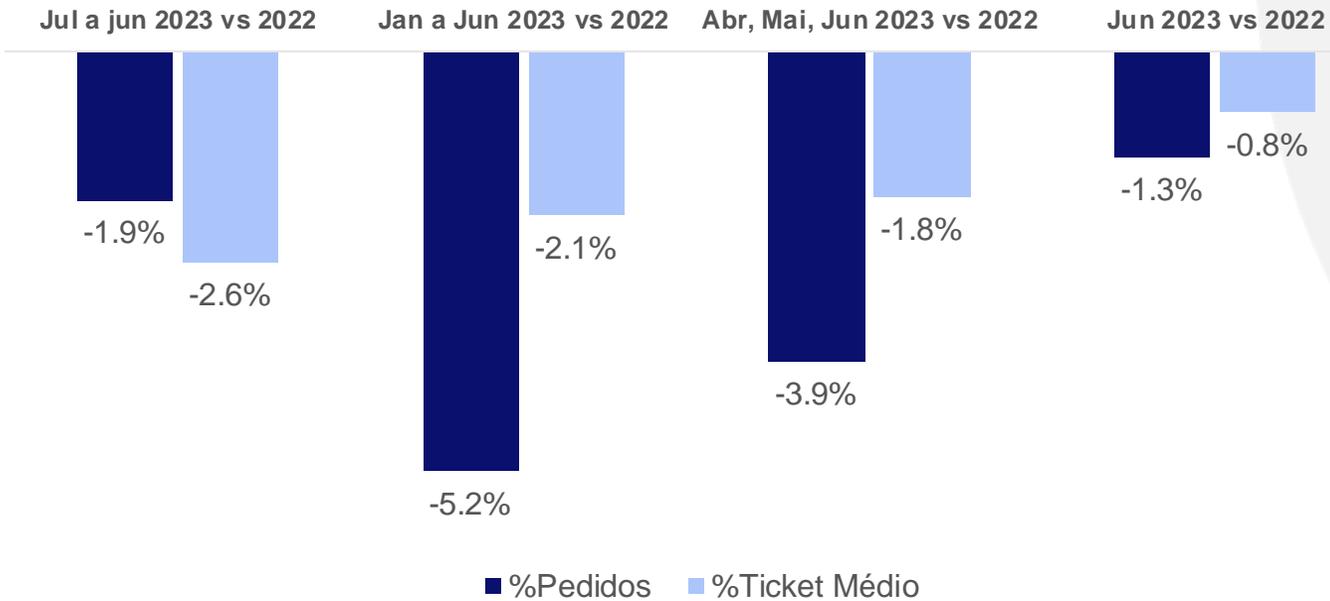
**- 7,3%**

# A retração que estava impulsionada principalmente pela variação de ticket médio passa a ser impulsionada pela variação de pedidos



## Variação de Pedidos e Ticket Médio

Ano móvel, YTD, trimestre móvel e mês



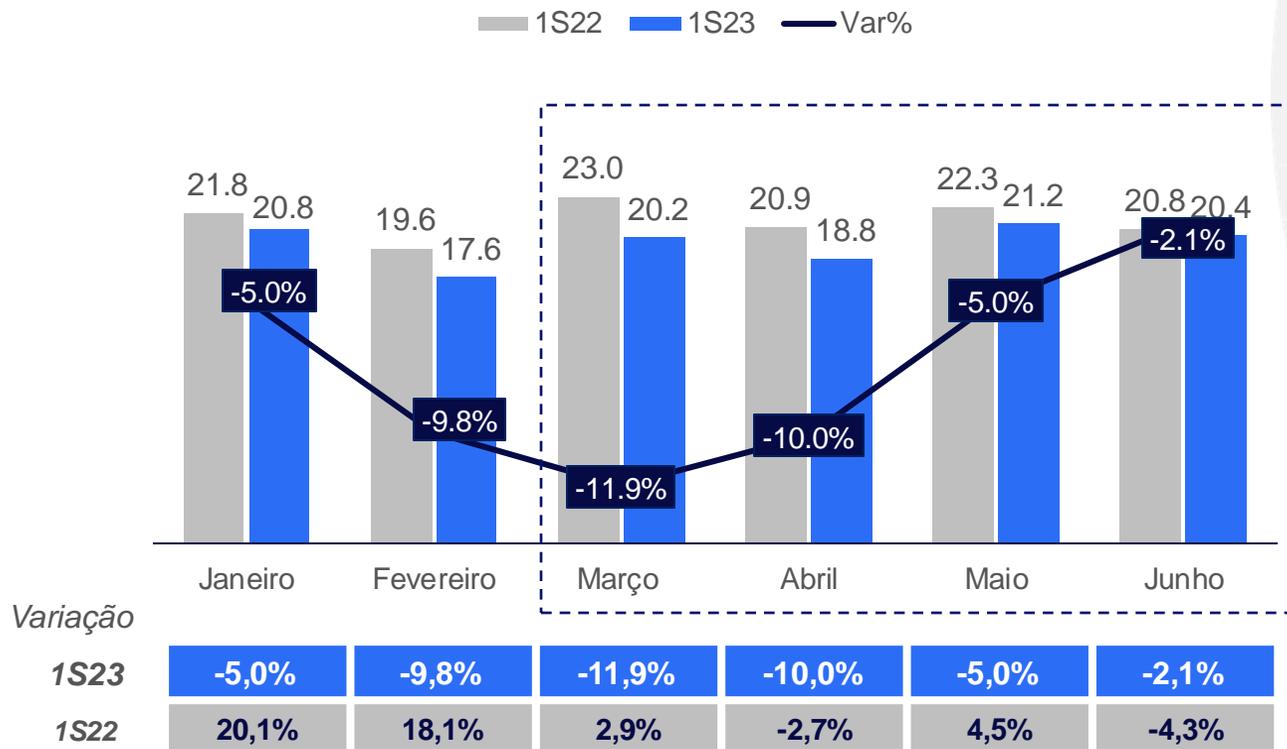
Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Variação de vendas em Pedidos e Ticket médio | Período: Ano móvel, YTD, Trimestre móvel e Mês

# A mudança de patamar na retração do e-commerce apresentou recuperação a partir do último trimestre



## Evolução do e-commerce mês a mês

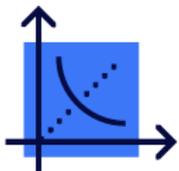
1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Evoluo do faturamento em bilhões de reais e var% | Período: 1S23 vs 1S22.

