

**Mauricio Stasiak Orloski**

**Crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos**



**Curitiba  
Setembro/2016**

**Mauricio Stasiak Orloski**

**Crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos**

Artigo para maior compreensão sobre o crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos, apresentado como uma das avaliações finais de conclusão de curso em MBA Executivo em Gestão Empresarial, orientado pelo Professor Dr. Armando Terribili Filho.



**Curitiba  
Setembro/2016**

# Crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos

Aluno Mauricio Stasiak orloski (ESIC) mauriciostasiak@yahoo.com.br

Orientador Armando Terribili Filho (ESIC) armando@impariamo.com.br

## Resumo

O objetivo deste artigo é demonstrar o crescimento dos números envolvendo e-commerce no Brasil nos últimos 15 anos, por meio de análises, estatísticas e gráficos. Bem como, demonstrar brevemente o crescimento dos registros de domínios de sites desde que este tipo de registro foi disponibilizado no Brasil. É possível verificar os números gerais de crescimento dos domínios entre 1996 e 2016 e mostramos mais detalhadamente os dados no período compreendido entre 2010 e 2015. Mostramos também os números de consumidores entre 2001 e 2014, seu crescimento de 2002 a 2014. Demonstramos também os dados dos faturamentos de 2001 a 2015 e os seus crescimentos de 2002 a 2015. Exploramos os percentuais e valores das categorias vendidas em 2014 e 2015. Executamos cálculos e criamos uma análise per capita de 2002 a 2014 de gastos por consumidores. Criamos uma correlação entre consumidores e faturamento no período compreendido entre 2001 e 2014.

**Palavras-Chaves:** e-commerce, crescimento, domínios, Brasil, loja virtual

## Dados estatísticos da internet no Brasil

Desde de 1996 quando foi possível registrar um domínio no país o crescimento é registrado anualmente conforme demostra a Figura 1.

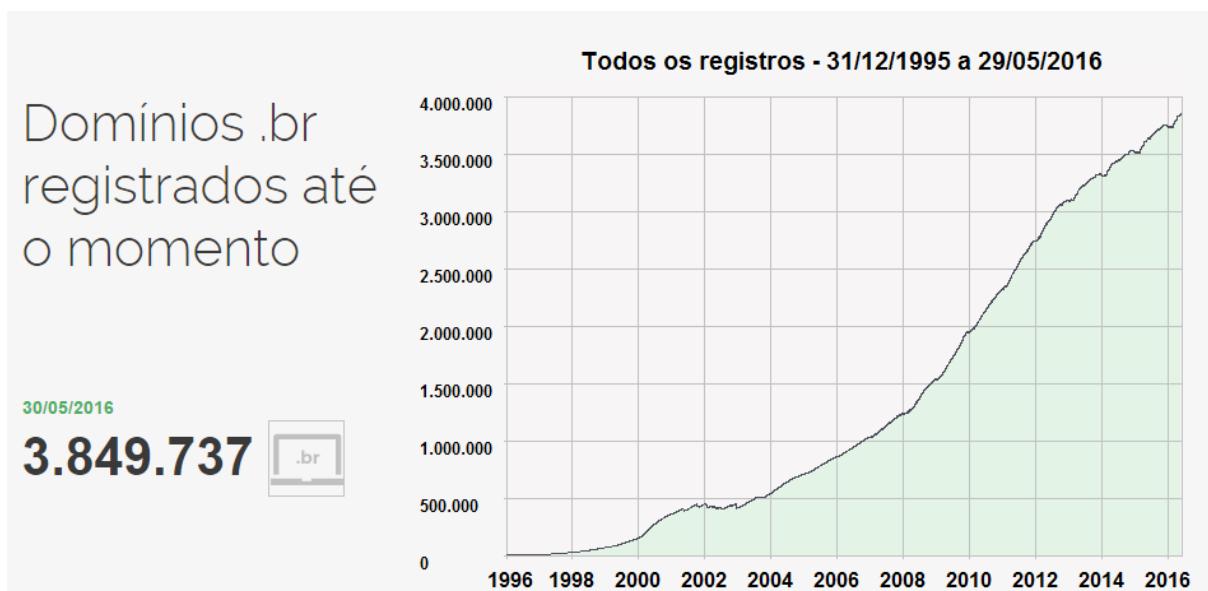


Figura 1: Domínios registrados 1996-2016

Fonte: BRASIL NIC BR (2016)

Nos últimos anos, ter um site para a sua empresa ou negócio, deixou de ser um luxo e sim necessidade conforme podemos afirmar e mostra o crescimento dos domínios na Figura 1 no período compreendido entre 1996 e 2016 que somente teve uma curva de estabilidade nos períodos de 2001 e 2002 e o crescimento entre 2010 e 2015 esta demonstrado mais detalhadamente na Figura 2.

