

# O mito do sucesso fácil no digital: por que a maioria dos sellers não lucra?

Há um fato inegável: o comércio digital democratizou o empreendedorismo. Hoje, qualquer pessoa pode criar uma loja virtual, vender em marketplaces e alcançar consumidores em todo o país

Mariana Mantovani (\*)

Essa facilidade de entrada trouxe oportunidades inéditas para pequenos e médios negócios, mas também ajudou a consolidar um dos maiores mitos do mercado: a ideia de que vender online é sinônimo de ganhar dinheiro rapidamente.

Basta passar alguns minutos nas redes sociais para encontrar promessas de faturamentos extraordinários, histórias de crescimento meteórico e fórmulas supostamente infalíveis para o sucesso. O problema é que essa narrativa simplifica uma realidade muito mais complexa.

A verdade é que vender é relativamente fácil, mas lucrar de forma consistente é o verdadeiro desafio. Por isso, resolvi reunir e listar abaixo alguns dos principais mitos que ainda cercam o universo dos sellers digitais:

## Mito 1: "Se eu vender muito, vou ganhar muito"

O primeiro ponto é entender que faturamento e lucro são coisas completamente diferentes. Muitos empreendedores comemoram o crescimento das vendas sem perceber que suas margens estão cada vez menores. Custos com frete, comissões de marketplace, mídia paga, embalagens, devoluções e operação podem consumir uma parcela significativa da receita.

O resultado é um cenário cada vez mais comum: empresas que vendem mais, trabalham mais e lucram menos. Por isso, o foco não deve estar apenas em vender, mas em construir uma



Natalya Vokrevich, Pexels, CANVA

operação financeiramente saudável.

## Mito 2: "Basta cadastrar produtos e esperar os pedidos chegarem"

O digital ampliou a concorrência para um nível sem precedentes e ao entrar em um marketplace, o seller não compete apenas com empresas da sua cidade ou região. Ele passa a disputar atenção com milhares de vendedores que oferecem produtos semelhantes. Portanto, ter presença online não garante visibilidade, é preciso investir em boas descrições, imagens de qualidade, reputação, atendimento, precificação estratégica e conhecimento dos algoritmos das plataformas.

Quem acredita que a venda acontece automaticamente costuma descobrir rapidamente que o consumidor sequer encontrou seu produto.

## Mito 3: "O preço mais baixo sempre vence"

A guerra de preços é uma das armadilhas mais perigosas do comércio eletrônico. Na tentativa de gerar vendas, muitos sellers reduzem margens até níveis insustentáveis. Em alguns casos, até conseguem aumentar o

volume vendido, mas comprometem completamente a rentabilidade do negócio.

Consumidores valorizam preço, mas também observam prazo de entrega, reputação, avaliações, qualidade do atendimento e confiança na marca. Competir exclusivamente por preço quase sempre é uma estratégia de curto prazo.

## Mito 4: "Marketplace resolve todos os problemas"

Marketplaces oferecem alcance, tecnologia e acesso a milhões de consumidores. Mas eles não substituem uma boa gestão. Na prática, os marketplaces potencializam negócios bem estruturados e evidenciam fragilidades de operações despreparadas.

Controle de estoque, gestão financeira, logística eficiente e atendimento continuam sendo responsabilidades do seller. Afinal, a plataforma abre portas, mas quem constrói o resultado é o empreendedor.

## Mito 5: "Marketing é gasto"

Talvez um dos maiores equívocos do ambiente digital seja dizer que o marketing

é só mais um custo. Em um cenário onde milhares de produtos disputam a atenção do consumidor, a visibilidade se tornou um ativo estratégico. Muitos sellers investem tempo escolhendo produtos, negociando fornecedores e organizando estoques, mas negligenciam ações de marketing e posicionamento.

O resultado é simples: produtos excelentes que ninguém encontra. Lembre-se que no digital, não basta existir. É preciso ser visto.

Por fim, noto que há, nesse cenário, o problema da "romantização", pois o maior risco desses mitos não é apenas criar expectativas irreais. O problema é que eles fazem com que muitos empreendedores entrem no comércio digital sem preparo, sem planejamento financeiro e sem uma visão clara do que realmente sustenta um negócio no longo prazo.