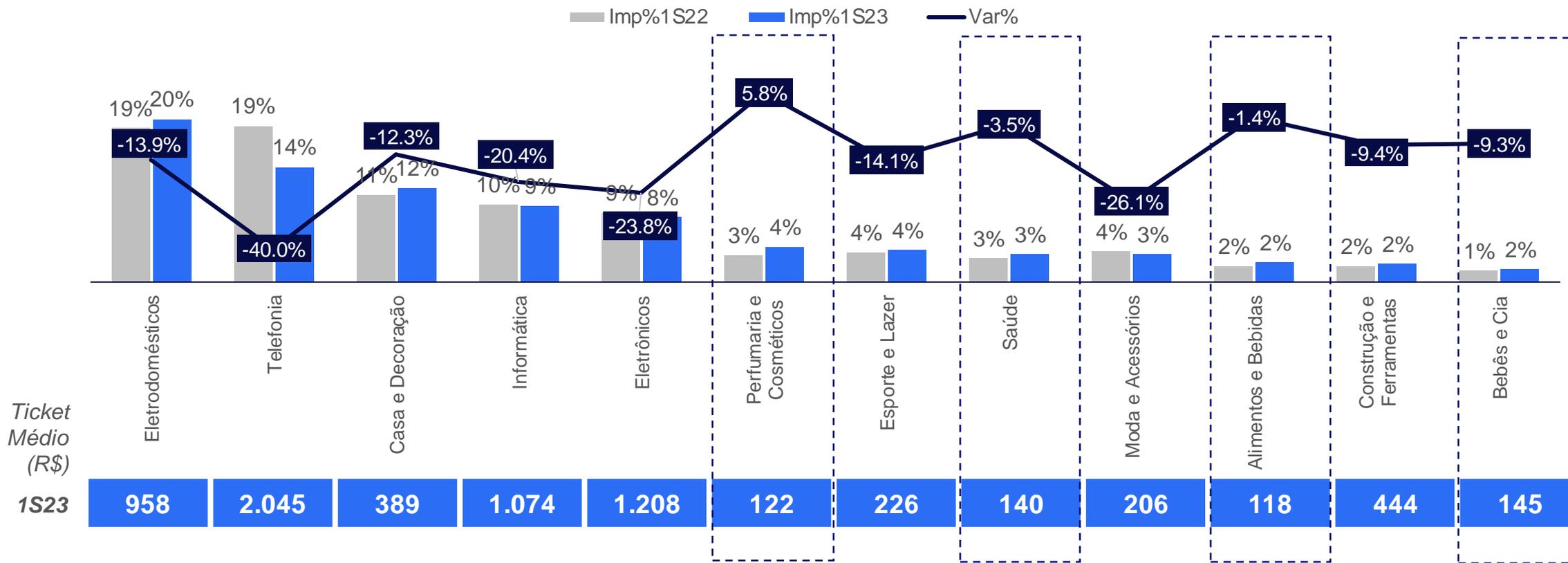
# As categorias de FMCG apresentaram as melhores performances dentre as demais categorias

Destaque para a categoria de Perfumaria e Cosméticos



## Importância em GMV e Var% por Categoria

1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



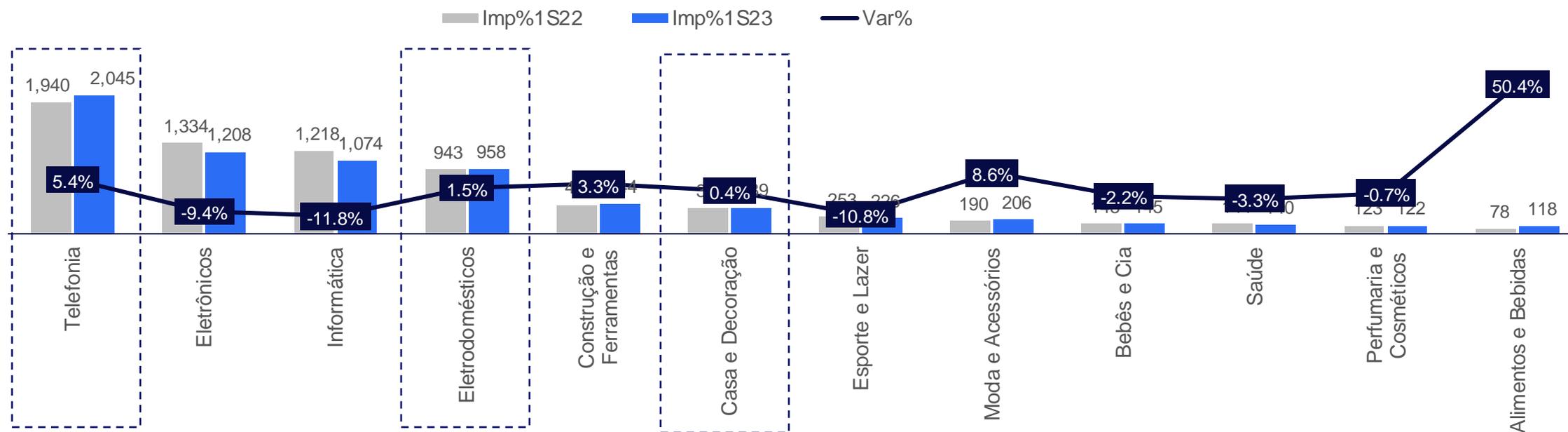
Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Importância% em GMV por categoria e ticket médio | Período: 1S23 vs 1S22.

# As top 3 categorias em importância GMV, que representam quase 50% das vendas do E-commerce, tiveram crescimento no ticket médio



## Ticket Médio e Var% por Categoria

1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



Das principais subcategorias, que representam **80% da cesta de Alimentos e Bebidas**, as seguintes categorias destacam-se com aumento de ticket acima da média: **Bombom, Chocolate em Barra, Outros Chocolates, Leite, Salgadinho, Leite Condensado, Bala, Outros Biscoitos Doces e Água Mineral.**

