

Qual o perfil do e-commerce no Brasil?

A pesquisa “Perfil da Gestão e Conciliação Financeira do E-commerce no Brasil” deixou claro que o comércio eletrônico ainda tem muito a evoluir no Brasil

Maringá – PR, abril de 2021 - O crescimento do e-commerce no Brasil é inegável. Em dezembro de 2020, as vendas online registraram uma alta de 53,83% em relação ao mesmo período do ano anterior. O faturamento, por sua vez, teve um salto de 55,74%. Os números são reflexo da pandemia. Mesmo com a flexibilização e reabertura das lojas físicas, as compras online tornaram-se um hábito dos consumidores brasileiros.

Com o objetivo de traçar o **perfil da gestão do comércio eletrônico** no país e contribuir para a saúde financeira das empresas, o Koncili, [plataforma líder na conciliação de repasses dos marketplaces](#), criado e desenvolvido pelo Grupo DB1, se juntou ao [E-commerce Brasil](#) para coletar e analisar dados fornecidos pelos próprios lojistas.

Principais nichos de atuação

De acordo com as respostas dos sellers, os nichos de atuação do e-commerce brasileiro são bastante diversos. Ainda assim, alguns segmentos tiveram destaque:

- Moda e acessórios (22%)
- Móveis e decoração (15,3%)
- Informática (15,3%)
- Eletrodomésticos e eletrônicos (10,2%)

Presença nos marketplaces

A maioria dos lojistas afirmou atuar em um ou mais marketplaces, com destaque para Mercado Livre, Magazine Luiza, Amazon, Via Varejo, Casas Bahia e as plataformas do grupo B2W Marketplace. Os mais usados são:

- Mercado Livre (71,2%)
- B2W Marketplace - Americanas.com, Submarino e Shoptime (55,9%)
- Magazine Luiza (49,2%)
- Amazon (47,5%)
- Via Varejo (39%)
- Casas Bahia (33,9%)

Meios de pagamento adotados

Embora a diversificação dos meios de pagamento seja uma atitude inteligente para reter e fidelizar clientes, os sellers ainda não se sentem seguros para oferecer outros meios de pagamento. Os meios de pagamento que ainda predominam são:

- Cartão de crédito (78%)
- Boleto bancário (16,9%)

Carteiras digitais ou meios de pagamento eletrônico, como o PIX, ainda não são oferecidos pela maioria dos empresários. Contudo, essa é uma realidade que tende a ganhar força nos próximos meses.

Gestão e organização financeira

Ainda há muitas dúvidas quanto a efetiva gestão financeira dos e-commerces, principalmente quando se trata de repasses das vendas nos marketplaces. As mais recorrentes são:

- Comissão padrão do marketplace (23,7%)
- Comissão sobre o frete (18,6%)
- Comissão de campanhas e ações de marketing (11,9%)
- Imposto de renda sobre pagamento do marketplace (11,9%)
- Ações de rebate (11,9%)
- Penalidades (10,2%)

Acompanhamento de repasses e conciliações

É fundamental que o seller esteja bem informado sobre os marketplaces em que vende seus produtos, conhecendo as regras de comissionamento e as demais cobranças aplicadas pelo canal. A frequência de acompanhamento adotada pelos participantes é:

- Semanalmente (42,4%)
- Mensalmente (22%)
- Quinzenalmente (16,9%)
- Apenas no início do ciclo de repasses (5%)

Os lojistas estão cada vez mais atentos à gestão de finanças provenientes dos marketplaces. Todavia, a quantidade de respondentes que ainda não acompanha os repasses é surpreendente: quase 14%.

Erros e dúvidas nos repasses

Boa parte dos lojistas possui dúvidas na hora de conciliar os recebíveis dos marketplaces, principalmente quando o cálculo é feito em planilhas manuais.

Um dos erros mais frequentes acontece no cálculo das comissões cobradas pelas plataformas, e há casos em que o dono do e-commerce passa meses pagando comissões mais altas. Os erros mais apontados pelos sellers são:

- Valor de comissionamento (37,3%)
- Estorno incorreto (37,3%)
- Chargeback (25,4%)
- Cobrança de frete indevida (23,7%)
- Vendas duplicadas (8,5%)
- Penalidades (1,7%)

Vantagens da conciliação financeira

Somente uma conciliação detalhada pode confirmar se o seller está recebendo os valores corretos das vendas, assim como as taxas de comissão e outros débitos relacionados à conta cadastrada nos canais de venda. Para os varejistas, os ganhos da conciliação são:

- Controle dos valores recebidos (39%)
- Controle do fluxo de caixa (20,3%)
- Prevenção de fraudes (20,3%)
- Gerenciamento de estornos e cancelamentos (8,5%)

Problemas da falta de conciliação

Empresas que realizam a conciliação financeira percebem um aumento de produtividade e controle de recebíveis. Com informações e números realistas, as decisões tomadas pelos gestores também são muito mais assertivas.

Por outro lado, a falta de gestão e organização dos repasses dos marketplaces pode trazer consequências graves para o negócio. As mais citadas são:

- Descontrole das taxas dos marketplaces (42,4%)
- Falta de controle da margem de lucro (23,7%)
- Falha no pagamento das despesas (20,3%)
- Fraudes (13,6%)

As descobertas da pesquisa apontam a tendência de que o e-commerce continue crescendo, assim como o número de sellers utilizando os marketplaces como canal de vendas. Embora seja uma grande oportunidade para o mercado, novas preocupações surgem.

Cássio Serea, diretor do KONCILI, destaca que “controle e gestão financeira são indispensáveis para manter um negócio saudável, evitar perdas desnecessárias e utilizar as plataformas com sabedoria”.

“Um sistema que automatiza e agiliza todos esses processos garante que o seller receba corretamente os valores das vendas, descontando todas as comissões, taxas e multas. Por isso investir em uma ferramenta de conciliação automática pode ser a solução para evitar muita frustração e prejuízo”, garante o executivo.

Sobre o Koncili:

Criado e desenvolvido pelo [DB1 Group](#), o Koncili foi o primeiro [software de conciliação de pagamento dos marketplaces](#) do mercado. Agora, **em sua missão global, passa a se chamar Koncili com expansão dos negócios para a Argentina e Estados Unidos, levando o know-how já conquistado no e-commerce brasileiro.** O objetivo é oferecer inteligência financeira automatizada com a análise individual dos pedidos em cada marketplace, conferência das comissões, demonstração de todas as despesas e avaliação do custo real de cada venda, garantindo mais saúde para as empresas de maneira mais automatizada, ágil e prática. O Koncili já foi implementado por mais de 150 clientes como Angeloni, Mega Store, Onofre Eletro, MixTel Distribuidora, São Paulo Autopeças, entre outros. A plataforma faz a conciliação dos marketplaces Viavarejo, B2W, Magazine Luiza, Mercado Livre e Netshoes, entre outros. O Koncili já está preparado para realizar conciliações internacionais para marcas como Amazon, Walmart, Carrefour e Mercado Libre. Está integrado à plataforma VTEX, além dos ERPs Bling, Eccosys, EIVE e e-Millennium, e já nasceu com integração nativa com o ANYMARKET, uma [plataforma de vendas em marketplaces](#) também do [DB1 Group](#), além dos hubs Skyhub e IntegraCommerce. A plataforma já transaciona de R\$ 1,7 bi de GMV (Gross Merchandise Volume).

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

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, Koncili, 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