



# E-commerce

Empresas de Belo Horizonte

Novembro - 2017

Área de Estudos  
Econômicos

**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## E-commerce

O comércio eletrônico (*e-commerce*) consiste na compra e venda de mercadorias ou serviços por meio da internet, onde as chamadas lojas virtuais oferecem seus produtos e formas de pagamento *on-line*. O comércio eletrônico é um meio facilitador dos negócios, tornando o processo de venda seguro, rápido e transparente, o que estimula a competitividade entre as empresas.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG, realizou esta pesquisa com o objetivo de captar a adesão, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do comércio varejista da capital mineira no que tange ao mercado de vendas *on-line*.



**22,1% das empresas do comércio varejista de Belo Horizonte trabalham com vendas *on-line***

42,9% das empresas possuem um *site* para a loja e outras 7,0% utilizam a plataforma da rede a qual pertencem. Apenas, 11,9% das empresas não tem interesse na criação de *site*.

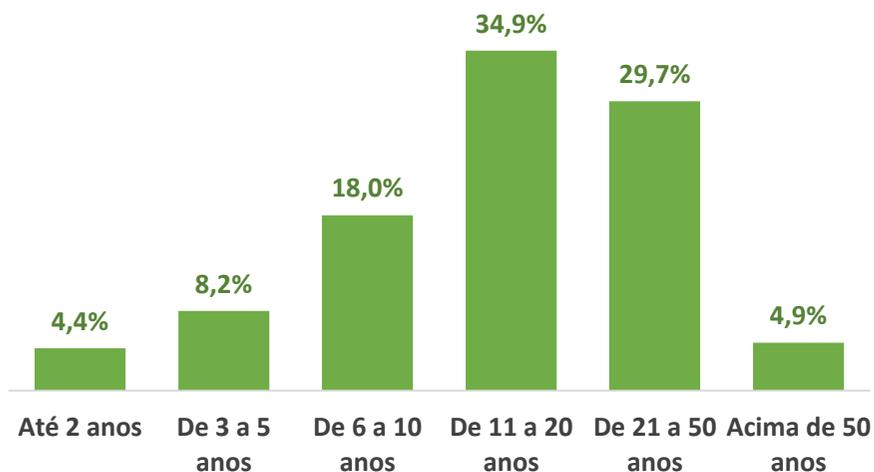
O segmento de atuação da empresa é o principal motivo apontado por aqueles que não pretendem entrar no mercado *on-line*, já fecharam ou ainda não trabalham com a modalidade de vendas.

As redes sociais e os *sites* de busca são os principais canais utilizados nas vendas pela internet e o principal meio de pagamento é o cartão de crédito.

A promotional banner with an orange and dark red background. On the left, the text 'MAIS VENDAS' is written in large white letters, with 'COMPETITIVIDADE E ALCANCE PARA O SEU NEGÓCIO ONLINE' in smaller white text below it. In the center, there is a circular icon of a smartphone with a hand holding it, followed by the text 'BÔNUS DE R\$ 1.000 NA CRIAÇÃO DE LOJAS VIRTUAIS' in white. To the right of this text is the 'jn2' logo, which includes the text 'e-commerce expert'. On the far right, there are icons of various digital devices: a smartphone, a tablet, a laptop, and a desktop monitor displaying a storefront.