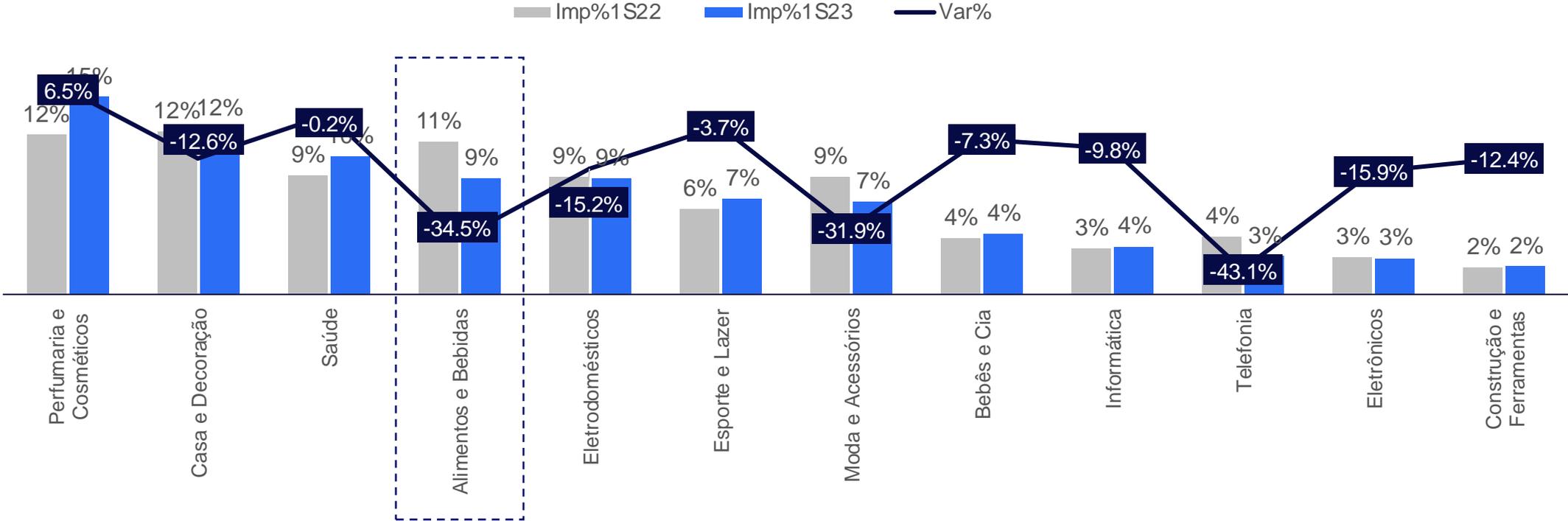
Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Ticket médio e Var% vs semestre anterior | Período: 1S23 vs 1S22.

# O que reflete um possível efeito de planejamento do shopper, que passou a diminuir a quantidade de pedidos e aumentar o valor gasto em suas compras



## Importância em Pedidos e Var% por Categoria

1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Importância% em Pedidos por categoria | Período: 1S23 vs 1S22.

## Dentre as top 5 categorias em número de pedidos, 3 delas são categorias de FMCG

A categoria de Perfumaria e Cosméticos ganha relevância, possivelmente impulsionada pelas datas sazonais do primeiro semestre



### Ranking em número de pedidos

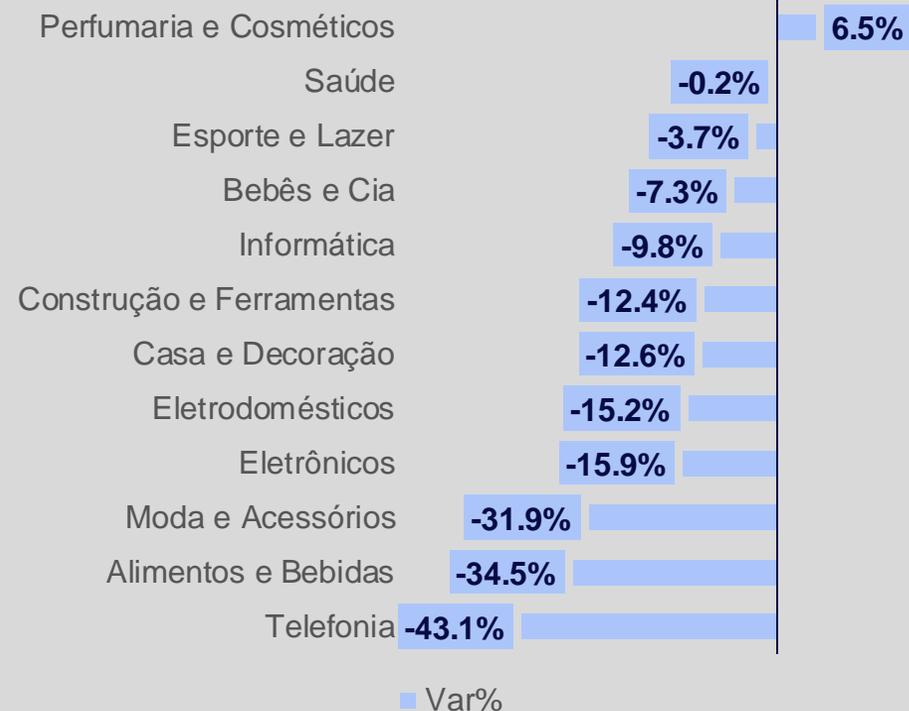
1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022

	RNK 1S22	RNK 1S23	Mudança de posição
Perfumaria e Cosméticos	2	1	+1 ▲
Casa e Decoração	1	2	-1 ▼
Saúde	4	3	+1 ▲
Alimentos e Bebidas	3	4	-1 ▼
Eletrodomésticos	5	5	0 ▲
Esporte e Lazer	7	6	+1 ▲
Moda e Acessórios	6	7	-1 ▼
Bebês e Cia	9	8	+1 ▲
Informática	10	9	+1 ▲
Telefonia	8	10	-2 ▼
Eletrônicos	11	11	0 ▲
Construção e Ferramentas	12	12	0 ▲



### Varição em número de pedidos

1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Ranking por pedidos | Período: 1S23 vs 1S22.

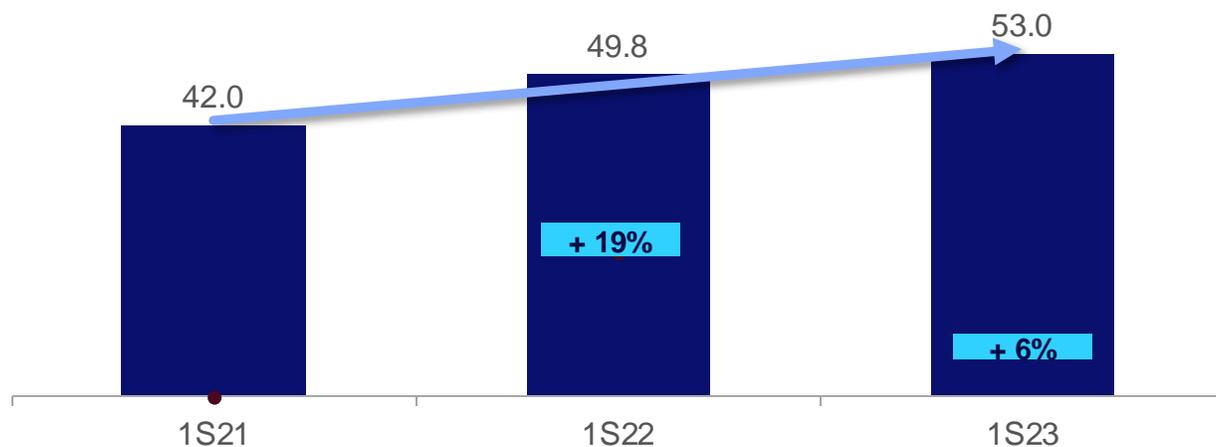
# Não há redução na quantidade de shoppers ativos no canal online, embora a retração seja impulsionada pela queda de pedidos



