



BRASIL

Dados detalhados sobre comércio eletrônico, compras de aplicativos móveis e assinaturas digitais

Julho de 2019

Principais pontos de dados sobre o comércio eletrônico brasileiro

O mercado de comércio eletrônico do Brasil atingiu a impressionante marca de **US\$ 36 bilhões** em 2018, mas os níveis de digitalização ainda variam.



3 em cada **10** brasileiros (30%) preferem usar um meio de pagamento que não envolva cartão ao fazer compras on-line



P: Qual sua forma de pagamento preferida ao fazer compras on-line?

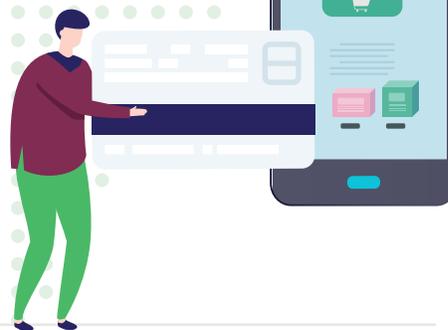


* Inclui faturamento direto via operadora, outras soluções de pagamento em dinheiro e carteiras digitais diversas

O cartão de **débito** avançou de forma expressiva

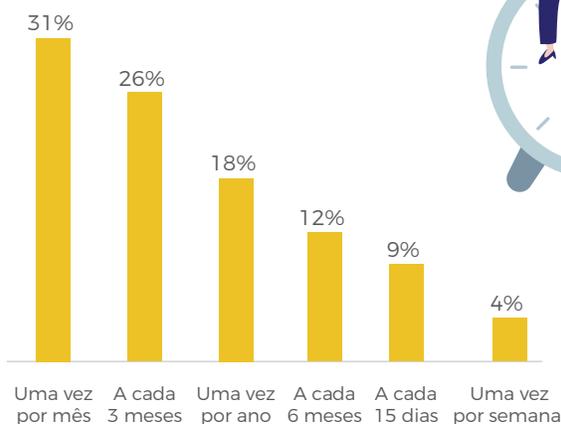
e, atualmente, é a forma de pagamento preferida de **15%** dos usuários de comércio eletrônico

No entanto, o **cartão de crédito** continua sendo o meio de pagamento preferido para **55%** dos compradores virtuais.



Hábitos de compra e formas de pagamento

44% dos consumidores digitais brasileiros fazem compras on-line pelo menos uma vez por mês



E eles utilizam diversos meios de pagamento, que variam de acordo com a categoria do produto.



Formas de pagamento on-line recentes por categoria



Vestuário



Produtos de beleza



Streaming de vídeo



Compras no aplicativo

Forma de pagamento	Vestuário	Produtos de beleza	Streaming de vídeo	Compras no aplicativo
Cartão de crédito	65%	57%	63%	69%
Cartão de débito	12%	30%	11%	14%
Cartão pré-pago	0%	1%	5%	2%
PayPal	1%	1%	5%	6%
Boleto bancário	19%	8%	8%	7%

P: Para cada uma das seguintes categorias de produtos, qual forma de pagamento você utilizou na sua última compra on-line?