## Perfil das empresas

### Tempo de atuação da empresa



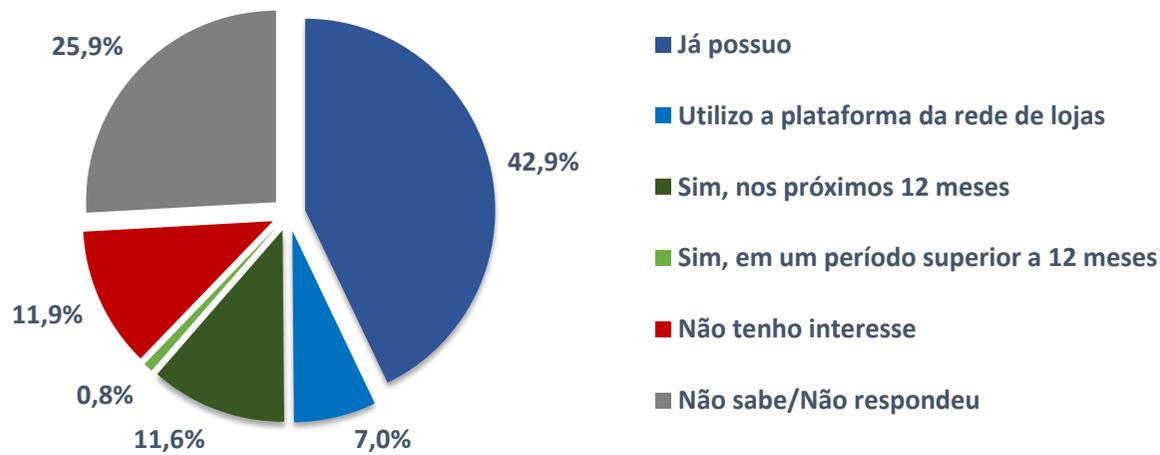
### Segmento de atuação da empresa



**71,7% das empresas avaliadas possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas**

## Site da empresa

Tem interesse em criar um *site* para a sua loja?

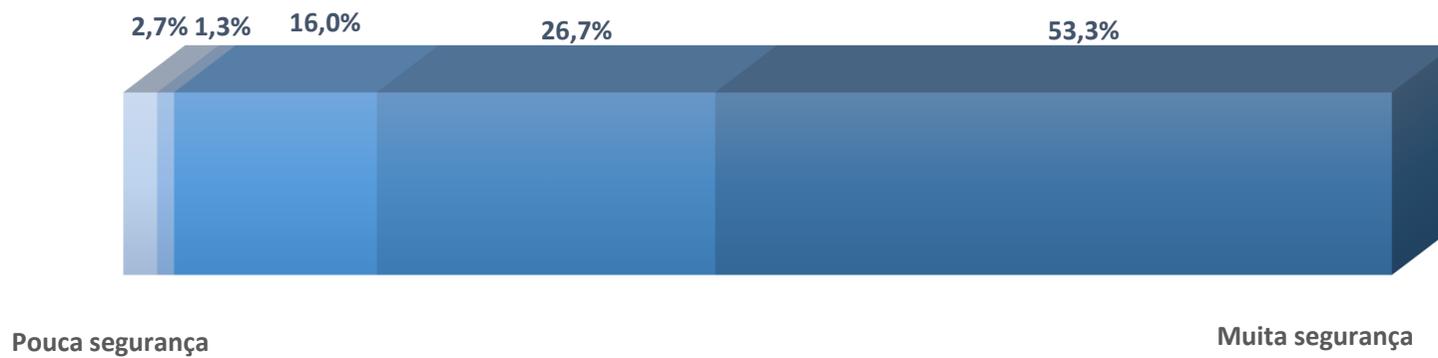


42,9% das empresas já possuem um *site* para a loja e outras 7,0% utilizam a plataforma da rede a qual pertencem; 11,6% pretendem criar o *site* nos próximos 12 meses.

Muitos entrevistados não responderam ou não sabem se a loja utiliza ou pretende criar um *site* (25,9%).

## Segurança no *e-commerce*

Qual a sua avaliação em trabalhar com vendas *on-line* ?