Quando o resultado prometido não aparece, a frustração surge rapidamente. E, muitas vezes, bons empreendedores abandonam oportunidades reais porque acreditam que fracassaram, quando na verdade apenas encontraram a realidade do mercado.

Portanto, não se esqueça que o digital continua sendo um dos ambientes mais promissores para quem deseja empreender. Mas o sucesso online não é fruto de atalhos. É resultado de estratégia, gestão, conhecimento do consumidor e capacidade de execução!

(\*) Especialista em Marketplace e E-commerce, e fundadora da Boost Marketplace, empresa especializada em turbinar e impulsionar resultados de vendas nos maiores marketplaces do mercado.

## Sete erros clássicos na gestão industrial

André Ferreira (\*)

Muito se fala sobre Indústria 4.0, automação e inteligência artificial nas linhas de produção. No entanto, o verdadeiro coração de uma gestão industrial eficiente não está nas ferramentas de prateleira que a empresa compra, mas em como as pessoas, a previsibilidade de demanda e a rotina de manutenção se conectam.

O grande desafio atual é a falta de sintonia entre o planejamento e a execução. O que vemos é que, embora vivamos uma era marcada pelo avanço da transformação digital, uma grande parte das organizações, em vez de estar evoluindo a gestão, está dedicando seu tempo a corrigir erros e falhas que impactam diretamente o crescimento da empresa. Como prova disso, de acordo com uma pesquisa realizada pela ABB, mais de dois terços das empresas do segmento industrial sofrem paradas não planejadas pelo menos uma vez por mês, custando para a maioria das companhias cerca de R\$ 712.500,00 por hora.

Na correria para apagar os incêndios do cotidiano, muitos gestores acabam caindo em armadilhas invisíveis que corroem o OEE e a rentabilidade da operação. Abaixo, listo os sete erros clássicos na gestão industrial:

**#1 Dependência de planilhas auxiliares:** por mais que o Excel seja uma ferramenta de fácil acesso, ela não foi projetada para rodar o PCP ou o estoque de uma fábrica em tempo real. Nesse caso, o uso de planilhas paralelas gera retrabalho, erros de digitação e obsolescência. Na prática, gerenciar a produção com esse método significa tomar decisões cruciais hoje com base nos dados frios de ontem.

**#2 Tratar os sintomas e ignorar a causa raiz:** diante de uma máquina parada ou de um atraso na entrega, o erro mais comum é aplicar uma solução temporária para retomar a operação o mais rápido possível. Por sua vez, quando não se utilizam metodologias para investigar a verdadeira raiz do problema, a falha vai se repetir. Ou seja, corrigir apenas o efeito imediato sabota a previsibilidade e encarece o custo de manutenção a longo prazo.

**#3 Resistência em investir em sistemas especialistas de apoio:** muitas indústrias operam no limite porque enxergam a tecnologia de gestão como custo, e não como investimento. Deixar de adotar um sistema robusto que auxilie no planejamento, sequenciamento e controle de chão de fábrica sobrecarrega a equipe, limita a capacidade de crescimento da planta e reduz o OEE (Overall Equipment Effectiveness).

**#4 Falta de comunicação entre setores:** esse é o clássico "apagão" entre a engenharia, o comercial, o PCP e o chão de fábrica. Quando os departamentos operam como ilhas isoladas, surgem as metas conflitantes e os gargalos.

**#5 Tomada de decisão baseada em dados fragmentados:** tomar decisões industriais sem informações

centralizadas é um tiro no escuro. Afinal, quando os dados estão espalhados, as lideranças não conseguem ter um direcionamento correto da atual realidade da organização. Uma gestão madura exige decisões integradas, sustentadas por indicadores confiáveis e extraídos em tempo real, eliminando os palpites e o "achismo" das reuniões de resultado.

**#6 Uso de sistemas que não se conversam:** muitas empresas compram o software "X" para uma função e o software "Y" para outra, caindo na armadilha dos sistemas isolados. Cada ferramenta resolve uma dor específica, mas elas não são integradas entre si. O resultado é uma colcha de retalhos tecnológica que gera duplicidade de dados, inconsistências e exige um esforço enorme da equipe para consolidar as informações.

