

Vendas do e-commerce sobem 21%



MAX

O comércio eletrônico faturou R\$ 10,2 bilhões no primeiro semestre deste ano, 21% a mais do que em igual período do ano passado (sem descontar a inflação), de acordo com o relatório Webshoppers, de referência do setor, produzido pela e-bit e pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Câmara E-net).

No período, 5,6 milhões de pessoas fizeram as suas primeiras compras online, totalizando 37,6 milhões de consumidores virtuais. O valor médio das transações foi de R\$ 346, sendo que 29,6 milhões de encomendas foram feitas nas lojas virtuais.

O segmento de eletrodomésticos e o de produtos de saúde, beleza e medicamentos foram os mais significativos, com 13% de participação nas vendas cada um. A categoria moda e acessórios, que ficou em terceiro lugar no ranking das cinco categorias mais vendidas, registrou 11% de participação. No último relatório, ela não aparecia entre as cinco principais.

Em quarto lugar, o segmento livros, revistas e assinaturas de jornais correspondeu a 10% das vendas. Na quinta colocação, informática ficou com 9%.

Gargalos – Apesar da expansão verificada no comércio eletrônico no primeiro semestre, a e-bit revisou para baixo a meta de crescimento do varejo online neste ano em função do ambiente macroeconômico do País. De acordo com Pedro Guasti, diretor geral da e-bit, a expectativa de expansão nominal das vendas passou de 25% para 20% em 2012 sobre o ano passado, totalizando R\$ 22,5 bilhões. Anteriormente, a expectativa de faturamento do setor era de R\$ 25 bilhões.

Além do esfriamento da economia brasileira e a redução da projeção do Produto Interno Bruto (PIB) para 2012, Guasti apontou a diminuição do prazo de pagamento sem juros como um dos fatores que levaram à redução, já que aqueles que precisam do parcelamento acabam postergando a compra.

"O frete grátis também vem diminuindo de forma consistente neste mercado, o que contribui para uma diminuição das compras, já que é um custo a mais ao consumidor. Por fim, o

aumento do prazo de entrega também leva as pessoas a comprar na loja física em vez das virtuais", diz Guasti.

Para Leonardo Paralhes, vice-presidente de estratégia da Câmara E-net, o desenvolvimento inicial do comércio eletrônico criou uma expectativa muito grande nos consumidores, que se acostumaram à ideia de entrega no dia seguinte com frete grátis. "Os gringos perguntam para nós como a gente consegue (garantir essa entrega). Isso é algo que até pode ocorrer por um tempo, mas é insustentável a longo prazo em um país com as dimensões do Brasil."

Mais tablets e smartphones usados nas compras

O uso de aparelhos móveis (smartphones e tablets) nas compras feitas pela internet vem crescendo. A participação aumentou de 0,3%, no ano passado, para 1,3% no primeiro semestre deste ano.

Os dados fazem parte do relatório Webshoppers, de referência do setor e produzido pela e-bit e Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Câmara E-net).

Segundo a pesquisa, o consumidor que usa esses dispositivos tem renda familiar, em média, de R\$ 7,2 mil, 70% acima do consumidor padrão, que é de R\$ 4 mil. Além disso, está mais localizado no Sudeste (70%, ante 65% do consumidor padrão).

Entre as plataformas usadas, o estudo identificou uma preferência das mulheres pelo iOS, da Apple, enquanto os homens tendem a usar mais o concorrente Android.

Dentre os usuários que compraram por meio do iOS, 54% eram mulheres, enquanto, no caso do Android, 55% eram homens.

A diferença se nota também no valor da compra. Enquanto entre usuários de Android o valor médio fica em R\$ 540, os do sistema da Apple gastam R\$ 408.

O estudo aponta a predileção masculina por aparelhos de informática como um dos fatores para isso. O segmento tem a maior parte das vendas dentre os usuários de Android, com 11%, enquanto os usuários do iOS compram mais eletrodomésticos (13%).

Tribunal – Nove jurados começaram a deliberar a respeito das acusações de violação de propriedade intelectual da Apple contra a Samsung ontem em um tribunal federal em San José, Califórnia. Se eles decidirem que a Samsung, maior fabricante de smartphones do mundo, violou qualquer uma das patentes da Apple -- ou vice-versa -- a próxima questão é quanto, exatamente, cada companhia deveria ser obrigada a pagar.

A Apple está buscando mais de US\$ 2,5 bilhões e uma proibição de vendas, baseada em um conjunto de características que ela afirma terem grande demanda entre consumidores. Um veredicto em favor da Apple colocaria boa parte da indústria de smartphones sob risco de problemas legais idênticos.

Consumidor de SP: otimismo menor



Pesquisa da Fecomercio-SP mostra que índice de confiança caiu pela quarto mês consecutivo. - JF Diório/AE

A confiança do consumidor paulistano caiu pela quarto mês consecutivo em agosto, segundo o Índice de Confiança do Consumidor (ICC). O indicador foi divulgado ontem pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo, a Fecomercio-SP.

Neste mês, o ICC registra queda de 2,7%, ao passar de 160,6 pontos em julho para 156,3 pontos em agosto. Em agosto de 2011, o indicador estava em 152,71 pontos. A escala da instituição varia de 0 a 200 pontos e demonstra otimismo quando se situa acima dos 100 pontos.

A retração no nível de confiança dos paulistanos em agosto se deu pela menor satisfação em relação às condições futuras da economia. Na análise da Fecomercio-SP, a queda do ICC em agosto está diretamente relacionada ao cenário de instabilidade econômica, influenciado por notícias de quedas de produção e venda em determinados segmentos.

O Índice de Expectativa do Consumidor (IEC), categoria que mede a percepção futura dos consumidores, caiu 3,3% ante julho. O resultado foi pressionado, principalmente pela queda de 8% na confiança das famílias com renda de 10 salários mínimos ou mais, seguido pelos consumidores com 35 anos ou mais (menos 5,1%) e pelo grupo feminino (menos 4,1%). Já o Índice de Condições Econômicas Atuais (ICEA), que mede o grau de satisfação dos consumidores com o momento atual da economia, apresentou queda de 1,7% no intervalo.

O ICC é apurado mensalmente pela Fecomercio desde 1994. Os dados são coletados em entrevistas com 2,1 mil consumidores no município de São Paulo. O objetivo da pesquisa é identificar o sentimento dos consumidores levando em conta suas condições econômicas atuais e suas expectativas quanto à situação econômica futura. Os dados são segmentados por nível de renda, sexo e idade.

Fonte: Diário do Comércio, São Paulo, 23 ago. 2012, Economia, p. 17.