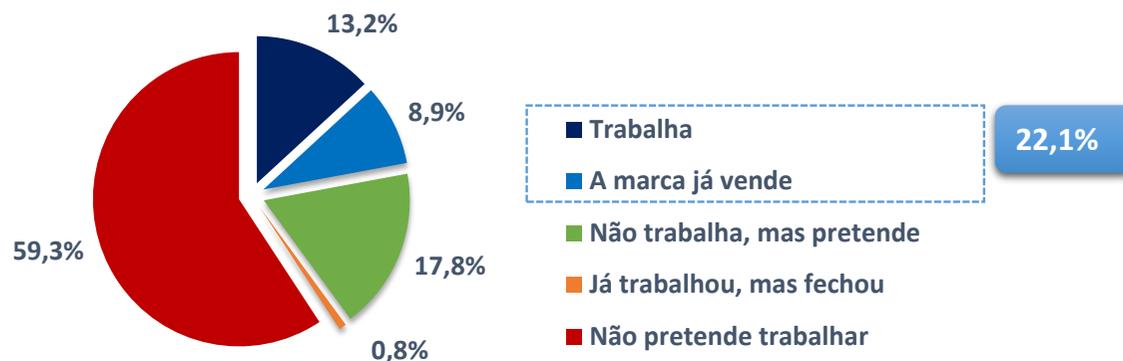


Em geral os empresários do comércio varejista da cidade consideram seguro trabalhar com vendas *on-line* .

53,3% afirmaram que a modalidade de vendas é muito segura, 26,7% que é segura, 16,0% consideram as operações com um nível de segurança regular e os outros 5,0% classificaram como pouco segura.

## Trabalha com *e-commerce*

### Sua empresa trabalha com vendas pela internet?

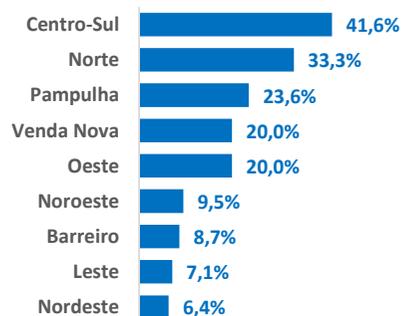


Avaliações anteriores	
jun/2015	24,1%
nov/2015	23,3%
jun/2016	23,1%
mai/2017	20,1%
nov/2017	22,1%

### *E-commerce* por segmento da empresa



### *E-commerce* por região de Belo Horizonte



22,1% das empresas trabalham com vendas pela internet, com plataforma exclusiva ou pela rede de lojas. Na última avaliação, feita em maio de 2017, esse percentual era de 20,1%.

Os segmentos de móveis e eletrodomésticos; tecidos, vestuário e calçados; e equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação se destacam na adesão ao mercado *on-line*.

## Motivos para não realizar venda *online*

### Motivos pelo qual não pretende ou fechou <sup>(1)</sup>



### Motivos pelo qual ainda não trabalha <sup>(1)</sup>



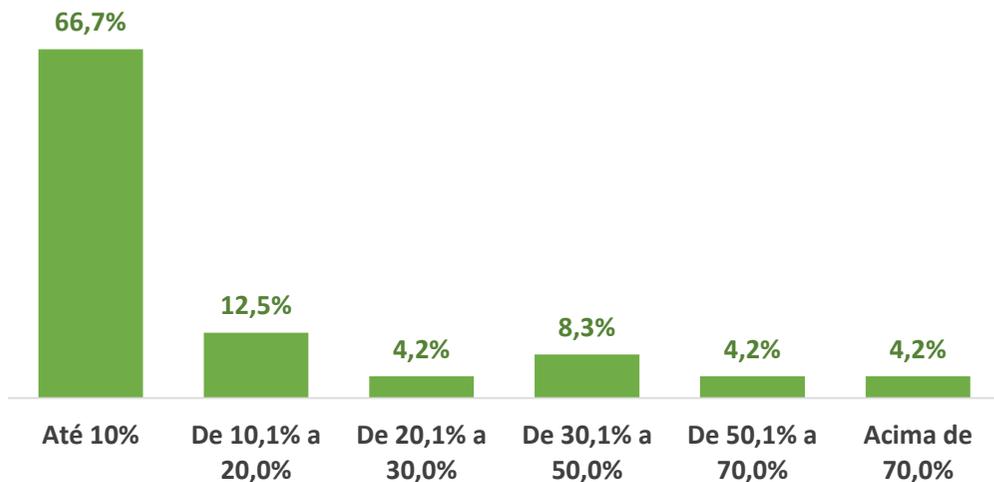
<sup>(1)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Os principais motivos para aqueles que não pretendem trabalhar com vendas *on-line* ou já trabalharam e fecharam foram: o segmento de atuação da empresa (55,1%) e a falta de planejamento/conhecimento (31,9%).