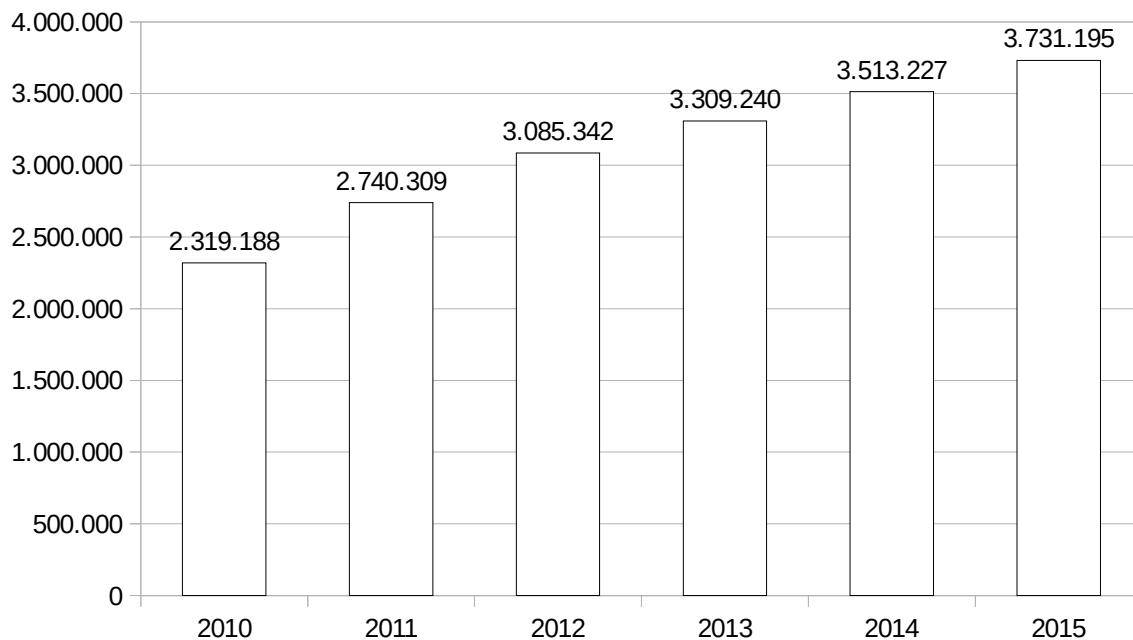


Figura 2: Crescimento dos domínios.br

Fonte: BRASIL NIC BR (2016)

Os números demonstram que neste período houve um crescimento médio de 282.401 mil registros de novos domínios. Em 2011, comparado a 2010, o crescimento foi de 18,16%, já em 2012 comparado a 2011 o crescimento foi de 12,59%, em 2013 cresceu 7,26%, em 2014 cresceu 6,16% e em 2015 permaneceu praticamente com o mesmo crescimento com 6,20%. Entre 2010 e 2015 foram criados 1.412.007 de domínios novos com um aumento total de neste período de 60,88%.

### Dados estatísticos de e-commerce no Brasil

Neste mesmo sentido, podemos afirmar que os consumidores que usam a internet para fazer compras em e-commerce têm aumentado também, conforme mostra a Figura 3, um crescimento que vem acontecendo há mais de 10 anos.

