



# E-commerce

Opinião dos empresários de  
Belo Horizonte

Maio - 2018

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 *virtuais*.



**25% das empresas do comércio varejista de Belo Horizonte trabalham com vendas *on-line***

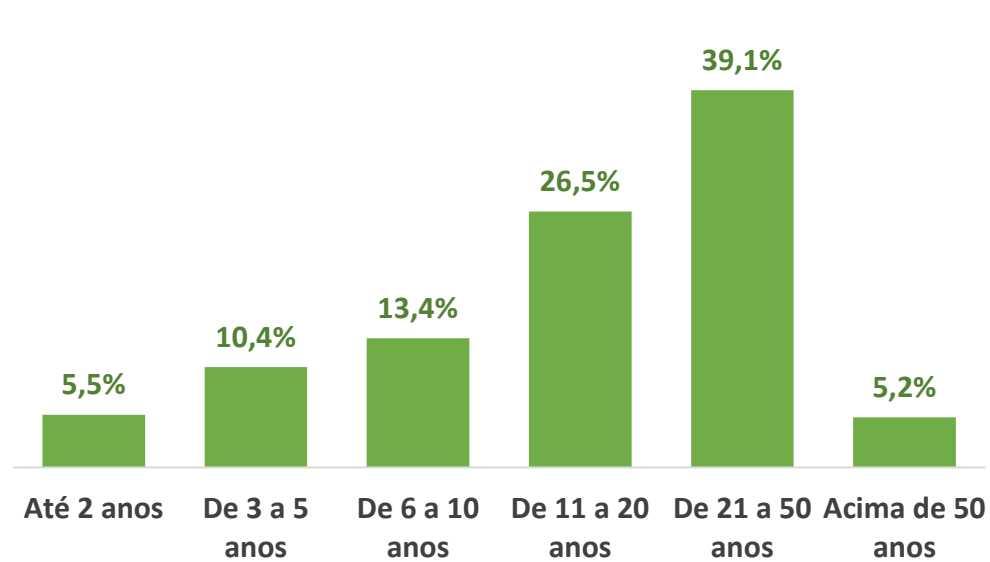
46% das empresas possuem um site para a loja e outras 4,5% utilizam a plataforma da rede a qual pertencem. Apenas, 8,2% das empresas não tem interesse na criação de *site*.

A ausência de necessidade e a falta de interesse 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 *on-line* e o principal meio de pagamento é o cartão de crédito.

