

Perspectivas para o e-commerce no Brasil em 2021

Especialista aponta que previsão de crescimento de 18% da Abcomm pode ser considerada pessimista por desconsiderar fator pandemia e diz que projeções mais otimistas devem superar os 30%

Maringá – PR, março de 2021 – Se a pandemia causada pela Covid-19 traz uma série de dúvidas e incertezas com relação à saúde e a socialização, o ano de 2020 parece ter deixado claro que quanto mais rigorosas forem as restrições, maior será a nova onda de consumidores e empresas aderindo ao e-commerce como opção de consumo.

Com o e-commerce no centro das atenções e as operações em marketplaces cada vez mais consolidadas e em uma evolução sem precedentes, André Gonçalves Pereira, Business Manager do ANYMARKET, [plataforma de vendas em marketplaces](#) líder na América Latina, criada e desenvolvida pelo [DB1 Group](#) para atender ao universo e-commerce, prevê um crescimento duas vezes maior do que o experimentado em 2020.

Em 2020 a empresa registrou os melhores resultados de sua história, conquistando mais de 700 clientes e obtendo um crescimento de 200% no GMV (Gross Merchandise Value), além de índices de NPS do onboarding de 86 e de NPS do suporte de 4,9, sendo 5 a nota máxima.

O ano de 2020 também foi marcado pela expansão para a Argentina, com 16 novos contratos e dois novos marketplaces lançados, e a expansão para o México, com o primeiro contrato fechado. Em 2021 a internacionalização segue como prioridade da empresa.

De acordo com André, “o objetivo da empresa é fazer mais do que o dobro do conquistado em 2020, ou seja, se não um crescimento igual tanto na quantidade de lojas, quanto no GMV e já estamos com dezenas de vagas abertas para suportar todo esse crescimento”.

As principais datas para o comércio brasileiro também representam uma grande oportunidade, tanto para as empresas que precisam buscar a fidelização desses novos consumidores, quanto para o consumidor final, que poderá ter uma experiência de consumo nova, com melhores preços, condições de pagamento e entregas mais rápidas, já que todo o ecossistema vem investindo pesado em logística, fulfillment e delivery.

As datas sazonais aquecem o consumo e a economia, gerando oportunidades ainda maiores aos lojistas que já atuam no comércio eletrônico. Se em 2020 o ANYMARKET experimentou a melhor Black Friday da história, com um total de 207.834 pedidos e

um aumento de 70% no valor total movimentado em relação ao ano anterior, a tendência de crescimento do e-commerce segue a todo vapor.

“Em 2021 podemos esperar um crescimento ainda maior de categorias como Moda e Acessórios, Telefonia, Móveis e Eletrodomésticos, já que em 2020 muitas empresas enfrentaram problemas com fornecedores e com a falta de matéria prima e mesmo assim apresentaram forte crescimento”, prevê André.

O crescimento do consumo das mulheres, que só no quarto trimestre de 2020 contabilizaram 57% dos consumidores, também não passou despercebido. Por isso, cada vez mais as empresas terão campanhas direcionadas a elas, já que esse público tem uma forte aderência online.

O crescimento do consumo online na região Nordeste do país também é uma importante tendência de mercado. A região apresentou uma alta de 14% no consumo durante o quarto trimestre de 2020, enquanto a região Sudeste teve uma queda de pouco mais de 2% no mesmo período. Por isso, ações de vendas para o Nordeste, assim como estratégias para atender cada vez melhor esse público, devem ficar em evidência em 2021.

André também considera a tendência de bancos terem os seus próprios marketplaces como muito forte, puxada pelos pequenos bancos que já nasceram digitais. Por isso espera-se que os grandes bancos também adotem essa estratégia para gerar novas receitas e oferecer novos serviços financeiros, atrelados ao consumo de produtos e serviços.