Entre aqueles que ainda não trabalham, 48,5% afirmaram que o processo já está em andamento. Outros destacaram, principalmente, a falta de planejamento/conhecimento (36,4%) e a falta de tempo (27,3%).

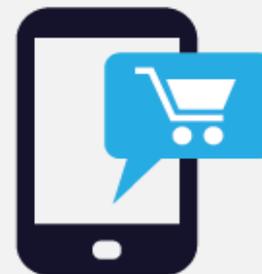
## Perfil do e-commerce

### Percentual de vendas *on-line* em relação ao total



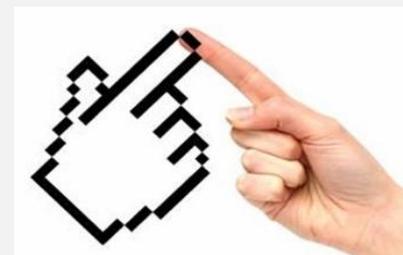
79,6% das empresas vendem para outros Estados

10,2% das empresas vendem para outros países



78,4% das lojas virtuais estão preparadas para funcionar em dispositivos móveis

Em 72,3% das empresas existe integração entre a loja on-line e a física

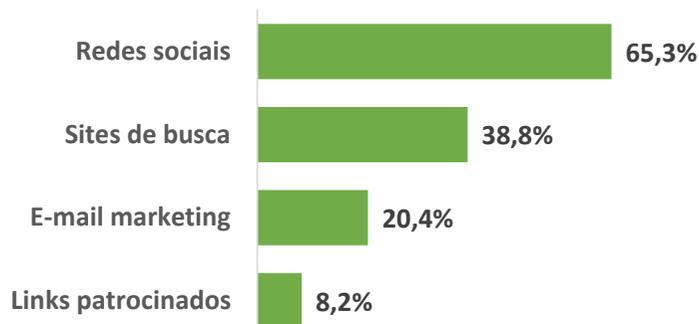


66,7% das empresas avaliadas que trabalham com o comércio eletrônico têm até 10% do seu faturamento atribuído à modalidade de vendas.

72,3% das lojas virtuais estão integradas às físicas e muitas (78,4%) estão preparadas para funcionar em dispositivos móveis; 79,6% vendem para outros Estados e 10,2% para outros países.

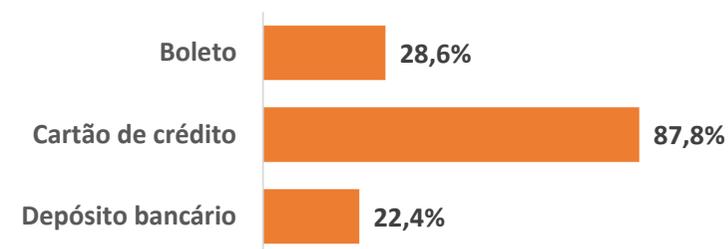
## Perfil do e-commerce

### Quais os canais utilizados para as vendas *on-line* ? <sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

### Quais os meios de pagamentos praticados no ambiente *on-line* ? <sup>(1)</sup>



### Quais são as principais dificuldades na rotina de gestão do e-commerce ? <sup>(1)</sup>



Os principais canais utilizados para as vendas *on-line* são as redes sociais (65,3%) e os *sites* de busca (38,8%). O cartão de crédito é o meio de pagamento mais praticado pelas empresas que atuam com o e-commerce: 87,8% utilizam essa modalidade de pagamento.

O marketing foi a principal dificuldade apontada para a rotina de gestão do e-commerce .

**MAIS VENDAS**  
COMPETITIVIDADE E ALCANCE  
PARA O SEU NEGÓCIO ONLINE



**BÔNUS DE R\$ 1.000**  
NA CRIAÇÃO DE LOJAS VIRTUAIS

**jn2**  
e-commerce  
expert



## Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista das regiões de Belo Horizonte. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 23 e 28 de novembro de 2017. Foram avaliadas 380 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra e um intervalo de confiança de 95%.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes
	Filipe de Nascimento Souza
	Joyce do Nascimento Silva
	Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Lara Oliveira Lopes

*Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.*

*Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.*



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais.  
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324  
economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br