## Perfil das empresas

### Tempo de atuação da empresa



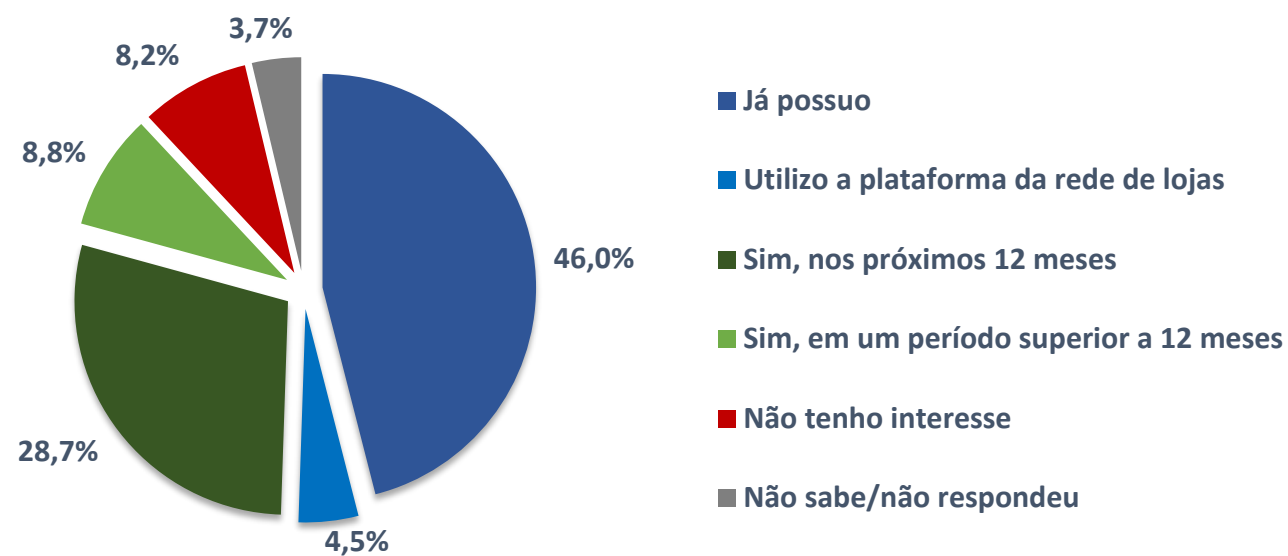
### Segmento de atuação da empresa



**69,5% das empresas avaliadas possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas**

## Site da empresa

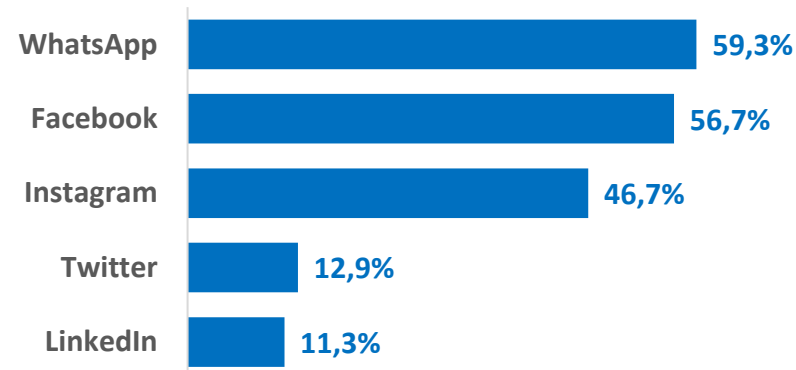
Tem interesse em criar um *site* para a sua loja?



46,0% das empresas já possuem um *site* para a loja, outras 4,5% utilizam a plataforma da rede a qual pertencem, enquanto 28,7% pretendem criar o *site* nos próximos 12 meses.

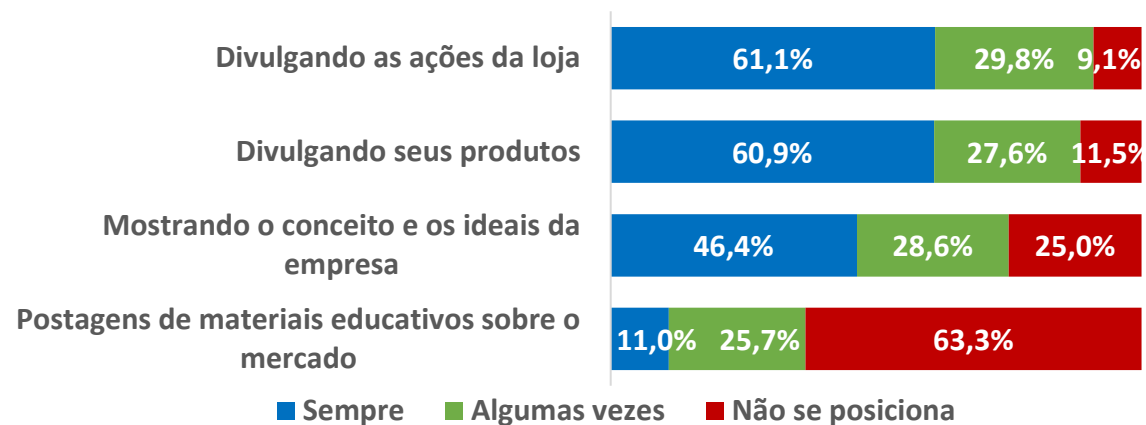
## Presença em plataformas sociais

Sua empresa está presente no... <sup>(1)</sup>



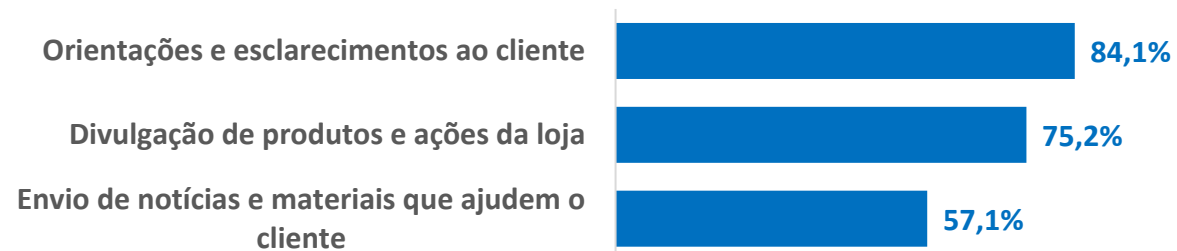
**43,5% das empresas utilizam as avaliações em redes sociais e sites de reclamação para definir as ações da loja; outras 7,6% desconhecem suas avaliações**

Com que frequência a empresa se posiciona nessas redes sociais... <sup>(1)</sup>



O WhatsApp é a rede social mais utilizada pelas empresas (59,3%), seguida pelo Facebook (56,7%). As redes sociais são utilizadas principalmente para divulgar ações e produtos da loja. Cerca de 90% das empresas utilizam as redes sociais, mesmo que às vezes, para esse fim.

