

## **Estrangeiras apostam no varejo eletrônico brasileiro**

*Flávia Milhassi*

Mesmo com a expectativa de um crescimento menor ao longo deste ano - de 25% para 20%, o varejo eletrônico (e-commerce) no Brasil tem atraído um número significativo de empresas estrangeiras. A primeira a aportar no País foi a japonesa Rakuten, terceira empresa de comércio eletrônico no mundo e que anunciou em maio deste ano a compra de uma parte da rede social Pinterest.

Quem está com data marcada para estrear em solo brasileiro é a global Amazon.com, que, ao que tudo indica, passará a operar aqui no dia primeiro de setembro próximo. Inicialmente, a empresa norte-americana comercializará livros virtuais (e-books) e demais itens que o consumidor brasileiro utiliza o sistema de download para ter à sua disposição, segundo explicou Cris Rother, diretora de Negócios da consultoria e-bit.

Ainda segundo a especialista em pesquisa de varejo virtual, já é sentida a movimentação do eBay - considerado o maior site do mundo para compras virtuais - para operar aqui. "No Brasil temos alguns players de fora em operação. Já é possível sentir uma movimentação por parte do eBay para vir ao País", afirmou Rother, em entrevista ao DCI.

### **Balanço**

Mesmo com a revisão para baixo do índice de crescimento para o resto deste ano, o que tem atraído esse número crescente de operações internacionais é o bom momento do setor no Brasil.

Dados analisados pela e.bit e pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (câmara-e.net) apontam que, no primeiro semestre, o setor - que inclui os sites de compras coletivas - teve crescimento de 21% em relação a 2011 e atingiu o faturamento de R\$ 10,2 bilhões.

O Dia das Mães e o Dia dos Namorados, datas temáticas que ocorreram no período analisado, foram responsáveis por R\$ 1,7 bilhão, dos R\$ 10,2 arrecadados pelo varejo virtual, representando 16,6% das vendas nos seis primeiros meses do ano.

O tíquete médio do consumidor brasileiro foi de R\$ 346 e os itens mais consumidos pelos compradores de Internet foram: eletrodomésticos com 13% das compras; saúde, beleza e medicamentos, 13%; moda e acessórios, 11%; livros, assinaturas de jornal e revista, 10%; e informática, 9%.

De acordo com Pedro Guasti, presidente da e-bit, agora é o momento em que o comércio eletrônico começa a reformular as suas operações para atender aos consumidores assíduos, os chamados heavy users.

"Os players brasileiros têm buscado uma maior rentabilidade para suas operações. Com isso, o consumidor passa a ter um parcelamento menor para pagamento dos produtos e o frete grátis passa a ser menos recorrente", explicou.

A medida tomada por esses empresários é justamente para não ter prejuízos em suas operações, como aconteceu com a B2W Global do Varejo - donas das marcas Americanas.com, Shoptime e Submarino - que no segundo trimestre teve prejuízo líquido de R\$ 38,9 milhões, com perda 86,1% maior que o igual período de 2011.

Guasti afirmou também que mesmo com o crescimento 5% menor neste ano, o setor pode arrecadar o montante de R\$ 22,5 bilhões até o dia 31 de dezembro. Para o ano que vem, a perspectiva ficará no mesmo patamar, com crescimento na casa de dois dígitos, sem modificações em relação à conjuntura econômica em que o Brasil se encontra.

O segmento de compras coletivas passa agora pelo momento de maturação, segundo o presidente da e-bit. Nestes seis primeiros meses, Groupon, Peixe Urbano e tantos outros sites

concorrentes comercializaram em torno de 12 mil cupons, o que representa R\$ 732 milhões em vendas. As 84 mil ofertas anunciadas de janeiro a junho representaram uma economia de R\$ 1,4 bilhão ao consumidor brasileiro.

### **m-commerce**

As compras feitas via celular (mobile commerce, ou m-commerce), por meio de smartphones e dos tablets tiveram crescimento de 400% no ano. Em 2011, o segmento era de 0,3%, atualmente está em 1,3%, ainda segundo pesquisa realizada entre as entidades já mencionadas. Segundo Leonardo Palhares, vice-presidente de estratégias da câmara-e.net, este é um setor em ascensão no Brasil.

"Ele pode parecer pouco representativo, mas as maiores empresas do varejo eletrônico já possuem modelos de sites específicos para os que compram pelo celular", afirmou o especialista. Dos e-consumidores, 53% são mulheres que preferem o sistema IOS dos iPads e iPhones para adquirir produtos.

Os homens são adeptos do Android, com 55% da preferência.

Dos usuários de iPhone, 22% disseram ter feito mais de dez compras nos últimos seis meses, contra 11% dos usuários de Android. Entre os itens mais consumidos via m-commerce, estão eletrodomésticos, livros e produtos de beleza e saúde, e medicamentos.

**Fonte: DCI, São Paulo, 23 ago. 2012, Primeiro Caderno, p. A9.**