

Antônio More/ Gazeta do Povo



Scheila de Liz, que descobriu um nicho de mercado para os adesivos que fabricava sob encomenda: vendas no Mercado Livre e projeto de site próprio em desenvolvimento

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Do sonho ao empreendedorismo, num clique

Brasil tem 60 mil micro e pequenas empresas fazendo vendas pela internet, num movimento que tem tudo para continuar crescendo

Curtir

Tweet 3

0

Publicado em 11/10/2010 | DA REDAÇÃO COM AGÊNCIA ESTADO

Não foi a falta de emprego que levou a publicitária paulistana Ana Luiza McLaren a entrar para o comércio eletrônico. Foi a falta de espaço no armário. A necessidade de desocupar o apartamento pequeno foi o empurrão para a criação do Enjoei, brechó virtual que vende desde roupas de marca e acessórios até uma lambreta. Só que, desde o começo, o Enjoei virou mais do que uma ferramenta para que Ana se desfaça de suas coisas: ele é uma plataforma de vendas online para onde as pessoas enviam seus "enjoos" e pagam a ela 15% pelo uso do site.

"Foi muito rápido, cresceu de um jeito que nem eu entendi. O povo foi passando de um para outro, eu fiquei histérica", conta ela, que investiu R\$ 140 no projeto. Quase tudo o que é postado é vendido – o sucesso levou à contratação de um assistente um mês após a estreia do site.

Em Curitiba, a empresária Scheila Cristina de Liz percebeu um nicho de mercado, há coisa de cinco anos.

Marcio Fernandes/AE



Ana Luiza McLaren: 15% de taxa para que os usuários vendam suas coisas no brechó virtual Enjoei

Como faz?

Algumas dicas para organizar sua entrada no mundo do comércio eletrônico.

- Plano – Estruturar uma empresa formal deve ser um dos primeiros passos.
- Qualidade – Comprar bem é fundamental para qualquer comércio.
- Nicho – Fuja do comum. É melhor do que competir com os grandes magazines.
- Preços – Os sites de comparação de preços podem se tornar um problema. Por isso, opte por produtos com valor agregado.
- Confiança – Conquiste. Responda rápido às dúvidas e permita o rastreamento da mercadoria. Se tudo der certo, o cliente comprará novamente.

Segurança

Setor se torna mais profissional

A experiência das vendedoras de primeira viagem se reflete em números. Hoje o índice de confiança do consumidor online chega a 86%. Em 2007, era 55%. Para Gerson Rolim, da Câmara-e Net, um dos motivos que fazem o consumidor comprar mais (e comprar de vendedores pequenos) é o fato de toda a cadeia estar se profissionalizando. “Todo o ecossistema empresta a confiança, principalmente para o micro e pequeno varejista. Se minha logística é feita pelos Correios, os Correios me emprestam um pouco da confiança”, diz.

Para Gerson Rolim, diretor-executivo da Câmara-e Net, outro fator que mostra a profissionalização e o crescimento do comércio online é a oferta de meios de pagamento. “Hoje, o Comitê de Meios de Pagamento congrega aproximadamente 20 empresas na área. Se houvesse apenas as 50 maiores varejistas, não haveria um mercado tão grande para tantas empresas operarem nesse nicho.” Isso porque as grandes empresas costumam operar diretamente com cartões de crédito e têm suas próprias estruturas de cobrança.

No geral, o que predomina no comércio online são as transações de viagens, como passagens aéreas, e as vendas a varejo. No Mercado Livre, o que mais se vende são os eletrônicos de consumo e informática. Mas há outras categorias surgindo - produtos esportivos, roupas, produtos para casa, saúde e beleza.

Sua loja – a Sinalize, que presta serviços de comunicação visual – recebia vários pedidos de arquitetos para imprimir adesivos decorativos. “A gente tinha o maquinário, e o mercado estava em alta”, relata. Scheila começou a produzir os adesivos e vender no Mercado Livre, site de leilões que é a porta de entrada de muitos empreendedores do mundo virtual.

Hoje o volume de vendas de adesivos via internet rivaliza com o mesmo segmento dentro da loja. Apesar da concorrência crescente e das taxas cobradas pelo Mercado Livre, ainda está valendo a pena fazer as vendas por meio do site. Sheila tem planos de abrir um site próprio e fazer vendas diretas.

Ana Luiza e Scheila estão entre as novas caras do comércio eletrônico no país, que desponta como o principal mercado da América Latina. Uma pesquisa do Grupo Nielsen encomendada pelo Mercado Livre mostrou que, só na plataforma, o comércio eletrônico deve gerar nove mil empregos nos próximos seis meses – 13% dos usuários do Mercado Livre têm funcionários para ajudar com as vendas.

Segundo a Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Câmara-e Net), hoje, no Brasil há 60 mil micro e

pequenas empresas vendendo na internet. São pessoas que estão deixando a pessoa física e se preparando para virar comerciantes de verdade, como a dona-de-casa Adamaris Gallucci, que está dando os primeiros passos para formalizar a sua Loja da Mel. Ela enfrentava um período de depressão quando foi aconselhada pelas filhas a abrir uma loja no Mercado Livre. A ideia inicial era vender os brinquedos antigos que tinham em casa.

A primeira leva foi toda vendida, e Adamaris acionou os amigos atrás de mais brinquedos para vender. Hoje, acumula experiência de compradora e está dando os primeiros passos para formalizar a Loja da Mel, que não tem espaço físico, mas tem blog, Twitter e Facebook. "Nós já crescemos cerca de 30%", diz ela, afirmando que a loja serve como complemento de renda. "Meu horizonte era muito pequeno, terminava no meu portãozinho. Hoje, tenho um visãõ muito maior", diz.

Exigente, Mercado Livre é a principal porta de entrada

O Mercado Livre ainda é o principal meio por onde os pequenos varejistas alcançam a web. E esse crescimento da plataforma é o reflexo do que acontece com o mercado. "Há pessoas que abandonaram o mundo físico para ficar só no online. As despesas são mais enxutas e dá para vender para o país inteiro e até para o exterior", diz Stello Tolda, presidente do Mercado Livre.

O formato de leilão inaugurado pelo site em 1999, agora, corresponde a apenas 5% das vendas – o que predomina hoje são as vendas a preço fixo. Os vendedores aventureiros continuam em cena, mas o aquecimento está fazendo surgir uma nova geração de pequenos comerciantes que usam as ferramentas para se tornar pequenos empresários bem-sucedidos.

"Quando as pessoas pensam por onde começar é comum que a referência seja o Mercado Livre, pela facilidade da plataforma. A tendência é que, ao atingir certo número de vendas, elas criem seus próprios sites", diz Tolda.

Esse é o caminho trilhado por Scheila de Liz, que também está preparando um site próprio. Ela considera o Mercado Livre um termômetro da economia, apontando tendências que se verificam corretas também no mundo das lojas físicas. "Quando as vendas param no Mercado Livre, eu sei que vão cair na loja física também", diz.

Embora esteja no site há cinco anos, Scheila não considera fácil o trabalho com o Mercado Livre. "As exigências são muitas para manter a reputação", resume. Além disso, o fato de dividir as páginas do site com vendedores muito diferentes é um complicador adicional. "Se um vendedor não faz a entrega, a má fama pega nos outros", diz. "É como se a gente estivesse no mesmo balaio."