Sua empresa utiliza o WhatsApp para... <sup>(1)</sup>

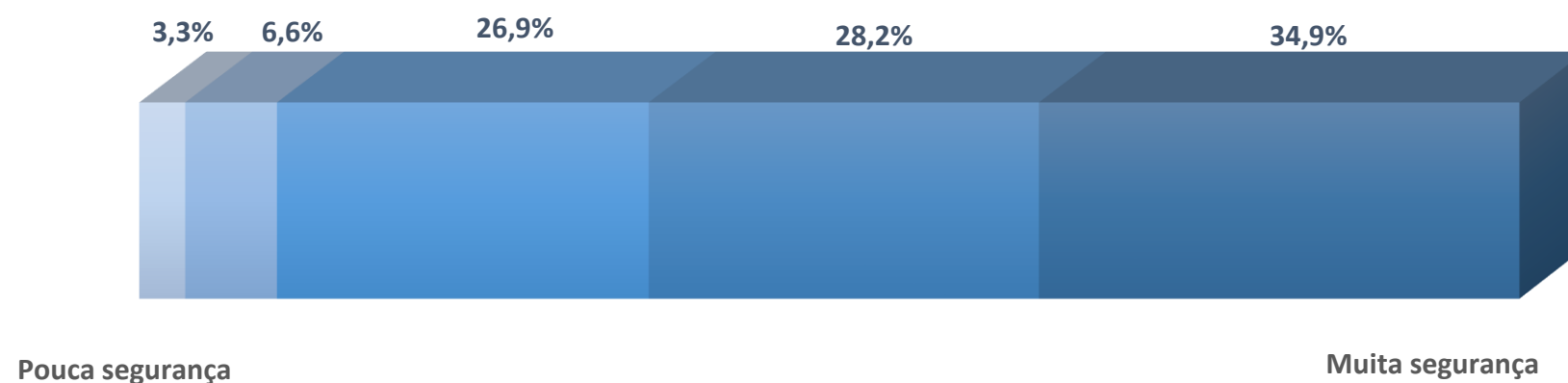


O WhatsApp é utilizado principalmente para dar orientações e esclarecimentos ao cliente (84,1%) e para divulgar produtos e ações da loja.

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

## Segurança no e-commerce

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

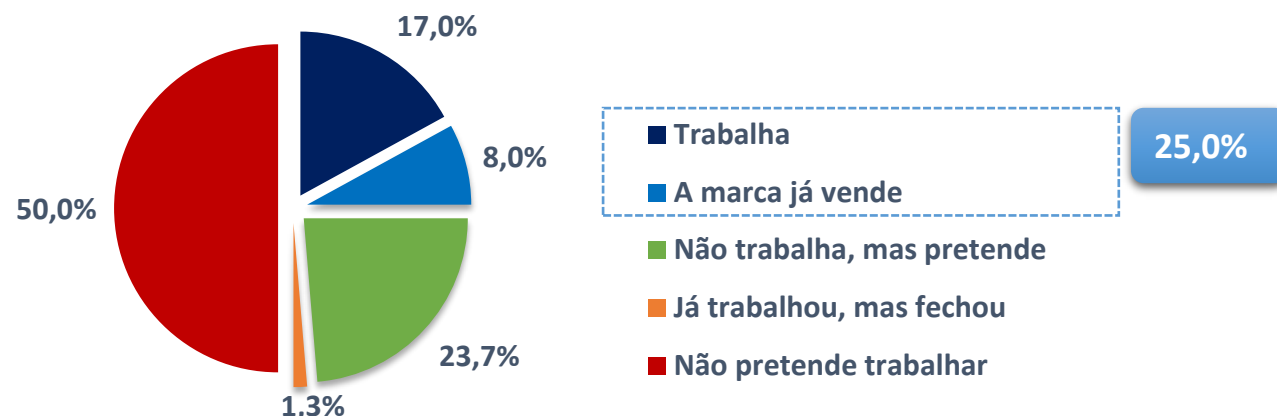


Em geral, os empresários do comércio varejista da cidade consideram seguro trabalhar com vendas *on-line* .