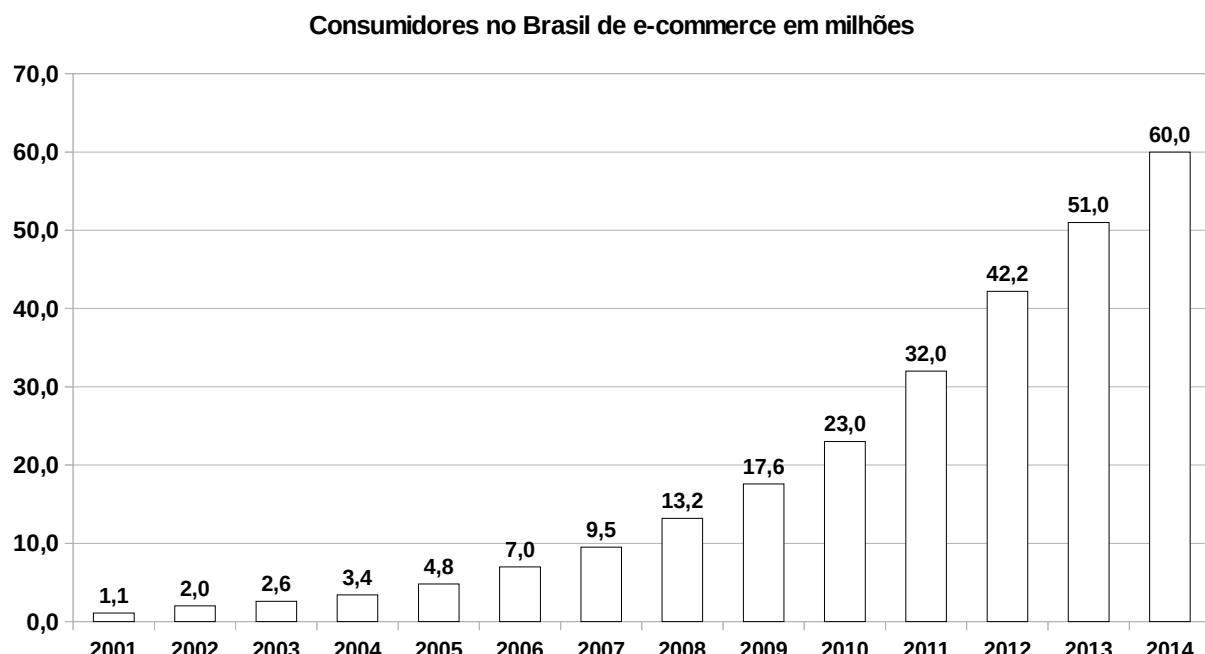


Figura 3: Consumidores no Brasil de e-commerce em milhões

Fonte: BRASIL. EBIT. (2015)

A Tabela 1 demonstra o crescimento percentual ano a ano do período compreendido entre 2002 e 2014, referente aos consumidores de e-commerce no Brasil.

Tabela 1: Crescimento em porcentagem dos consumidores 2002-2014

Ano	Valor do aumento em milhões	Crescimento
2002	0,9	81,82%
2003	0,6	30,00%
2004	0,8	30,77%
2005	1,4	41,18%
2006	2,2	45,83%
2007	2,5	35,71%
2008	3,7	38,95%
2009	4,4	33,33%
2010	5,4	30,68%
2011	9	39,13%
2012	10,2	31,88%
2013	8,8	20,85%
2014	9	17,65%

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015)

O número de consumidores no período compreendido entre 2001 e 2014 houve um crescimento médio de 4.53 milhões de novos consumidores que passaram a utilizar o e-commerce. Em 2001 eram pouco mais de 1 milhão de consumidores e em 2014 fechou com 60 milhões de consumidores.

No período que compreendido entre 2001 e 2005, o número passou de 1,1 milhão de consumidores para 4,8 milhões aumentando 3,7 milhões de consumidores, totalizando um aumento de 436%. Já no período de 2005 e 2010, o número de consumidores passou de 4,8 milhões para 23 milhões, totalizando um aumento de 479%. Em 2014 chega ao número de 60 milhões de consumidores, com um crescimento menor que os outros dois períodos, fechando em 261% de consumidores.