O e-commerce chega à marca de **53,0 Milhões de consumidores** no universo online

## Evolução de consumidores no e-commerce

1º Semestre de 2021, 2022 e 2023



Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Evolução no número de consumidores no universo online

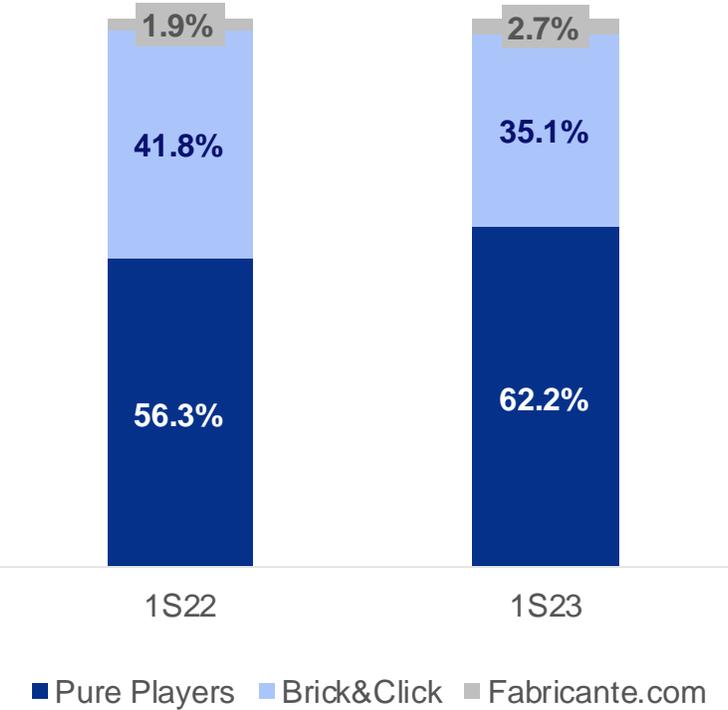
# Cadeias que operam exclusivamente no canal online destacam-se com ganho de importância

Ganho de importância mais acelerado no curto prazo



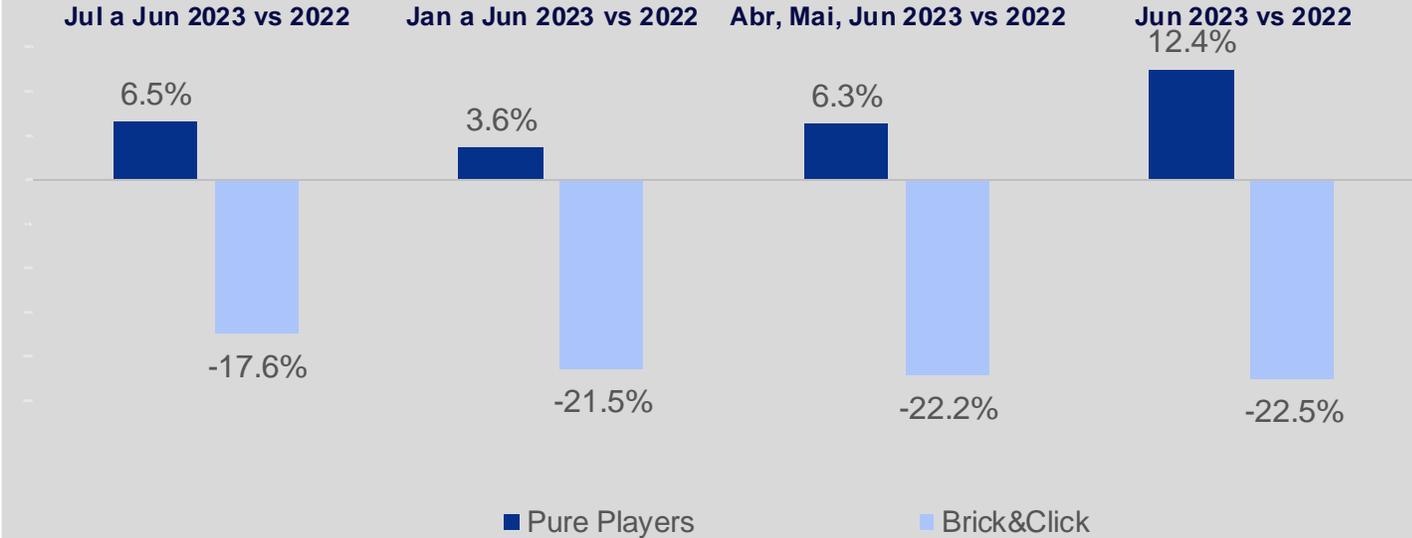
## Importância em faturamento

Pure Players, Brick&Click & Fabricante.com



## Variação de vendas

Pure Players, Brick&Click & Fabricante.com



Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Variação de vendas em faturamento por tipos de operação

# De forma geral, todas as regiões do Brasil apresentaram queda nas vendas

A região Sudeste, com 56% de importância, apresentou a melhor performance frente às demais regiões



## Sudeste

- . Importância 1S2023: 56%
- . Variação valor 1S2023: **(-6%)**
- . Variação pedidos 1S2023: **(-5%)**
- . Variação ticket médio 1S2023: **(-2%)**

## Centro Oeste

- . Importância 1S2023: 7%
- . Variação valor 1S2023: **(-10%)**
- . Variação pedidos 1S2023: **(-5%)**
- . Variação ticket médio 1S2023: **(-3%)**

## Nordeste

- . Importância 1S2023: 18%
- . Variação valor 1S2023: **(-11%)**
- . Variação pedidos 1S2023: **(-7%)**
- . Variação ticket médio 1S2023: **(-2%)**

## Norte

- . Importância 1S2023: 4%
- . Variação valor 1S2023: **(-13%)**
- . Variação pedidos 1S2023: **(-7%)**
- . Variação ticket médio 1S2023: **(-2%)**

## Sul

- . Importância 1S2023: 16%
- . Variação valor 1S2023: **(-6%)**
- . Variação pedidos 1S2023: **(-4%)**
- . Variação ticket médio 1S2023: **(-4%)**

