

Comércio eletrônico atinge recorde em 2022

E-commerce cresceu 1,6% em relação a 2021 e registrou faturamento de R\$ 262 bilhões

DE SÃO PAULO

O faturamento do comércio eletrônico brasileiro chegou a R\$ 262,7 bilhões no ano passado, alta de 1,6% em relação a 2021. Apesar do crescimento bem abaixo da inflação, depois de anos de altas de duplo dígito na pandemia, o total representa um recorde para o setor. Os dados são de pesquisa da NielsenIQEbit.

A empresa revisou a metodologia e, nos novos parâmetros, em 2020 o faturamento foi de R\$ 199,1 bilhões e, em 2021, de R\$ 258,5 bilhões. Chama a atenção, porém, que o percentual de consumidores digitais que fizeram compras em sites estrangeiros bateu recorde histórico. Foram 72% os que fizeram alguma aquisição em sites internacionais durante o ano passado, índice mais alto da série iniciada em 2013.

Na comparação entre 2020 e 2021, a porcentagem de quem compra em sites de outros países havia caído de 71% para 68%. Agora, porém, o número supera o registrado há dois anos.

Além disso, grupo de brasileiros que compra mais de dez itens em sites internacionais cresceu quatro pontos percentuais na comparação entre 2022 e o ano imediatamente anterior, e agora representa 15% do público total dessas plataformas.

No comércio eletrônico em geral, segundo o levantamento, houve alta de 24% no número de consumidores em e-commerce no



Pesquisa diz que 72% dos consumidores compraram de sites internacionais: 15% são clientes mais assíduos

PERFIL DOS CONSUMIDORES

A maior parte dos consumidores digitais tem mais de 35 anos, segundo a pesquisa. A representatividade dessa faixa cresceu ao longo de 2022 e soma mais de 68% do público total. Esse perfil compra, principalmente, alimentos e bebidas, itens de casa e decoração, construção e ferramentas, eletrodomésticos e gastos com saúde. Quanto à renda, a faixa que ganha de quatro a dez salários mínimos, independentemente da faixa etária, equivale a 34,8% dos consumidores. As mulheres corresponderam a 57,7% do público total. Apesar da predominância do público feminino, a presença dos homens aumentou levemente de 2021 para 2022, passando de 41,5% para 42,3%.

País, na comparação com o ano anterior. Na análise por região, o Norte teve destaque em crescimento – 18%, e mais modesto nas demais, como 3% no Sudeste e 3% no Nordeste.

Para a NielsenIQEbit, a pesquisa aponta para a esta-

bilidade do setor, graças ao resultado do ticket médio (valor médio por compra), que teve queda de 7,5%, em relação a 2021, assim como a alta do número de pedidos, registrada em 7,9%.

“Os consumidores compraram mais, mas itens de

menor valor agregado, o que justifica a queda do ticket médio. O resultado é importante e consolida o e-commerce como um canal de compras muito popular. Após o boom de 2020 para 2021, com alta de 29,8%, o setor se mantém num patamar alto, com previsão de estabilidade”, analisa o Head de e-commerce da empresa de pesquisas de mercado, Marcelo Osanai.

Na análise mensal do desempenho de 2022, é possível perceber que o início do ano foi mais aquecido que o fim, mesmo com datas importantes em novembro e dezembro, como a Black Friday e o Natal. (Estadão Conteúdo)

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal A Tribuna - Santos/SP

Seção: Economia **Caderno:** B **Página:** 1