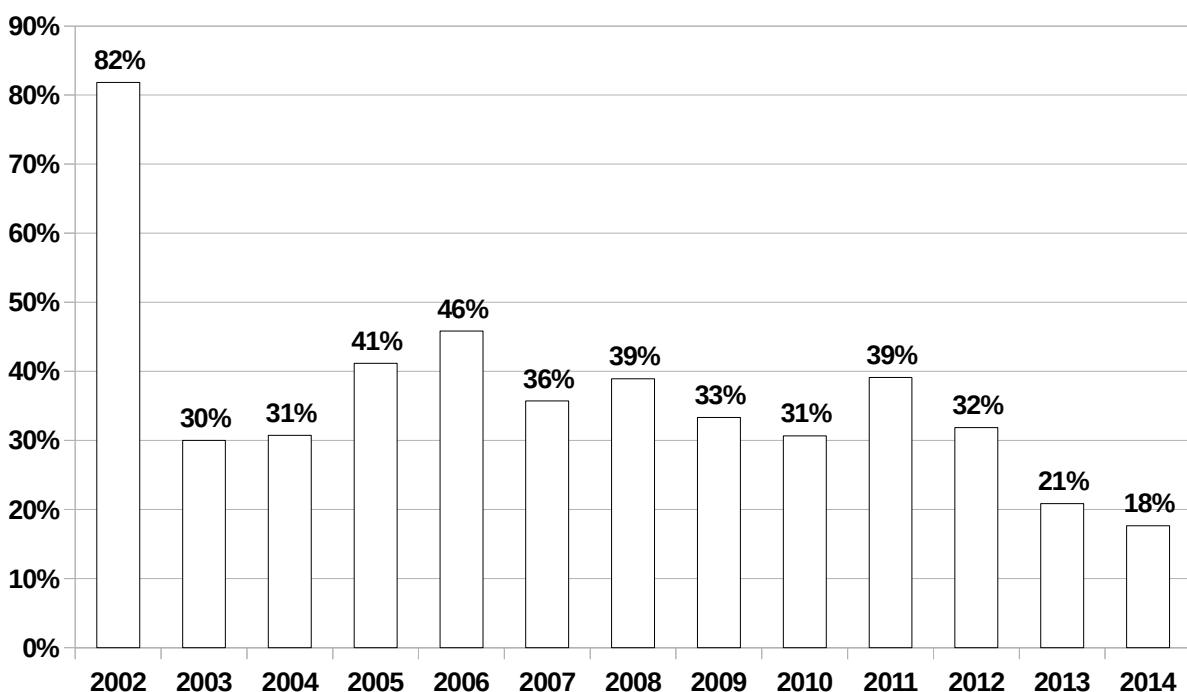


Figura 4: Crecimiento de consumidores de e-commerce em porcentagem

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015)

A Figura 4 mostra o crescimento em porcentagem a cada ano dos consumidores de e-commerce no Brasil.

Desta forma, tal qual o aumento de consumidores houve também o aumento do faturamento, conforme mostra a Figura 5.