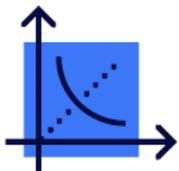
# Categorias de FMCG

*Performance de categorias de giro rápido no e-commerce*

**NIQ**

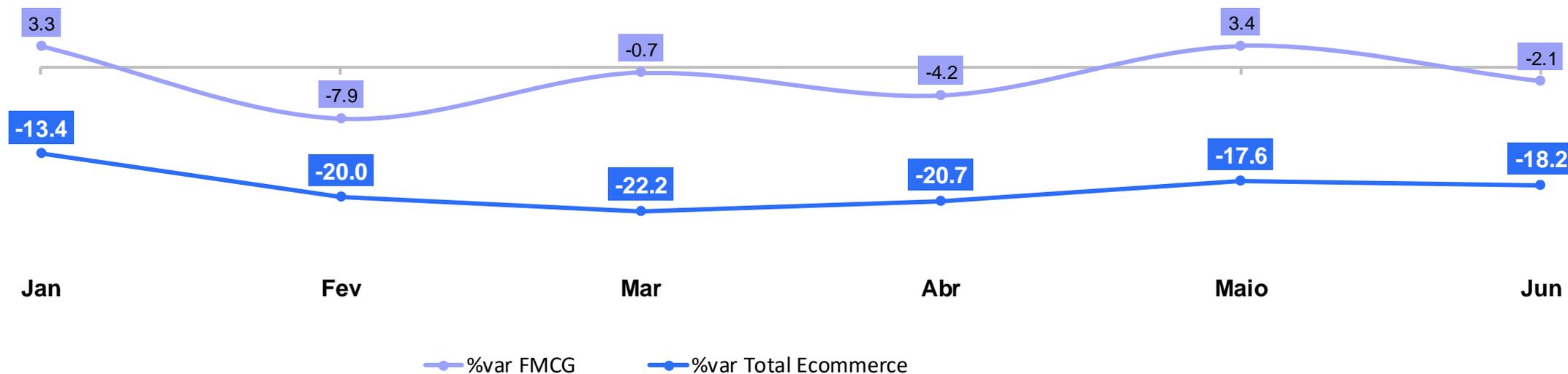


# Mesmo com oscilação, as categorias de FMCG apresentaram um desempenho melhor que o Total E-commerce nos meses de janeiro a junho



## Variação em GMV

1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



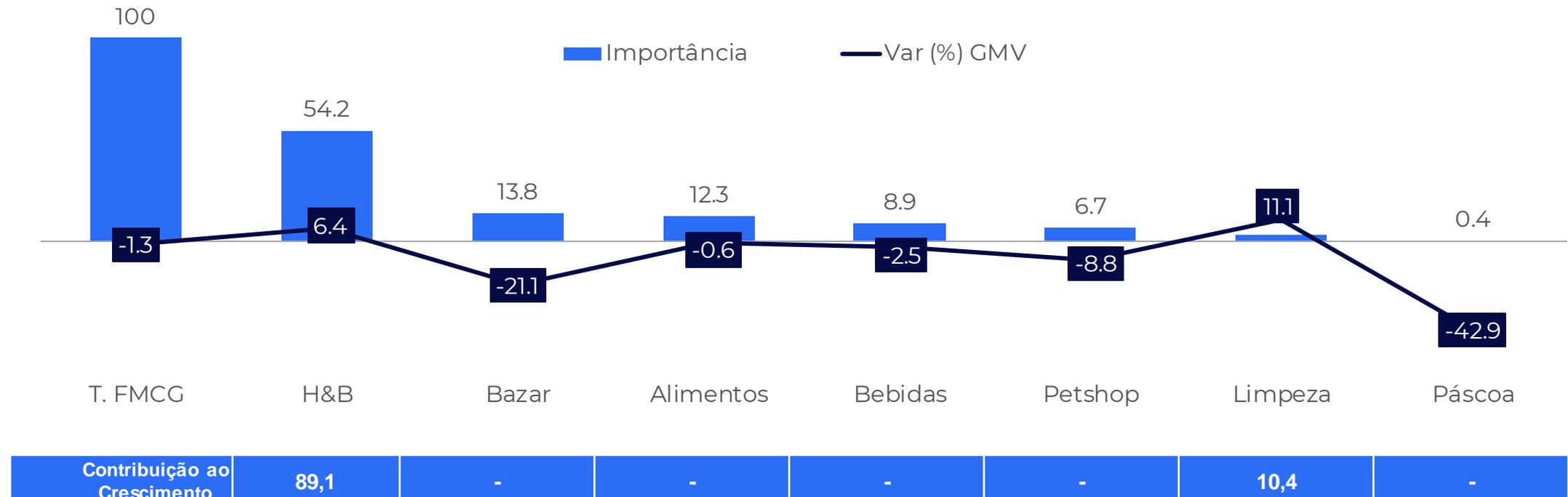
Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Variação em GMV | Cesta FMCG – YTD23 vs YD22 (até per06)

# Dentre todas as cestas, Higiene e Beleza e Limpeza destacam-se frente às demais, contribuindo positivamente para o semestre



## Importância e variação em GMV

1º Semestre de 2023 vs 1º Semestre de 2022



Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) –Variação e importância em GMV | YTD23 vs YD22 (até per06)

# Aplicativos de Entrega

*Aplicativos de entrega mais utilizados pelos shoppers no 1S23*



**NIQ**

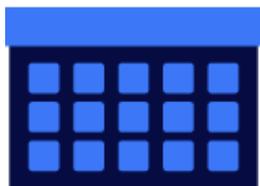
# Panorama Geral

Pesquisa de Aplicativos de Entrega



**+ 1.500** respondentes

A Pesquisa de **Aplicativos de Entrega** teve **1.533 respondentes** no total.



O campo da pesquisa foi durante o mês de **Junho/2023**.