Serviços e assinaturas digitais

Principais serviços de assinatura digital no Brasil

NETFLIX

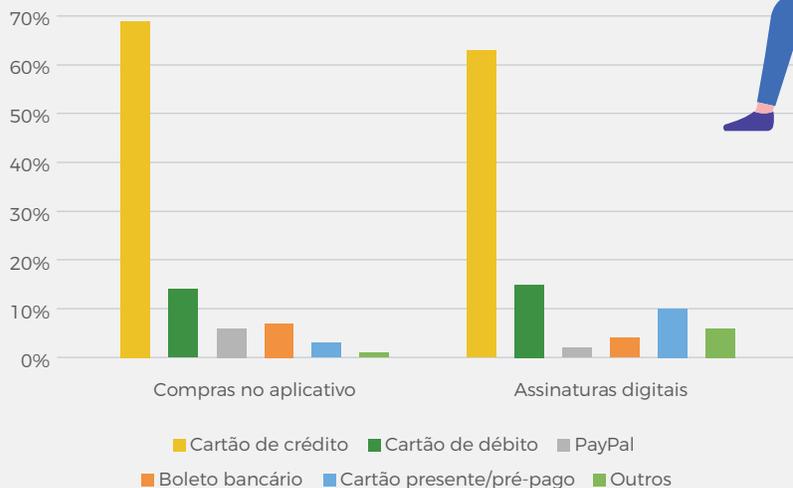


65% dos compradores on-line assinam **por pelo menos um serviço digital**

Forma de pagamento preferida por tipo de compra on-line



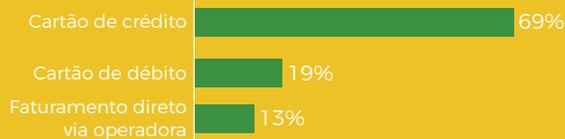
A penetração do cartão de crédito aumenta para compras dentro do aplicativo e assinaturas.



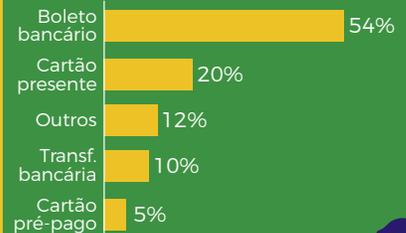
A popularidade de cartões pré-pagos e de presente cresce na categoria de assinaturas digitais.

Assinantes digitais

70% usam pagamentos recorrentes automáticos
Meio de pagamento preferido



30% pagam antecipadamente
Meio de pagamento preferido



P: Ao pagar por um serviço digital, você opta pelo pagamento recorrente automático ou paga antecipadamente? Em cada caso, qual meio de pagamento você prefere?

34% dos assinantes que pagam antecipadamente compram apenas **um mês** de serviço de cada vez.



Por outro lado, **32%** pagam antecipadamente por **12 meses**.

3 em cada **4 consumidores** que baixaram um aplicativo nos últimos 6 meses **não atualizaram para uma assinatura paga**



Interpretando os dados

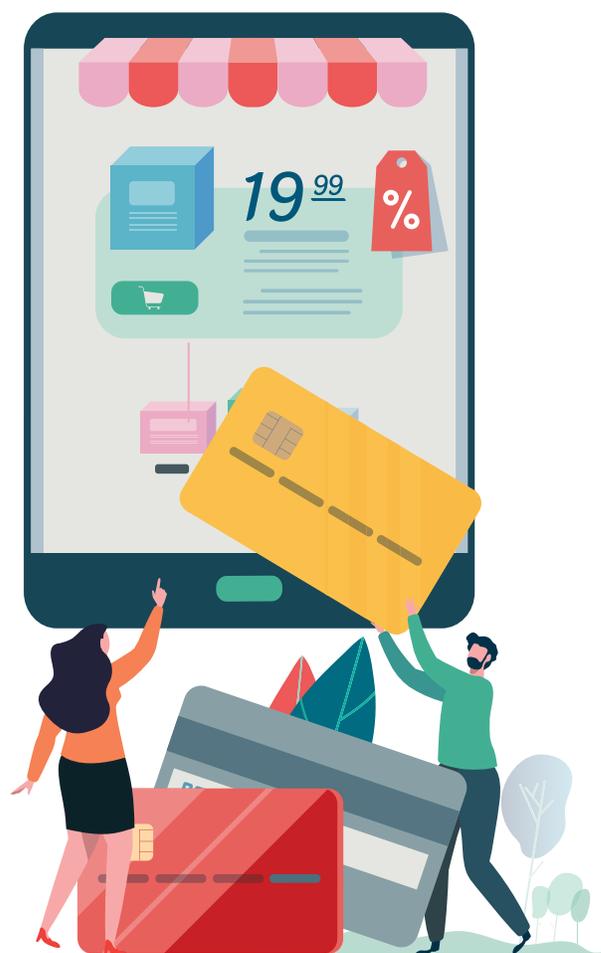
O Brasil é o maior mercado de comércio eletrônico da América Latina, com cerca de 60 milhões de compradores on-line. Entretanto, esses consumidores digitais representam apenas 42% da população on-line, o que significa que **o comércio eletrônico brasileiro ainda tem mais de 100% de potencial de crescimento.** Para alcançar esse objetivo, porém, é necessário compreender mais a fundo os comportamentos e preferências dos compradores digitais brasileiros.