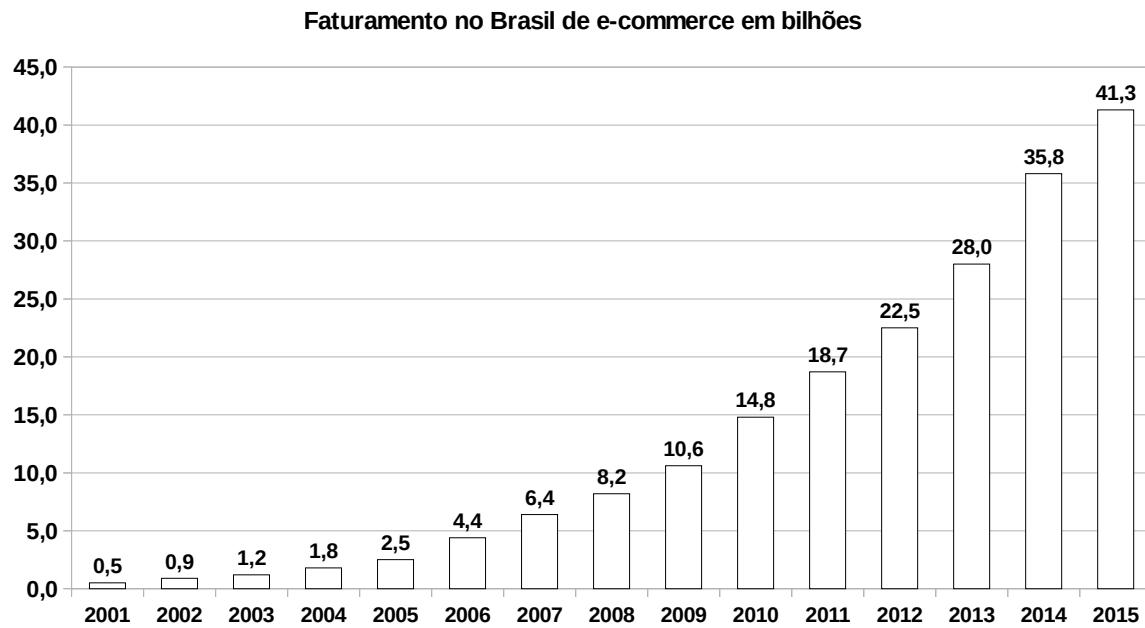


Figura 5: Faturamento no Brasil de e-commerce em bilhões

Fonte: BRASIL. EBIT. (2015 e 2016).

Abaixo a Tabela 2 demonstra o crescimento em porcentagem de cada ano do faturamento no período entre 2002 e 2015 de e-commerce no Brasil.

Tabela 2: Crescimento em porcentagem do faturamento 2002-2015

Ano	Valor do aumento em bilhões	Crescimento
2002	0,4	80,00%
2003	0,3	33,33%
2004	0,6	50,00%
2005	0,7	38,89%
2006	1,9	76,00%
2007	2,0	45,45%
2008	1,8	28,13%
2009	2,4	29,27%
2010	4,2	39,62%
2011	3,9	26,35%
2012	3,8	20,32%
2013	5,5	24,44%
2014	7,8	27,86%
2015	5,5	15,36%

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015 e 2016)

Os números do faturamento em bilhões, no período compreendido entre 2002 e 2015, teve um crescimento médio de 2,91 bilhões de reais/ano no faturamento dos e-commerce. Em 2001 eram 0,5 bilhão de reais em faturamento e em 2015 o faturamento fechou em 41,3 bilhões de reais.

No período compreendido entre 2001 e 2005 o número passou de 0,5 bilhão de reais em faturamento para 2,5 bilhões aumentando 2 bilhões de reais totalizando um aumento no período de 500%. Já no período de 2005 e 2010 o número de reais faturados passou de 2,5 bilhões no período anterior para 14,8 bilhões totalizando um aumento de 592%. Em 2015 chegou ao número de 41,3 bilhões de reais faturados já, com uma redução do crescimento comparado aos outros dois períodos, fechando em 279% de aumento no faturamento.