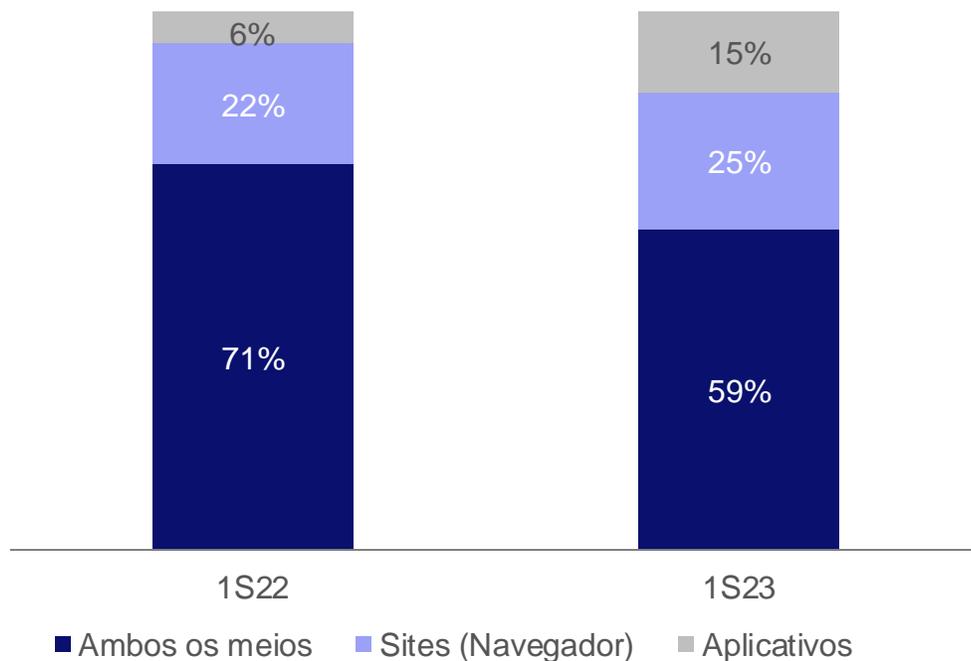
Questionário com 20 perguntas com o objetivo de **entender o consumo** dos brasileiros em **aplicativos de entrega**.



# Com mais que o dobro de importância, as compras realizadas por meio de aplicativos destacam-se com 15% da preferência do shopper



Pensando em todas as compras que você fez via internet, quais meios a seguir você fez compras nos **últimos 6 meses?**



Quais tipos de aplicativo você utilizou nos **últimos 6 meses?**



**32%** (+1 p.p vs 1S22)  
compraram **supermercado**



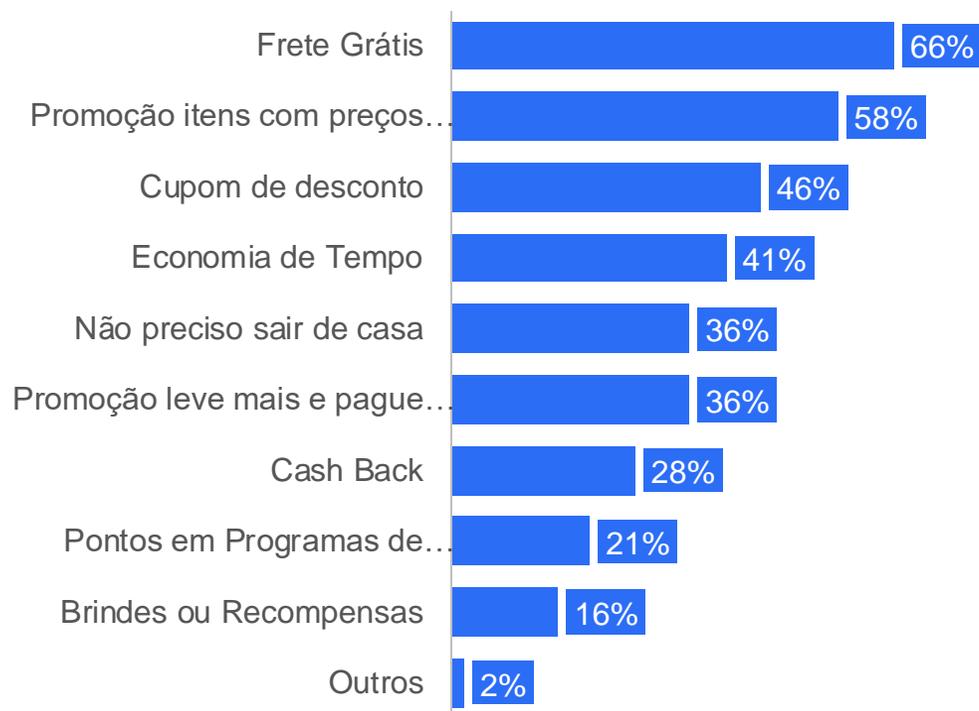
**43%** (+5 p.p vs 1S22)  
compraram **farmácia**

Fonte: NIQ Ebit - **Webshoppers 48** – Pesquisa de Aplicativos de Entrega.

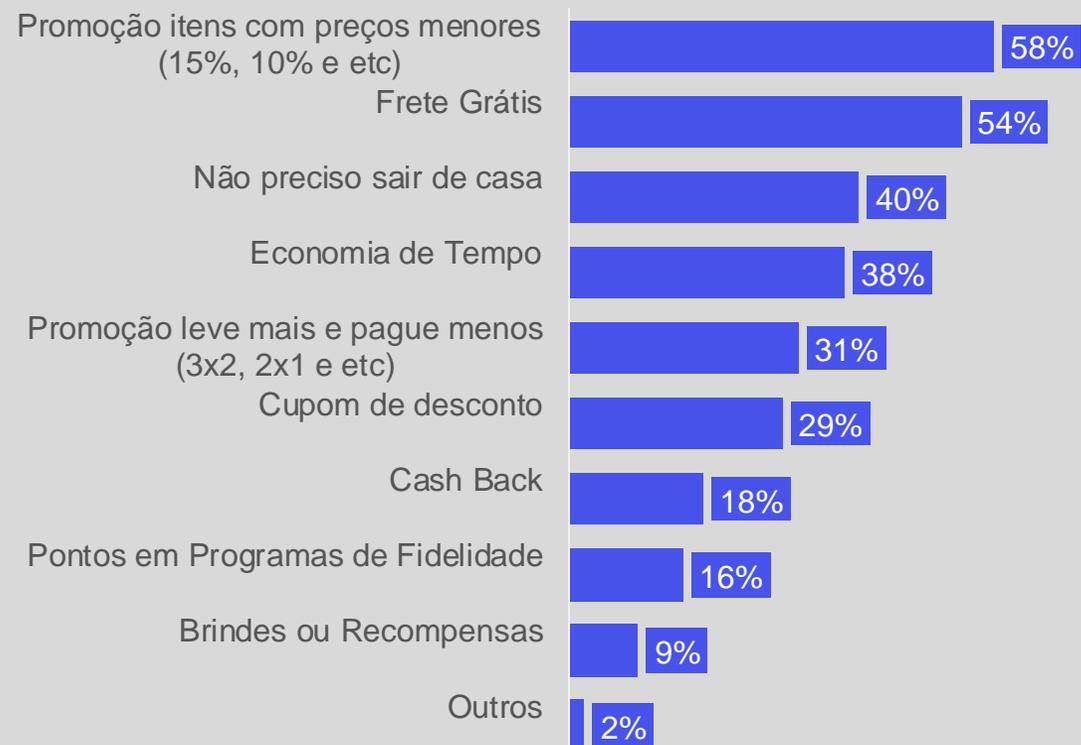
# Frete Grátis, promoções e praticidade são os principais motivadores de compra



## Motivadores de Compra Aplicativos de Supermercado\*



## Motivadores de Compra Aplicativos de Farmácia\*



\* Resposta de múltipla escolha, não totaliza 100%.

