

Brasileiro compra até vestido de noiva online

Segundo dados da consultoria e-bit, 70% dos consumidores dizem se sentir mais seguros com compras virtuais

Aline Bronzati

Os brasileiros estão comprando de “tudo” pela internet. Se antes as pessoas preferiam adquirir produtos com valores mínimos – como livro, CD e DVD – agora, já se arriscam a fazer compras mais ousadas pela plataforma online. “Estão comprando até vestido de casamento”, brinca Pedro Guasti, diretor geral da consultoria e-bit.

Os sinais de que o perfil está mudando aparecem aos poucos. Neste ano, o segmento de moda figurou pela primeira vez entre as cinco categorias mais vendidas no Dias dos Namorados. Acessórios para prática de esportes, utilidades domésticas e até

peças automotivas têm ganhado espaço.

Para o segundo semestre de 2011, a “coqueluche” do comércio virtual deve ficar por conta dos tablets. Na opinião de Guasti, a “enxurrada” de opções que estão chegando ao mercado brasileiro vão impulsionar esse segmento.

Os números de satisfação da população “e-commerce” refletem bem este cenário. Segundo estudo da e-bit, mais de 49% dos consumidores entrevistados afirmaram se sentir “mais seguros” ao fazer aquisições no meio digital. Já os que se sentem “muito mais seguros” respondem por 21%. Além disso, 81% dos internautas dizem acessar a web para fazer compras virtuais, em lojas, clubes de compra ou sites de compra coletiva.

Esse público, no entanto, ainda continua avesso aos serviços do internet banking: 26% dos consultados não usam o meio para fazer transações bancárias e



PAULO LIEBERT/AE-3/9/2004

Efeito. Alta do e-commerce esbarra em problemas logísticos

outros 58% dizem não se sentir seguros.

Entraves. O aumento do número de compradores online – a ideia é alcançar 32 milhões até o fim do ano – não é de todo positivo para o setor. Com o crescimento, as empresas têm descumprido com mais frequência os prazos de entrega. “A logística é

um fator importante para a satisfação dos consumidores. O setor demanda um investimento muito grande em infraestrutura, frota e mão de obra. Estamos discutindo como trazer mais investimentos para esta área”, garante Guasti.

Para Ludovino Lopes, presidente da camara-e.net, é necessário separar os problemas de in-

fraestrutura do País e as deficiências do comércio eletrônico. “Esse é um desafio que teremos de superar nos próximos anos, principalmente, com a realização da Copa e outros grandes eventos.”

Compras coletivas. Fenômeno da internet desde 2010, o segmento de compras coletivas deve movimentar R\$ 1 bilhão até o fim de neste ano. Por traz desse resultado há também problemas de logística e atendimento. “A falta de espaço no restaurante e na agenda da esteticista é estimulada pelo ‘reloginho’. Os consumidores têm de tomar cuidado antes de fazer uma aquisição, pesquisando informações sobre a empresa e perante os seus direitos”, aconselha.

Preocupada com a satisfação e consciência dos consumidores, a e-bit pretende lançar nas próximas semanas uma cartilha de boas práticas para os clubes de compras coletivas. Na opinião de Alexandre Umberti, diretor de marketing e produtos da e-bit, as empresas também devem avaliar se esse tipo de investimento vale a pena.

Varejo eletrônico fatura R\$ 8,4 bi no primeiro semestre

● O comércio eletrônico faturou R\$ 8,4 bilhões no primeiro semestre, um aumento de 24% em relação ao mesmo período de 2010, segundo a consultoria e-bit. A previsão é de que o varejo online movimentará R\$ 18,7 bilhões no ano. No primeiro semestre, o tíquete médio foi de R\$ 355. Um dos destaques do primeiro semestre é a participação da baixa renda, que representa 61% dos novos entrantes no mundo de compras online. “A previsão é fechar o ano com 32 milhões de pessoas que já fizeram pelo menos uma compra online”, disse o diretor de marketing e produtos da e-bit, Alexandre Umberti. / A.B.