Os comerciantes de comércio eletrônico que vendem no Brasil podem alcançar a maioria dos compradores on-line ao aceitar cartões de crédito, já que essa é a forma de pagamento preferida de 55% dos compradores eletrônicos brasileiros. Outros 15% preferem cartões de débito.

Ao mesmo tempo, 30% dos brasileiros preferem meios alternativos de pagamento, o que significa que os comerciantes devem oferecer uma variedade de formas de pagamento para satisfazer todos os clientes de comércio eletrônico. A tarefa de alcançar 100% da população on-line em compras no aplicativo e assinaturas é ainda mais desafiadora. Trinta e cinco por cento ainda não assinam nenhum serviço digital, citando como principal razão o desinteresse. Oito por cento afirmam não ter o meio de pagamento adequado, indicando que **os brasileiros sem conta bancária continuam excluídos da economia digital.** Para continuar a impulsionar as vendas on-line no Brasil, os comerciantes e instituições financeiras devem trabalhar juntos para incluir totalmente a população desbancarizada. Os portadores de cartões de crédito já estão bem inseridos. **O crescimento virá dos 57% de compradores eletrônicos que fazem compras on-line menos de uma vez por mês, dos 35% que não têm assinatura digital e dos 30% de assinantes digitais que atualmente pagam mês a mês.**

Observações sobre a metodologia

Os dados deste relatório são provenientes de uma pesquisa on-line realizada em 2018 com 700 brasileiros que afirmaram ter feito uma compra no comércio eletrônico nos últimos seis meses.



Sobre a Americas Market Intelligence (AMI)



A AMI é a organização independente líder em inteligência de mercado na América Latina.

Em um ecossistema em rápida evolução, as empresas precisam de análises claras e objetivas sobre o que está acontecendo no setor de pagamentos da América Latina.

É exatamente isso que a área de prática de pagamentos da AMI oferece a instituições financeiras, comerciantes, gateways de pagamentos e outros atores que tentam operar de forma rentável nos mercados latino-americanos.

Com mais de 400 consultorias prestadas no setor de pagamentos da América Latina nos últimos 20 anos, o conhecimento e a experiência da AMI na área de pagamentos são inigualáveis.

Verticais do setor de pagamentos da AMI

- Comércio eletrônico e móvel
- Pagamentos recorrentes e assinaturas
- Cartões de crédito, débito, corporativos e pré-pagos
- Carteiras digitais, cadastro de cartões diretamente no site de compra e NFC
- Tecnologia sem contato e EMV
- Códigos QR e sistemas POS
- Transações P2P e de baixo valor
- ACH e pagamentos em tempo real
- Pagamentos em massa
- Soluções inovadoras de pagamento e fintechs



Lindsay Lehr

Diretora de Prática de Pagamentos

- 10 anos de experiência na análise de mercados da América Latina e do Caribe (ALC)
- Reconhecida como líder inovadora, autora e palestrante sobre questões relacionadas ao setor de pagamentos da ALC
- Já liderou mais de 100 estudos sobre pagamentos
- Fluente em inglês, espanhol e português

llehr@americasmi.com

www.americasmi.com



www.americasmi.com

**Análises de mercado que abrem novas
oportunidades na América Latina**