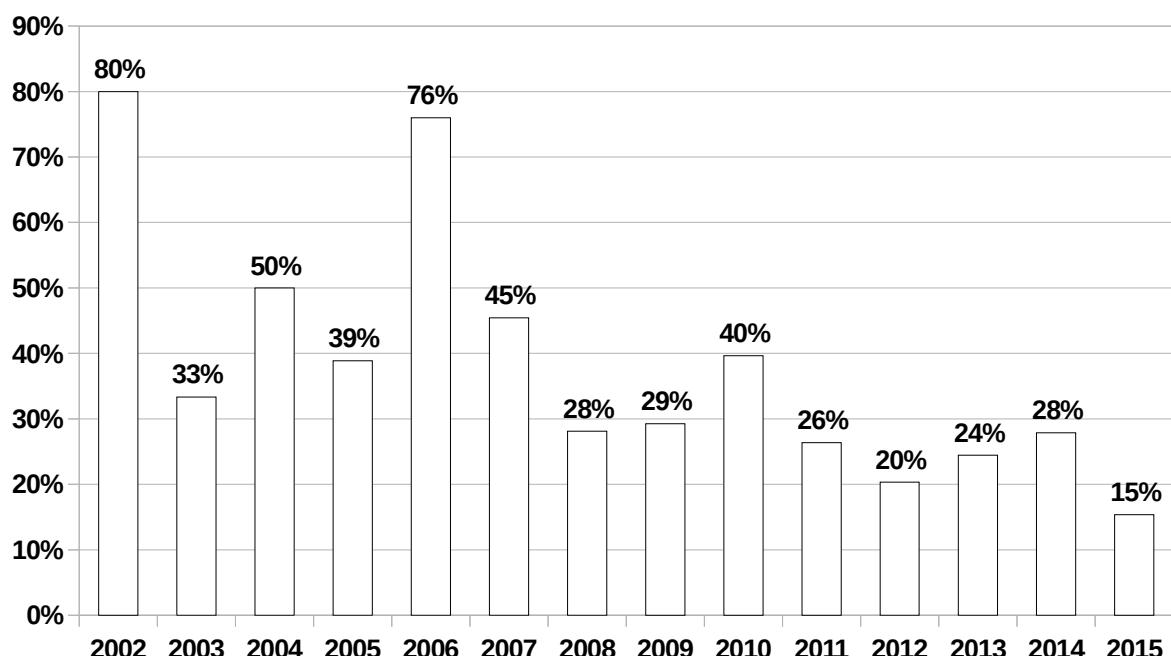


Figura 6: Crescimento em porcentagem do faturamento

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015 e 2016)

A Figura 6 mostra o crescimento em porcentagem a cada ano do faturamento do e-commerce no Brasil.

### Categorias mais vendidas em 2014 e 2015

As categorias vendidas em 2014 e 2015 estão mostradas na Figura 7 e 8 com as suas respectivas porcentagens, modas e acessórios continuou líder em 2015 mas se comparada a 2014 registrou uma queda de 19%.

Outro fator importante é que houve um aumento considerável nas vendas de eletrodomésticos e telefonia comparado a 2014. Os eletrodomésticos aumentaram 27% e a telefonia aumentou 45%. A Figura 7 demonstra as porcentagens de cada categoria medida pelo Ebit (2015 e 2016).

## Categorias mais vendidas de 2014

(Em volumes de pedidos)



Figura 7: Categorias mais vendidas de 2014 (Em volumes de pedidos)

Fonte: BRASIL. EBIT. (2015)

## Categorias mais vendidas de 2015

(Em volumes de pedidos)



Figura 8: Categorias mais vendidas de 2015 (Em volumes de pedidos)

Fonte: BRASIL. EBIT. (2016)

Levando em consideração o faturamento em bilhões dos anos de 2014 e 2015 aplicando a porcentagem de cada categoria obtivemos os valores e porcentagens demonstrados na Tabela 3 abaixo.

Tabela 3: Análise do faturamento das categorias 2014-2015

Categorias	Percentual 2014	Valor em bilhões 2014	Percentual 2015	Valor em bilhões 2015	Porcentagem
Moda e Acessórios	17,00%	6,09	17,00%	5,78	(-5,00%)
Cosméticos e Perfumaria / Cuidados Pessoais / Saúde	15,00%	5,37	15,00%	4,13	(-23,09%)
Eletrodomésticos	12,00%	4,3	12,00%	5,37	24,98%
Telefonia / Celulares	8,00%	2,86	8,00%	4,54	58,62%
Livros / Assinaturas e Revistas	8,00%	2,86	8,00%	3,72	29,78%
Informática	7,00%	2,51	7,00%	2,89	15,36%
Casa e Decoração	7,00%	2,51	7,00%	3,72	48,32%
Eletrônicos	6,00%	2,15	6,00%	2,48	15,36%
Esporte e Lazer	4,00%	1,43	4,00%	1,65	15,36%
Brinquedos e Games	3,00%	1,07	3,00%	1,65	53,82%

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015 e 2016)

Com a análise contida na Tabela 3 afirmarmos que em 2015 comparado a 2014 a grande maioria, oito das categorias analisadas tiveram um crescimento em porcentagem de faturamento e somente duas categorias tiveram um decréscimo nos valores de faturamento.

### Análises per capita de 2002 a 2014.

A Tabela 4 demonstra a evolução e as porcentagens de cada ano dos consumidores, faturamento em milhões a relação per capita no período entre 2002 e 2014.

A memória de cálculo usada foi a seguinte: como os consumidores estavam em milhões e o faturamento em bilhões transformamos o faturamento em milhões. Então dividimos o faturamento pelos consumidores assim obtivemos os gastos per capito e depois aplicamos a porcentagem de crescimento ou decrescimento comparando ao ano anterior.

