



Fotos: JEN



VENDAS NO E-COMMERCE CRESCERAM 8,5 VEZES

E-COMMERCE: QUANDO O BÁSICO BEM FEITO GERA RESULTADOS

Quem pensa em IA e demissões junto, não é inteligente.

Redação

O e-commerce evoluiu tanto que hoje você pode comprar, enquanto assiste a um vídeo de entretenimento. E tem a opção de receber no mesmo dia. Na outra ponta da linha está quem quer vender. Vista por um ângulo profissional parece simples, porque alguém já descobriu um jeito pragmático de fazer a coisa andar. Pra quem pensa em entrar no e-commerce a dica é: identificar as bolhas, filtrá-las, entendê-las e partir pra cima. Os números dos especialistas são excitantes, mas é importante ter o sangue frio. Exemplo: a Joom Pulse, plataforma de negócios, promete te deixar na cara do gol e de pronto oferece acesso a 150 milhões de produtos. Mas a própria empresa recomenda os filtros. Em um ano (abril/25 a abril/26) as vendas no e-commerce cresceram 8,5 vezes e o TikTok Shop tem receita projetada de R\$ 39 bilhões até 2028 somente no mercado brasileiro; isto é 9% do todo nacional. Mas, de novo, se você está em modo paquera, foca na bolha e filtre.

Convidados para um evento seletivo, em São Paulo, no qual se reuniram marcas, parceiros e vendedores da plataforma JoomPulse no Brasil (<https://joompulse.com/>), compartilhamos um pouco do sucesso e recomendações mostrados durante “O e-commerce do futuro”, como foi batizado o encontro. Messi e Yamal, craques do futebol internacional, emprestaram seus nomes a dois dos convidados da mesa-redonda que se formou de uma maneira leve, descontraída, pegando uma carona no clima de Copa do Mundo. Objetivo foi o de vender os serviços da empresa internacional (líder de mercado, segundo a direção do evento), certamente.

Participam nomes como Gabriel Bollico (Ecommerce Puro), Alexandre Nogueira (Universidade Marketplaces), Edson Saldanha (Mestre Shopee), Vitor Hillman (DTC/Nuvemshop), Rodrigo Peres (consultor Mercado Livre) e João Sartini (JoomPulse) falando a um público atento, predominantemente masculino e jovem. O slogan “Contra dados não há argumentos” foi bastante explorado, visualmente, no antes, durante e depois.

A taxa das blusinhas (nome popular do Imposto de Importação de 20% sobre compras internacionais de até US\$ 50, que o governo decidiu derrubar, por Medida Provisória, dia 12 último) mereceu comentários de praticamente todos na mesa redonda



“Aprimorar a logística, com inauguração de novos CDs, por exemplo, é uma tendência dos gigantes. Só o Mercado Livre vai investir em 14 novos centros neste ano.

inicial, existindo consenso de que sem ela os produtos adquiridos estão mais baratos. “É papel do governo incentivar o mercado nacional. O dinheiro tem de ficar no Brasil”, esbravejou Rodrigo Peres (Mercado Livre).

Ele falou sobre as bolhas – “o TikTok é uma bolha” – e pregou a necessidade dos vendedores estarem focados, entendendo a

(s) bolha (s) com a qual (quais) pretendem trabalhar. Aprimorar a logística, com inauguração de novos CDs, por exemplo, é uma tendência dos gigantes. Só o Mercado Livre vai investir em 14 novos centros neste ano.

JORNADA

Parafraseando o filósofo Sêneca, o consultor do Mercado Livre disse: “Sofremos mais na imaginação do que na realidade”, explicando o dia a dia do e-commerce, no Brasil e no mundo. Gabriel Bollico falou dos “produtos estrela” (os que performam o maior volume de tráfego e que despertam rapidamente o interesse do cliente) e da necessidade do marketplace trabalhar com produtos de pequenos volumes (daí as plataformas fugiram da indústria de móveis, por exemplo). Hoje os CDs do Magalu são dos poucos que optam por trabalhar com grandes volumes.

Alexandre Nogueira (Universidade Marketplaces) falou em passant sobre o desejo do governo subsidiar o e-commerce, e deixou uma dica: “Não é saudável se vender produtos muito baratos, de 20 ou 30 reais”. Para ele, criar “combos” para aumentar o ticket é uma saída. Já Edson Saldanha (Shopee), de outro lado, disse ser importante o operador estar atento às oportunidades. “Foca no que você tem controle, porque nem sempre está tudo em nossas mãos”, recomendou.

O folclórico empresário Luciano Hang, o “véio da Havan”, foi citado nominalmente como exemplo de gestão e empreendedorismo. “Gostem dele, politicamente, ou não, mas como empresário é visionário, tanto que hoje tem 200 lojas e no ano passado colocou R\$ 4 bilhões de lucro no bolso”. Segundo os especialistas, 96% dos produtos encontrados na Havan são nacionais.

Confrontando os seguidores de processos mirabolantes, Saldanha expôs sua visão: “O básico, bem feito, gera resultados”. Os colegas de mesa foram unânimes em endossar o pensamento.

ERROS E ACERTOS

É certo que nessa discussão não faltaria a Inteligência Artificial. Das grandes plataformas hoje, 87% trabalham com IA – revelou João Sartini (JoomPulse), explicando que o refino não se faria de forma tão rápida sem ela. Detalhe: os 87% referem-se ao marketplace internacional, porque o nacional deve estar com um máximo de 10%.

Usar IA simplesmente por usar não faz muito sentido, disse Alê Nogueira, lembrando que é preciso saber exatamente o que perguntar pra ela. E completou: uma outra coisa é que alguns empresários erram feio ao implantar Inteligência Artificial no seu negócio já pensando em quantas pessoas vão demitir... “Quem pensa assim não é nada inteligente, até porque pessoas nos trazem panoramas que a IA não faz”. No encerramento deste grande painel ficou um recado importantíssimo para quem aposta ou vai apostar na IA: cuidado máximo com a cibersegurança.