**#7 Centralização e não compartilhamento do conhecimento:** quando o conhecimento sobre o funcionamento de uma máquina ou sobre as regras de um processo fica guardado apenas para alguns colaboradores ou operadores antigos, a fábrica corre um risco altíssimo. A falta de padronização e de documentação dos processos gera dependência interna e impede que a operação se torne escalável e eficiente.

Todos os erros têm em comum o fato de que eles acontecem quando o básico deixa de ser feito. Isto é, de nada adianta ter soluções robustas sem que os processos e a operação estejam em dia. Além disso, a gestão de pessoas também é um ponto importante a ser considerado, visto que, por mais que a tecnologia avance, a mão de obra humana continuará sendo um elo importante a ser trabalhado.

Nesse contexto, a empresa precisa equilibrar o investimento em recursos juntamente com estratégias e ações que contribuam para o crescimento dos colaboradores e, consequentemente, para o desempenho da organização.

Quando falamos do meio industrial, existe uma gama de soluções, como ERPs, WMS, APS e MES. Entretanto, é importante buscar uma ferramenta que tenha esses módulos prontos ou facilidade de integração com outros sistemas. Além disso, ter o apoio de uma consultoria é uma estratégia eficaz para direcionar não apenas em como utilizar a ferramenta, mas guiar a empresa rumo às melhores práticas para garantir melhores resultados.

Hoje, diante da velocidade do mercado, eficiência e agilidade são elementos cruciais, mas para que a indústria evolua, é essencial que, antes de qualquer mudança, sejam feitos apontamentos para sanar os erros e garantir a fluidez dos processos. Afinal, a verdadeira transformação digital só acontece quando a tecnologia serve para potencializar processos que já são saudáveis, e não para automatizar ineficiências.

(\*) Engenheiro de produção e consultor industrial na ABC71.

## O fim das agências? O que muda quando uma geração inteira passa a viver sem bancos físicos

Mais de 82% das transações bancárias realizadas no Brasil já ocorrem por canais digitais, enquanto apenas uma pequena parcela das operações passa por agências físicas. Os dados da Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária mostram que o celular se consolidou como o principal ponto de contato entre consumidores e instituições financeiras, evidenciando uma mudança histórica: uma geração inteira está chegando à vida adulta sem nunca ter precisado entrar em um banco para abrir conta, realizar pagamentos ou contratar serviços financeiros.

A transformação trouxe praticidade e ampliou o acesso ao sistema financeiro, mas também acendeu discussões sobre segurança digital, proteção de dados e responsabilidade das instituições diante do

crescimento das fraudes eletrônicas. Mesmo em um ambiente cada vez mais virtual, a relação entre bancos e clientes continua protegida por normas como o Código de Defesa do Consumidor, a Lei Geral de Proteção de Dados e as regulamentações do Banco Central. Além disso, a jurisprudência consolidada do Superior Tribunal de Justiça reconhece a responsabilidade das instituições financeiras em diversas situações envolvendo falhas na prestação de serviços e fraudes praticadas por terceiros.

Para o advogado, vereador e suplente de deputado federal Tony Santtana, a evolução tecnológica do setor financeiro exige que a proteção jurídica acompanhe a velocidade das mudanças. "Hoje, muitos jovens administram toda a vida financeira pelo

celular e sequer sabem onde fica a agência do banco. Essa realidade traz ganhos de eficiência, mas também cria novos riscos. O desafio é garantir que a inovação continue avançando sem comprometer a segurança dos consumidores e a confiança no sistema financeiro", afirma.

Especialistas apontam que as agências físicas tendem a assumir um papel cada vez mais voltado para atendimentos especializados, enquanto operações rotineiras seguem migrando para plataformas digitais. Nesse cenário, cresce a importância de regras capazes de assegurar transparência, acessibilidade e proteção ao usuário, reforçando que a modernização dos serviços financeiros deve caminhar lado a lado com a segurança jurídica e a preservação dos direitos do consumidor.