Tabela 4: Relação per capita 2002-2014

Ano	Consumidores em Milhões	Faturamento em Milhões	Gasto Per capito em R\$	Crescimento
2002	2,0	900,00	450,00	(-1%)
2003	2,6	1.200,00	461,54	3%
2004	3,4	1.800,00	529,41	15%
2005	4,8	2.500,00	520,83	(-2%)
2006	7,0	4.400,00	628,57	21%
2007	9,5	6.400,00	673,68	7%
2008	13,2	8.200,00	621,21	(-8%)
2009	17,6	10.600,00	602,27	(-3%)
2010	23,0	14.800,00	643,48	7%
2011	32,0	18.700,00	584,38	(-9%)
2012	42,2	22.500,00	533,19	(-9%)
2013	51,0	28.000,00	549,02	3%
2014	60,0	35.800,00	596,67	9%

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015 e 2016)

Analizando a Tabela 4 em questão de valor per capita podemos afirmar que durante o período analisado de 2002 a 2014 o pior ano foi o de 2002 com um gasto de R\$ 450,00 por consumidor com um decréscimo de 1% comparado a 2001 que o valor era de R\$ 454,55. Considerando somente a questão valor per capita podemos afirmar que o melhor ano foi o de 2007 com R\$ 673,68 obtendo um crescimento de 7% naquele ano comparado a 2006 que tinha um valor de 628,57.

Se analisarmos o período compreendido entre 2002 a 2014 somente o crescimento per capita o melhor ano foi o ano de 2006, quando teve um crescimento de 21% comparado ao valor do ano anterior de 2005. O pior ano deste período analisado foram os anos de 2011 e 2012 com um decréscimo de 9% nos valores per capita.

Analizando os valores do faturamento confrontados aos valores de consumidores podemos afirmar que a correlação entre eles é extremamente alta com uma porcentagem de 99,67% e o que mostra o gráfico na Figura 9.

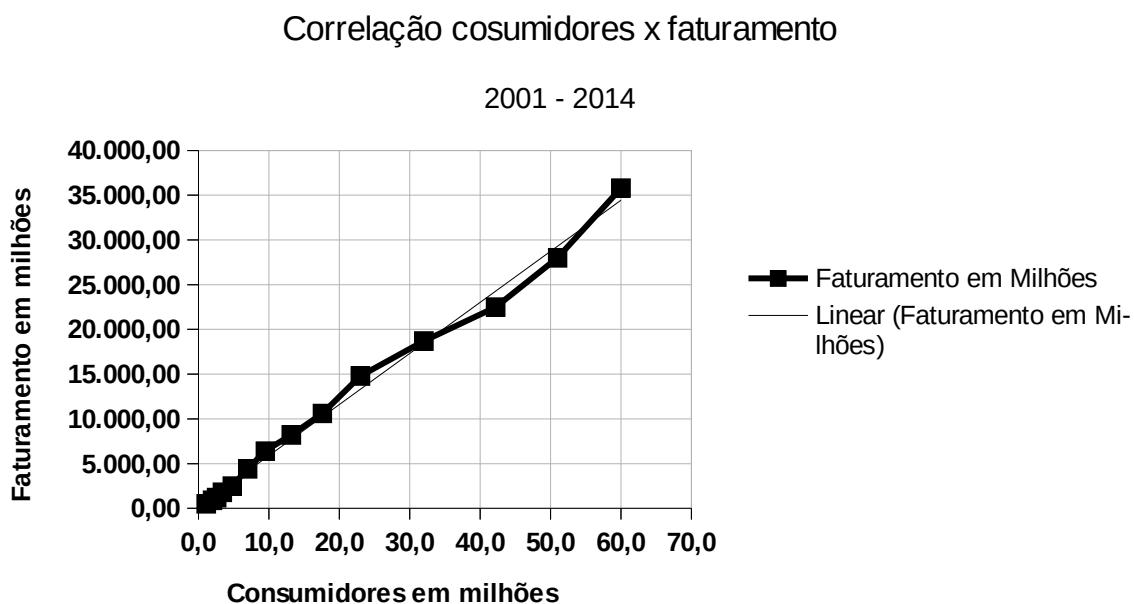


Figura 9: Correlação consumidores x faturamento

Fonte: Adaptado pelo Autor de BRASIL. EBIT. (2015 e 2016)

A Figura 9 mostra a cada ano de 2001 a 2014 a relação forte entre o aumento de consumidores ao aumento de faturamento e sugere uma linha de tendência se o crescimento entre os dois continuar.

