

### *E-commerce:* Vender e comprar pela internet

Por Sibelly Resch, Joice do Nascimento Silva, Isabela Carolina Comin Santos e Marcos Jeferson Ribeiro de Araújo



Vender e comprar pela internet não é mais novidade. A maioria dos brasileiros sabe que é possível fazer diferentes tipos de transações pela rede mundial. Embora nem todo mundo tenha este hábito, o crescimento do e-commerce é contínuo, ganhando ainda mais destaque com o início da pandemia.

Em 2020, o comércio eletrônico brasileiro faturou aproximadamente R\$87,4 bilhões, um crescimento de 41% em relação à 2019. O número estimado de consumidores foi de 79,7 milhões (23% a mais que 2019), e, destes, 13,2 milhões são novos consumidores do comércio *online* (EBIT/NIELSEN, 2021).

A ampliação do acesso à internet impulsiona o crescimento das vendas *online*. Em 2018, 93% dos domicílios no Brasil possuíam acesso à celular e 67% possuíam acesso à internet (CETIC, 2018).

Quer saber mais sobre o uso da internet durante a pandemia? Acesse esta pesquisa realizada pelo CETIC.



Referências:  
CETIC. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. TIC Domicílios – 2018. Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2018/domicilios/A4/>>. Acesso em: 25 abr. 2020.  
EBIT/NIELSEN. Relatório Webshoppers 43, 2021. Disponível em: <<https://company.ebit.com.br/webshoppers/webshoppersfree>>. Acesso em: 06 jul. 2021.

A expansão do comércio eletrônico não só leva ao aumento das vendas e do consumo *online*, mas também está causando profundas transformações na sociedade e nas empresas a partir do surgimento do que chamamos na administração de “novos modelos de negócios”.

Serviços financeiros pela internet, aplicativos de *delivery*, serviços de hospedagem, entre tantos outros exemplos que você deve conhecer.

Neste contexto, o que está mudando no setor de varejo?

No Brasil, até pouco tempo atrás, se as empresas quisessem vender um produto *online* deveriam ter um *site*, um portal de vendas próprio. Entretanto, atualmente, isto não é necessário, pois as empresas podem utilizar um *marketplace* para negociar seus produtos.

### O que são *marketplaces*?

São as plataformas que possibilitam transações entre vendedores e compradores. São *shoppings* virtuais. O Mercado Livre é um exemplo deste modelo de negócio. A empresa já nasceu como um *marketplace*.

#### O que está mudando no varejo então?

As grandes empresas varejistas brasileiras estão modificando o seu modelo de negócio e estão se transformando em *marketplaces*. Por isso, quando você vai fazer uma compra no *site* do Magazine Luiza, das Casas Bahia ou das Lojas Americanas, você pode comprar produtos de diversos vendedores e, se você tem uma empresa, também pode vender por estas plataformas.

# O que você consumidor precisa saber ou prestar atenção ao fazer uma compra em um marketplace?



Fonte: <https://cio.com.br/gestao/confianca-a-base-de-tudo/>

✓ **PREÇO** - Um produto pode ser vendido por diferentes vendedores e, por isso, você encontra preços diferentes para um mesmo produto. Porém, um vendedor também pode comercializar o mesmo produto com preços diferentes.

✓ **FRETE** - Como você pode comprar de vendedores de diferentes locais, os custos do frete podem variar bastante, o que dependerá também do volume do produto que você quer comprar.

- Daí a importância de comparar o valor final do seu pedido (PREÇO + FRETE). Além disso, alguns marketplaces são responsáveis pelo processo de entrega do produto, o que pode contribuir para melhorar o custo do frete e a garantia do cumprimento dos prazos de entrega, seja por utilizar seus próprios serviços de entrega, seja por conseguirem melhores valores e condições com terceirizados.

✓ **PRAZO DE ENTREGA** - Talvez você que é morador do Mato Grosso do Sul esteja comprando um produto de um vendedor que está localizado no Nordeste do país, ocasionando em um prazo de entrega maior do que se comprar de um vendedor que esteja localizado no Sudeste ou no Sul.

- Infelizmente, nem todas as plataformas oferecem a opção para escolher o estado ou a região do vendedor. Se tiver muitos produtos similares, você terá que olhar um por um na maioria das plataformas.

**Mas não é só o produto, o preço e o prazo que importam quando você está realizando uma compra pela internet... a confiança é um fator muito importante nas compras online.**

Sobre este aspecto, as grandes empresas varejistas que atuam como marketplaces cadastram os seus vendedores. Embora este procedimento não garanta por si só a confiança no vendedor, contribui para diminuir os problemas que podem ocorrer nas transações online.

Além disso, algumas plataformas disponibilizam as avaliações dos vendedores, o que pode te ajudar a tomar uma decisão ao fazer uma compra (Ex. Mercado Livre). Então é fundamental que você pesquise e compare a descrição dos produtos, valores, prazos de entrega, fretes, promoções, avaliações e outros fatores que sejam importantes para você.