34,9% afirmaram que a modalidade de vendas é muito segura, 28,2% que é segura, 26,9% consideram as operações com um nível de segurança regular e os outros 9,9% classificaram como pouco segura.

## Trabalha com e-commerce

### Sua empresa trabalha com vendas pela internet?

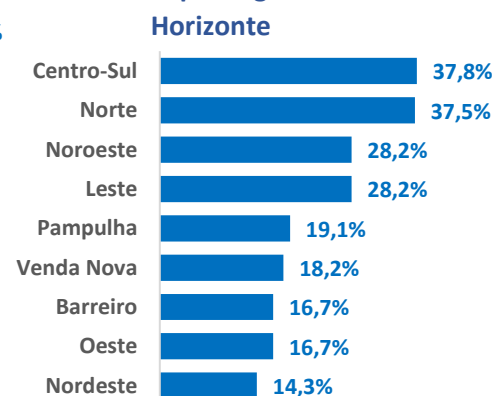


Avaliações anteriores	
jun/2015	24,1%
nov/2015	23,3%
jun/2016	23,1%
mai/2017	20,1%
nov/2017	22,1%
mai/2018	25,0%

### E-commerce por segmento da empresa



### E-commerce por região de Belo Horizonte



25% das empresas trabalham com vendas pela internet, com plataforma exclusiva ou pela rede de lojas. Na última avaliação, feita em novembro de 2017, esse percentual era de 22,1%.

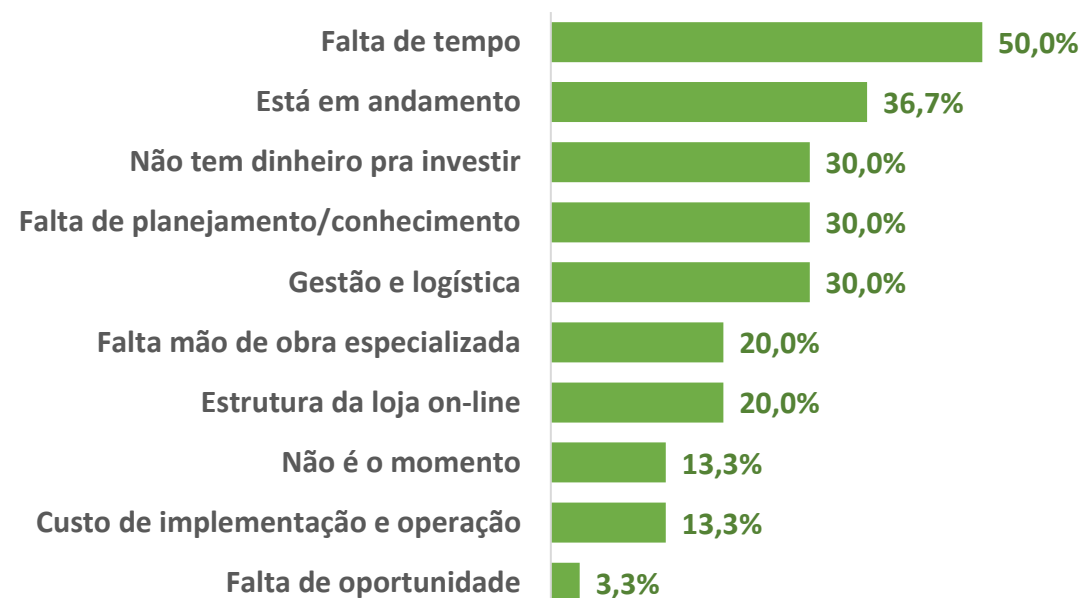
Os segmentos outros artigos de uso pessoal e doméstico; tecidos, vestuário e calçados; e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos se destacam na adesão ao mercado *on-line*.

## 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>



Os principais motivos para aqueles que não pretendem trabalhar com vendas *on-line* ou já trabalharam e fecharam, foram a falta de necessidade/interesse (46,8%) e o segmento de atuação da empresa (23,4%).