No eixo dos consumidores em milhões temos os números de consumidores em milhões que em 2002 eram de 2 milhões e em 2014 fecharam em 60 milhões.

No eixo do faturamento em milhões temos os números do faturamento em milhões que em 2002 eram de 900 mil e em 2014 fecharam em 35,8 bilhões.

Toda esta relação foi feita com os dados de faturamento e consumidores da Tabela 4.

## Considerações Finais

Conforme os números e estatísticas apresentadas, que hoje ter um domínio de internet para sua empresa ou negócio tornou-se imprescindível é algo muito importante para conseguir visibilidade no mercado.

Conforme os dados apresentados o crescimento médio dos consumidores entre 2001 e 2014 passou dos 4 milhões utilizadores de e-commerce. No período analisado entre 2001 e 2005 o crescimento foi na casa dos 436%, 2005 a 2010 foi de 479% e de 2010 a 2014 com um recuo considerável fechou em 261%. Com porcentagem de crescimento abaixo dos 21% em 2013 e 2014 nunca registradas anteriormente no período analisado.

Acompanhando o crescimento dos consumidores o faturamento também cresceu muito. Envolveu valores bilionários passando em 2001 de 0,5 bilhões de reais para fechar em 2015 com 41,3 bilhões de reais. Obtendo um crescimento de 500% entre 2001 e 2015, 592% entre 2005 e 2010 e fechando 2015 com 279% de aumento desde 2010. Seguindo a mesma tendência dos consumidores com menor valor de crescimento neste último ano.

Concluímos que as principais categorias vendidas em 2014 foram: moda e acessórios, cosméticos e perfumaria / cuidados pessoais / saúde, eletrodomésticos, telefonia / celulares, livros / assinaturas e revistas. E em 2015 as categorias mais vendidas foram: moda e acessórios, eletrodomésticos, telefonia / celulares, cosméticos e perfumaria / cuidados pessoais / saúde. E que 8 categorias das 10 analisadas tiveram crescimento e 2 decresceram entre 2014 e 2015.

A correlação entre consumidores e faturamento é de 99,67% nos números analisados. Com isso os valores per capita cresceram e ou decresceram em porcentagens bem menores comparadas a elas analisadas individualmente. Tendo seu auge em 2006 crescendo 21% e seu pior resultado em 2011 e 2012 com decréscimo de 9%.

## **Referências**

Brasil. Ebit. (comp.). **O relatório mais sólido e respeitado sobre o comércio eletrônico.** 2016. [http://www.ebit.com.br/webshoppers?urlDownloadType=pt\\_BR](http://www.ebit.com.br/webshoppers?urlDownloadType=pt_BR)  
Acesso em: 15 Julho. 2016.

Brasil. Ebit. (comp.). **Pesquisas sobre o consumidor on-line.** 2015. <Http://www.e-commerce.org.br/>. Disponível em: <[http://www.e-commerce.org.br/stats.php](Http://www.e-commerce.org.br/stats.php)>. Acesso em: 17 ago. 2015.

Brasil. Ebit. (comp.). **Vendas comércio eletrônico – Brasil.** 2015. <Http://www.e-commerce.org.br/>. Disponível em: <[http://www.e-commerce.org.br/stats.php](Http://www.e-commerce.org.br/stats.php)>. Acesso em: 17 ago. 2015.

Brasil. Nic.br - núcleo de informação e coordenação do ponto br. (Org.). **Estatísticas para domínios.br.** 2015. Disponível em: <<http://www регистрация.br/estatisticas.html>>. Acesso em: 17 ago. 2015.

Brasil. Nic.br - núcleo de informação e coordenação do ponto br. (Org.). **Estatísticas para domínios.br.** 2016. Disponível em: <<http://www регистрация.br/estatisticas.html>>. Acesso em: 30 mai. 2016.