De acordo com o executivo, o fulfillment será a grande estratégia dos marketplaces mais consolidados do Brasil, onde eles passariam a controlar o estoque e os envios dos produtos, garantindo assim maior agilidade nas entregas e resolvendo vários problemas operacionais de grandes empresas do varejo, bem como de diferentes indústrias.

“O ano de 2020 foi de muitas mudanças, o que exigiu grandes readaptações. Também tivemos grande dificuldade com importações e o fornecimento de matéria prima. Muitas indústrias tiveram que fazer escolhas e adaptar suas operações com uma alta demanda de consumo. Em 2021 esperamos empresas mais preparadas para essas demandas. Estamos observando uma forte entrada das indústrias nos marketplaces, o que demonstra que o D2C também é uma estratégia positiva e que diminui barreiras até a chegada do produto no consumidor final”, garante o executivo.

“Aproveitar essa tendência de crescimento não é tarefa simples, já que o ANYMARKET é o hub com maior quantidade de integração em marketplaces atualmente. Para o e-commerce, a estratégia principal é oferecer uma integração cada vez melhor aos nossos clientes com otimização de produto e muito investimento em infraestrutura,

sem esquecer do desenvolvimento das pessoas. Temos uma série de funcionalidades, como por exemplo a gestão de anúncios com KIT de produto, além da certificação de HUB Platinum, que nos mantém a frente dos demais integradores”, conclui André.

Sobre o ANYMARKET:

O ANYMARKET é uma [plataforma de vendas em marketplaces](#), criada e desenvolvida pelo [DB1 Group](#) para atender ao universo de e-commerce. Possui mais de 1.500 clientes ativos entre eles Electrolux, Netshoes, Levi’s, Saraiva, Technos, Lacoste, Pneustore, Marabraz, Angeloni, Acer entre outras. Considerado [o hub dos grandes players](#), a plataforma atende empresas com venda on-line que precisam de uma operação simples, ágil e centralizada para atuar em marketplaces. O ANYMARKET apresenta números expressivos com o processamento de mais de 13 milhões de pedidos nos últimos 12 meses. O ANYMARKET é uma solução que conecta empresas a mais de 50 marketplaces como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti, Via Varejo, B2W, Magazine Luiza, Carrefour, entre outros. A plataforma possui um diferencial em relação ao mercado, com integração com marketplaces como Fastshop, Kabum, GPA e Mobly.

Mais informações: <https://anymarket.com.br/>

Sobre o Grupo DB1:

O Grupo DB1 é formado por [empresas de tecnologia brasileiras, com sede em Maringá - PR - Brasil e bases operacionais no Brasil \(3\), Argentina \(1\) e Estados Unidos \(1\)](#). Tem 20 anos de experiência no mercado de tecnologia da informação e oferece software e serviços de desenvolvimento para empresas (B2B). Sempre com posicionamento de produtos e serviços “premium” e de alta qualidade as empresas do grupo são líderes de mercado como ANYMARKET, Consignet, DB1 Global Software, DUCZ, Concili, EIVE, Predize e o robô Tinbot. O grupo tem conquistado inúmeros prêmios de gestão e inovação e figura há 11 anos consecutivos entre as melhores empresas para se trabalhar pela GPTW (Great Place to Work). **O Grupo DB1 também foi reconhecido pelo Financial Times, um dos mais renomados jornais britânicos, como uma das 500 empresas que mais crescem nas Américas.** Com o lema “Sua luz move o universo DB1”, e como parte do [Código de Cultura do grupo](#), todos na organização trabalham com o propósito de transformar o futuro e impactar a vida das pessoas e organizações por meio das soluções criadas pelo grupo.

Mais informações: <https://www.db1group.com/>

Atendimento à imprensa:

Neris Comunicação

Alessandra Neris (11) 99104-4938 – alessandra@neris-comunicacao.com.br

Daniel Neris (13) 98881-9596 – daniel@neris-comunicacao.com.br

Ana Maria C. Garcia – Diretora de Marketing – (44) 3033-6300 – marketing@db1.com.br