Fonte: NIQ Ebit - [Webshoppers 48](#) – Pesquisa de Aplicativos de Entrega.

# Cross Border Trade

*Consumo dos brasileiros em sites internacionais.*

**NIQ**



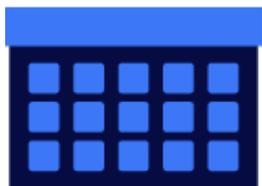
# Panorama Geral

Pesquisa de Cross Border Trade



**+ 1.900** respondentes

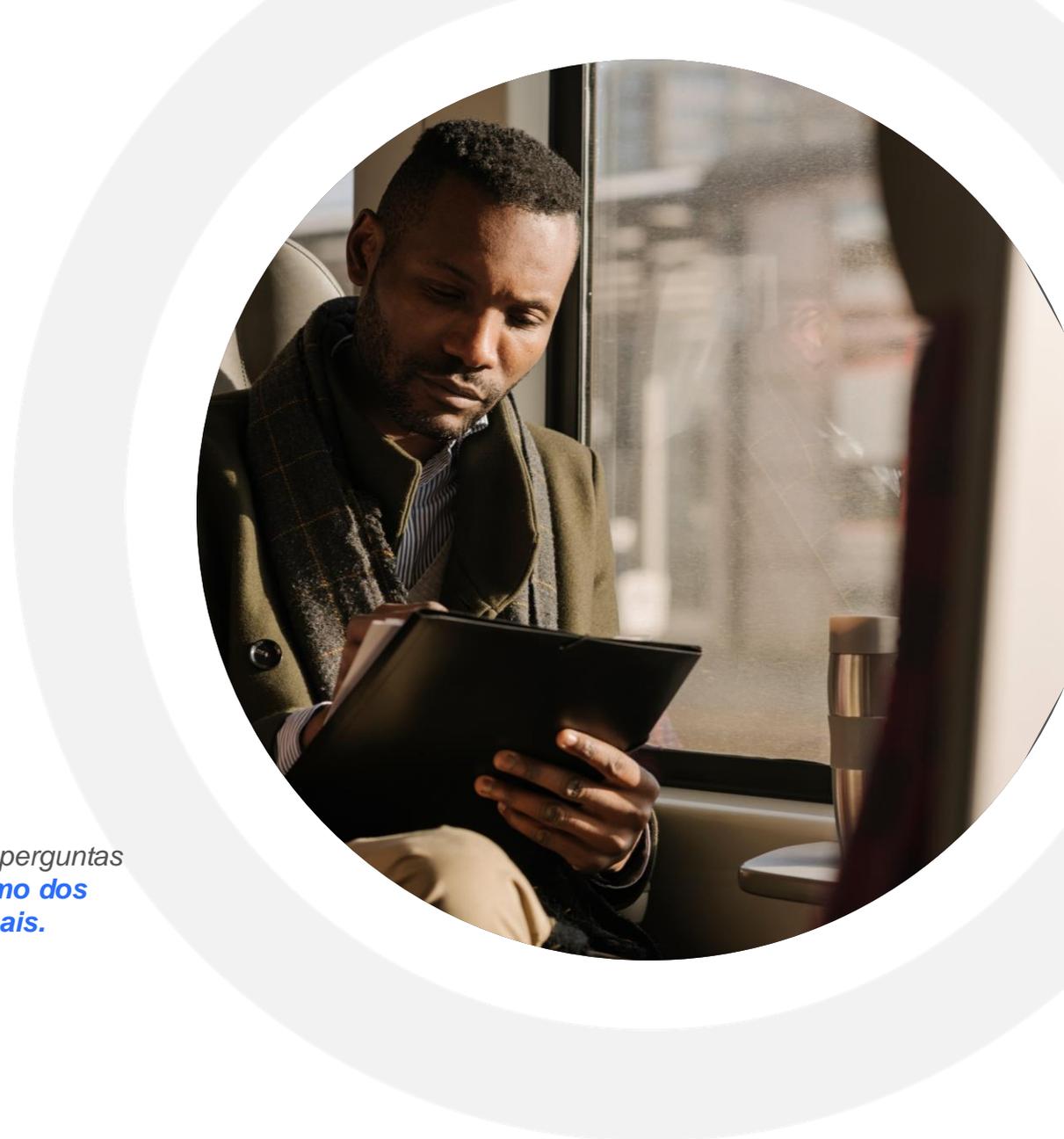
A Pesquisa de **Cross Border Trade** teve **1.992 respondentes** no total.



O campo da pesquisa foi durante o mês de **Junho/2023**.



Questionário com aproximadamente 15 perguntas com o objetivo de entender o **consumo dos brasileiros em sites internacionais**.

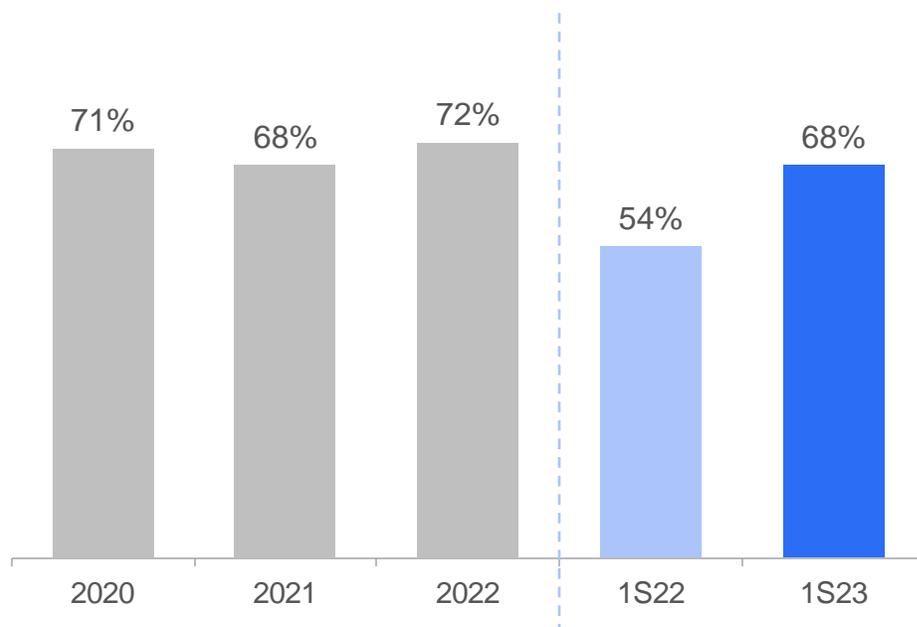


# Embora haja um aumento no índice de shoppers que realizaram compras em sites internacionais, há uma diminuição de frequência