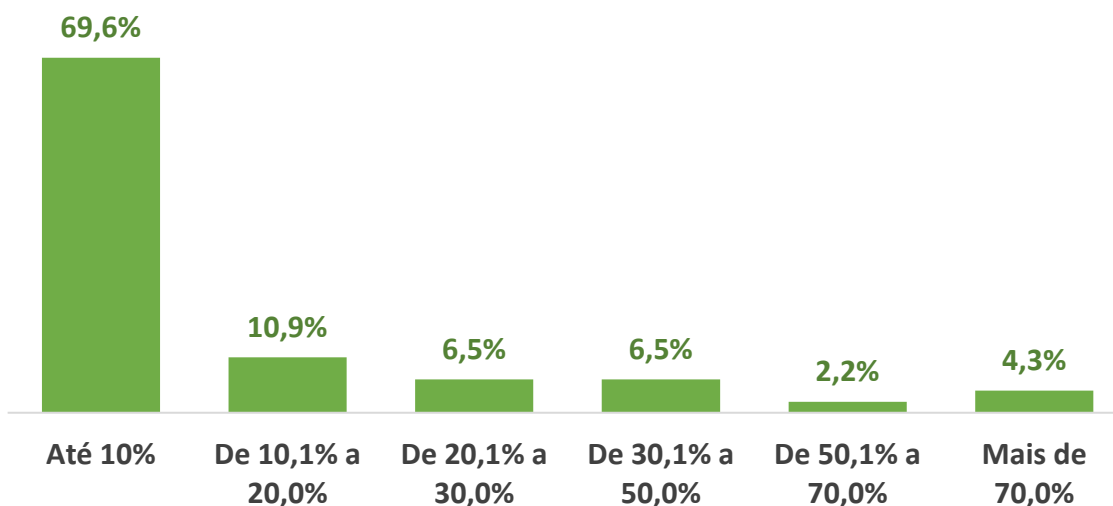
Entre aqueles que ainda não trabalham, 36,7% afirmaram que o processo já está em andamento. Outros destacaram, principalmente, a falta de tempo (50,0%).

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



## Perfil do e-commerce

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



**79,7%** das empresas vendem para outros Estados

**14,1%** das empresas vendem para outros países



**74,6%** das lojas virtuais estão preparadas para funcionar em dispositivos móveis

**Em 70,9%** das empresas existe integração entre a loja on-line e a física

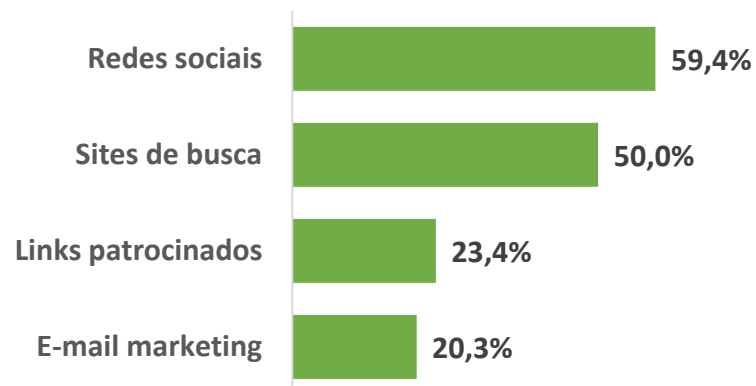


69,6% das empresas avaliadas que trabalham com o comércio eletrônico têm até 10% do seu faturamento atribuído à modalidade de vendas.

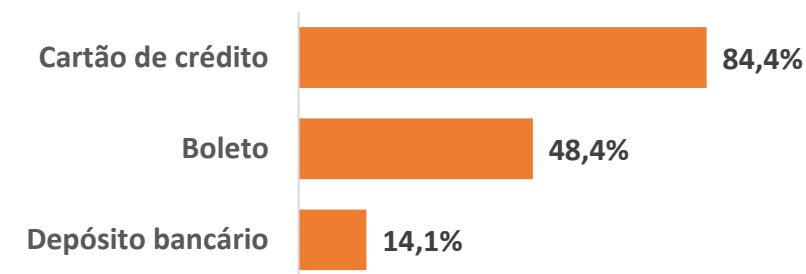
70,9% das lojas virtuais estão integradas às físicas e muitas (74,6%) estão preparadas para funcionar em dispositivos móveis; 79,7% vendem para outros Estados e 14,1% para outros países.

## Perfil do e-commerce

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



### Quais os meios de pagamentos praticados no *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 (59,4%) e os *sites* de busca (50,0%). O cartão de crédito é o meio de pagamento mais praticado pelas empresas que atuam com o e-commerce, 84,4% usam essa modalidade de pagamento.

A logística foi a principal dificuldade apontada para a rotina de gestão do e-commerce.

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

## 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 2 e 9 de maio de 2018. Foram avaliadas 381 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 administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes Filipe de Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Pedro Borges Teixeira

*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