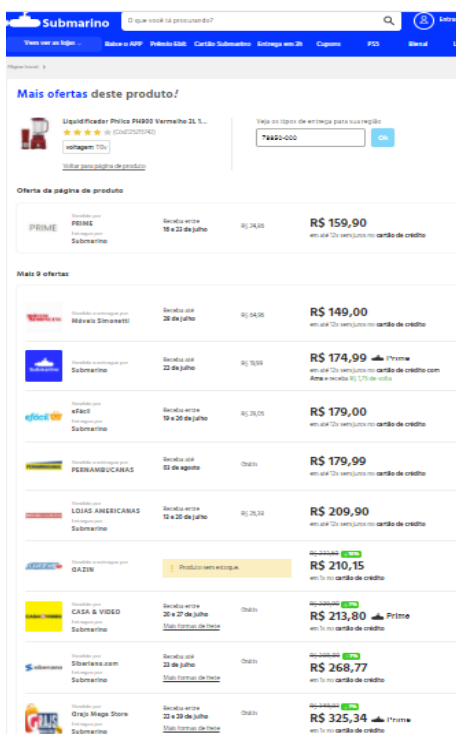
Listamos algumas vantagens e desvantagens de se comprar em um marketplace:

## Vantagens dos marketplaces para o consumidor

- Variedade de anúncios do mesmo produto;
- Comodidade – comprando a qualquer hora e de qualquer lugar.
- Preços – facilidade em comparar os preços;
- Entregas com menor custo;
- Plataformas já conhecidas e de fácil navegação;
- Confiança nos vendedores;
- Segurança nas transações;
- Anúncios instantâneos e promoções relâmpagos;
- Diversas opções de busca.

## Desvantagens dos marketplaces para o consumidor

- Variedade pode dificultar uma busca rápida;
- Dificuldade em contatar diretamente o vendedor;
- Prazos de entrega diferentes, conforme o vendedor;
- Custos logísticos para região.



Observe o resultado de uma pesquisa feita no Submarino na figura ao lado. O mesmo produto é vendido por 10 empresas diferentes, com valores de produto e frete diferentes, bem como prazos de entrega diferentes. O valor deste produto varia de R\$ 149,00 a R\$ 325,00 e o custo do frete varia de grátis a R\$ 65,00.

Fonte: [encurtador.com.br/cyDL2](http://encurtador.com.br/cyDL2)

## Você que é comerciante, já pensou em vender em um *marketplace*?

Agora que você já sabe o que é um *marketplace*, talvez possa se interessar em vender seus produtos nestas plataformas. O primeiro passo é conhecer os principais varejistas que operam com este modelo de negócio no Brasil, suas políticas e requisitos. Listamos alguns para que você possa buscar mais informações:

- [Mercado Livre](#)
- [Magazine Luiza \(Parceiro Magalu\)](#)
- [B2W \(Americanas, Submarino, Shoptime\)](#)
- [Via Varejo \(Casas Bahia, Ponto Frio, Extra\)](#)
- [Amazon](#)



Cada empresa possui uma política diferente sobre os modelos de vendas. Ex.: a comissão pode ser fixa; o percentual pode variar de acordo com o plano que você escolhe e o valor do produto; os produtos são divididos em categorias e o percentual que a empresa cobra varia conforme a categoria. Por isso, você deve tomar cuidado com a precificação ao comercializar em um *marketplace*.



Os *marketplaces* possuem sistemas de recebimento, facilitando para sua empresa. Você também poderá gerenciar seu faturamento e outros indicadores, como por exemplo, o estoque, diretamente pelas plataformas. Algumas empresas possuem serviço de antecipação de recebíveis.



Verifique os serviços de armazenamento e/ou distribuição (entrega) que os *marketplaces* oferecem e as políticas para utilização destes serviços. Analise se é vantajoso para sua empresa.



Você pode procurar empresas integradoras para cadastrar seus produtos. Essas empresas ficam responsáveis pelo cadastro e venda dos seus produtos em diferentes *marketplaces*. Exemplo: OLIST.

Se você quiser começar a vender neste modelo de negócio, busque mais informações nos *marketplaces*. Eles costumam disponibilizar muitas informações para os parceiros. Por exemplo, o Mercado Livre disponibiliza cursos e *webinars* para apresentar todos os serviços e estratégias que podem impulsionar as vendas e o negócio.

Para saber mais sobre os *marketplaces* e os serviços oferecidos, acesse o artigo: “MARKETPLACES E AS TRANSFORMAÇÕES NO VAREJO: O ecossistema de serviços de empresas que operam no Brasil” pelo QR Code.



## Quais são os benefícios e as dificuldades que você pode analisar antes de iniciar sua parceria com um *marketplace*?

### Benefícios

- Maior visibilidade dos produtos;
- Ambiente com milhares de acessos diários;
- Oportunidade de impulsionar as vendas de pequenos varejistas;
- Baixo investimento;
- Suporte de vendas e logística;
- Controle e acesso na parte financeira das vendas;
- Maior credibilidade do vendedor;
- Possibilidade de aumentar seu faturamento atingindo novos públicos.

### Dificuldades

- Alta concorrência;
- Risco de concorrentes venderem produtos similares e inferiores por menor preço;
- Necessidade de adequação às políticas dos *marketplaces*, como descrição dos produtos, requisitos de atendimento ao cliente, entre outros;
- Possível mudança na política de venda e nas taxas;
- Custos do serviço (assinatura, taxas de promoção e comissões de venda);
- Benefícios logísticos restritos à algumas regiões;
- Dependência do *marketplace* (se for o único canal de venda).

**Referência:** RESCH, S.; SILVA, J. N.; PEREIRA, J. A. “MARKETPLACES E AS TRANSFORMAÇÕES NO VAREJO: O ecossistema de serviços de empresas que operam no Brasil. In: Anais...IV Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN). Editora UFMS: Naviraí/MS, novembro de 2020.

### + NGDI INFORMA

Para mais informações, sugestões de temas ou dúvidas sobre os boletins entre em contato por um dos nossos canais.

**Endereço:** Rod. MS 141 KM 02 - Naviraí-MS

**Telefone:** (67) 3409-3401

**E-mail:** [ngdi.ufms@gmail.com](mailto:ngdi.ufms@gmail.com)

**Acesse mais boletins**