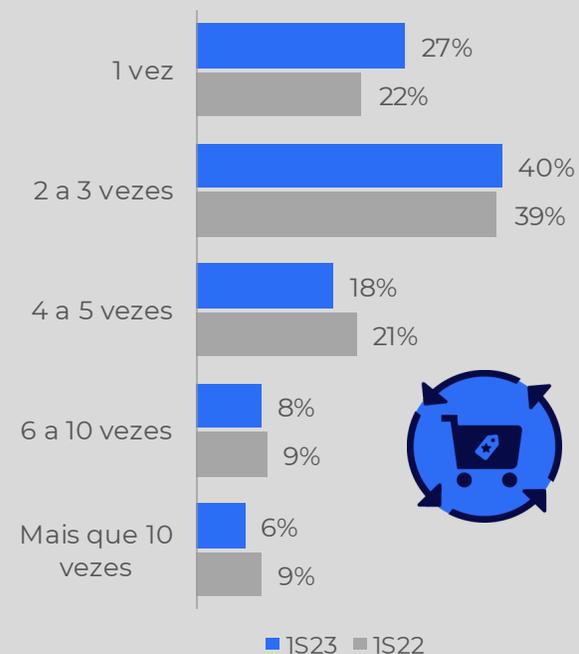
## Evolução das compras em sites internacionais

Percentual de shoppers que realizaram compras em sites internacionais



## Frequência de compra em sites internacionais

Percentual de shoppers que realizaram compras em sites internacionais de 1 a mais de 10 vezes



**52%** dos shoppers declaram ter **comprado menos ou igual** ao semestre anterior.

# Considerações Finais

**NIQ**



# Principais Insights



Apesar das vendas do e-commerce apresentarem retração no acumulado do 1S23 (-7,3%), **a partir do Q223 há uma tendência de menor intensidade nessa queda (-5,7% no Q223 e -2,1% no mês de Jun/23).**



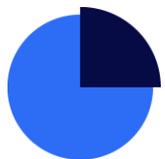
Embora a retração de vendas seja impulsionada principalmente pela queda em pedidos (-5,2%), **não há redução na quantidade de shoppers ativos no canal, que cresce cerca de 6%** em relação mesmo período do ano anterior.



**Dentre as categorias, aquelas com predominância FMCG seguem com melhores performances**, com destaque para a categoria de Perfumaria e Cosméticos, que cresceu **5,8%** no 1S23, possivelmente impulsionada pelo “Dia dos Namorados” e “Dia das Mães” (em ambas as datas a categoria foi a mais citada na intenção de compra do shopper).



Considerando a **variação do ticket médio dos shoppers**, a categoria de Alimentos e Bebidas apresenta a maior variação (50,4%) e também uma diminuição no número de pedidos (34,5%), que **reflete um possível efeito de planejamento dos shoppers**, que passaram a diminuir a quantidade de pedidos e aumentar o valor gasto em suas compras.



**Cadeias do varejo que operam exclusivamente no canal online**, sem operação com lojas físicas, destacam-se com **ganho de importância de mais de 5 pontos percentuais** em relação ao mesmo período do ano anterior (juntas essas cadeias já são responsáveis por cerca de **62%** de toda a venda realizada no canal online).



# Você encontra ainda mais informações na Versão Premium!



## Overview do E-commerce

Fique por dentro de todas as **movimentações do e-commerce** brasileiro no 1S23 vs 1S22.

O estudo está cada vez mais **granular**, com quebras mensais, categorias, subcategorias, frete grátis e pago, quais os principais caminhos para as lojas e  **muito mais!!**

Deep Dive nos tópicos: **E-commerce no Brasil, Tipos de operação, M-commerce, Perfil dos consumidores e regionalidades.**



## Categorias de FMCG

O estudo aborda o desempenho das cestas de FMCG: **Higiene & Beleza, Bazar, Alimentos, Bebidas Alcoólicas e Não Alcoólicas, Petshop, Limpeza e Páscoa.**

Com quebras de contribuição para **ganhos e perdas** das categorias.

Abertura das **principais subcategorias** por ganhos e perdas versus o **universo offline.**



## Aplicativos de Entrega

Esta pesquisa tem como objetivo entender o **consumo dos shoppers em aplicativos de delivery (Supermercado e Farmácia).**

*A pesquisa aborda a **frequência de compra** dos shoppers, **aplicativos mais utilizados, motivadores de compra, dinâmica de compra** (planejamento, missão de compra..), **categorias mais compradas** e formas de **pagamento.***



## Cross Border Trade

A pesquisa de Cross Border Trade tem como objetivo entender o **consumo de brasileiros em sites internacionais.**

O estudo aborda a **frequência de compra** em sites internacionais, análises por **perfil dos shoppers, principais lojas** para compra, **categorias mais compradas, pretensão** de compra para **2023** e muito mais!!



## Disponível em 3 versões



### Versão Free

---

Versão geral do relatório com as **principais movimentações** do e-commerce durante o 1S23 vs 1S22.

---

Realize o [download](#) pelo site NIQ Ebit.



### Versão Premium

---

Versão completa do relatório, abordando em detalhes 4 grandes capítulos: **Overview do e-commerce** (E-commerce no Brasil, Tipos de operação, M-commerce, Perfil dos consumidores e regionalidades), **Categorias de FMCG**, **Aplicativos de entrega** e **Cross Border Trade**.

---

**Investimento: R\$ 51.495,86**



### Capítulos individuais

---

Nesta versão, **escolha um ou mais capítulos** que forem mais relevantes para o seu negócio (é possível adquirir individualmente).

---

Solicite mais informações por meio do e-mail: [comercial@ebit.com.br](mailto:comercial@ebit.com.br)

# Obrigada ;)

Para **mais informações** entre em contato com um **especialista NIQ Ebit:**  
[comercial@ebit.com.br](mailto:comercial@ebit.com.br)

48<sup>a</sup> Ed.  
**Webshoppers Free**

**Agosto/2023**  
NIQ Ebit