

E-commerce terá crescimento de apenas um dígito em 2016

Incremento nas vendas será de 8%; é a primeira vez que comércio eletrônico tem crescimento abaixo de 10%, diz Câmara Brasileira do Comércio eletrônico

Mie Francine Chiba
Reportagem Local

Pela primeira vez em 20 anos, o e-commerce tem uma estimativa de crescimento nas vendas de apenas um dígito. Segundo o relatório Webshoppers, realizado pela e-bit com o apoio da Câmara Brasileira

de Comércio Eletrônico (camara-e.net), o comércio eletrônico deverá ter incremento de apenas 8% em 2016, com faturamento total de R\$ 44,6 bilhões. Para a Câmara, o aumento de apenas 8% nas vendas em 2016 se deve à queda do poder aquisitivo do brasileiro, especialmente nas classes C e D, que vinham aumentando sua participação nas compras do e-commerce.

Em 2015, o crescimento do setor foi de 15,3%, com faturamento de R\$ 41,3 bilhões - resultado considerado "ótimo" pela camara-e.net em face da queda de

8,6% no varejo físico. De 2001 a 2015, o crescimento médio anual do comércio virtual foi de 37%, totalizando 7.509% de incremento, diz ainda a entidade. Apesar dos resultados melhores que no varejo físico, lojas virtuais sofrem perdas no faturamento. Dono de uma loja de móveis com

foco no design em Londrina, a MoBi Design, Fabrício Canônico afirma que, em seis anos de atividade, 2015 foi o pior ano para o e-commerce da empresa, com queda de cerca de 45% nas vendas. "Foi o pior. Não só para nós, mas acho que foram poucos os ramos que tiveram um bom ano. O mercado do e-commerce mudou bastante", diz.

Por causa da qualidade e da variedade maior de produtos, Canônico conta que antes trabalhava com produtos 100% importados. Mas a alta do dólar fez com que a empresa mudasse de

estratégia e passasse a oferecer também produtos nacionais. Além disso, o empresário teve de fazer adequações internas a fim de cortar custos, seja com funcionários, seja com economia de energia elétrica. Para 2016, entretanto, ele espera resultados melhores com a reestruturação do site, prevista para breve. "Estamos mudando o site 100% para alavancar as vendas."

O lojista do comércio eletrônico deverá enfrentar preços altos e falta de produtos disponibilizados pela indústria, afirma Carlos Alba, gerente de marketplace do e-commerce Megamamute, de Londrina. Segundo ele, 2015 começou com alta demanda dos consumidores, mas o cenário piorou depois do 2º trimestre, quando houve inflação dos produtos e as indústrias diminuíram a produção devido à situação de crise. Com isso, a loja viu o ticket médio aumentar - devido à alta



Para Fabrício Canônico, em sete anos de atividade, 2015 foi o pior ano para o comércio eletrônico de sua empresa

dos produtos - mas o volume de pedidos diminuir, fazendo com que o faturamento ficasse mais de 20% abaixo do resultado obtido no ano anterior.

Para 2016, o cenário ainda é incerto, diz o gerente. Porém, como o e-commerce ainda representa cerca de 3% do varejo tradicional, ainda há bastante espaço para crescer. "O e-commer-

ce brasileiro está em período de amadurecimento."

PROMOÇÕES

Neste momento de crise, as datas tradicionais de promoções do comércio eletrônico como o Dia do Consumidor - marcado para o dia 16 de março - a Black Friday e a Cyber Monday - realizadas no final do ano se tornam ainda mais importan-

tes para o consumidor e para o varejo virtual, que veem o crescimento nas vendas crescerem menos que o desejado. "Permite que o consumidor encontre ofertas com as quais realmente possam poupar e que o lojista consiga vender o que não conseguiu comercializar durante o ano", comenta o presidente da camara-e.net, Ludovino Lopes.

Mais opções e variedade de preços

Na visão de Ludovino Lopes, presidente da camara-e.net, os motivos para o comércio eletrônico continuar evoluindo mesmo com a queda no varejo tradicional se deve à possibilidade de acesso a uma variedade maior de produtos, de lojas atuantes no Brasil inteiro. Esse alcance cresce ainda mais à medida que ocorre a democratização da informação aos brasileiros na internet, acrescenta o presidente. E com um leque maior de produtos à disposição na web, os brasileiros também têm acesso a uma maior variedade de preços e condições de pagamento. "Essa democratização permite acesso a preços mais baixos, e o consumidor pode comprar produtos a preços mais justos."

Produtos de valor agregado mais elevado, na opinião de Lopes, são aqueles com os quais o consumidor terá mais benefício ao fazer a compra on-line, pois estes itens poderão ser encontrados com preços mais baixos se o comprador fizer a pesquisa. Esse, inclusive, é um dos motivos pelos quais o consumidor está migrando do varejo tradicional para o virtual, diz o presidente da camara-e.net.

Pequenas e médias empresas, que amargaram os 8,6% de queda nas vendas do varejo físico, também podem se beneficiar do comércio eletrônico, observa Lopes. "Muitas pequenas e médias procuram o comércio eletrônico como com-

plemento para as vendas físicas como uma forma de alcançar mais clientes."

COMODIDADE E FACILIDADE

Operando com o modelo de vendas diretas pelo varejo on-line desde o início, a marca de celulares Quantum - que também é uma unidade de negócios da Positivo Informática - ressalta que a aposta permanece como a escolha mais acertada. "Com isso, somos mais enxutos, dinâmicos e eficientes. Nosso produto sai da fábrica direto para a casa dos consumidores, gerando o melhor custo-benefício entre os smartphones da mesma faixa de preço", diz Marcelo Reis, general manager da Quantum. De acordo com ele, o desempenho das vendas da marca está 30% acima das estimativas iniciais.

"O e-commerce alia diversos conceitos atrativos para o consumidor. Há a questão da comodidade e da facilidade em pesquisar preços de diversos produtos em várias lojas e compará-los. Existe também a questão da segurança do consumidor e do fato dele estar cada vez mais especialista em alguns nichos. Dentro do segmento de tecnologia, por exemplo, o e-commerce ganha cada vez mais relevância, à medida que os consumidores se tornam mais experimentados com os smartphones e, assim, se sentem mais preparados para comprá-los via internet", finaliza. (M.F.C.)

UMA HOMENAGEM ÀQUELAS QUE NÃO ABREM MÃO DE CONFORTO, SEGURANÇA, BELEZA E SOFISTICAÇÃO...



...E QUE SÃO LOUCAS PELO SEU CITROËN!

8 DE MARÇO, DIA INTERNACIONAL DA MULHER

Vernie
www.verniecitrone.com.br

Londrina:
Av. Higienópolis, 1636
43 3329-3000

Maringá:
Av. Colombo, 2680
44 3267-2000

USE O CINTO DE SEGURANÇA