

Loja Virtual ou marketplace? Qual a melhor estratégia para atuar nas duas frentes

O ramo das vendas online está ganhando cada vez mais adeptos

Há muitos empreendedores apostando na área, assim como o número de compradores aumenta à medida que o comércio online se torna mais popular perante à aceleração da digitalização. E, para quem está investindo na área, é preciso compreender as principais diferenças nos tipos de venda e de plataformas.

Os marketplaces têm conquistado muita notoriedade, bem como a loja virtual própria. Por isso, é fundamental entender as principais diferenças entre elas e o porquê da necessidade de alinhar as estratégias de vendas entre os dois ambientes. “Para recorrer a uma estratégia efetiva é preciso identificar as especificidades de cada uma delas e quais suas vantagens”, explica Thiago Mazeto, diretor do comercial e marketing da Tray, maior e melhor plataforma de e-commerce, e unidade de



É preciso compreender as principais diferenças nos tipos de venda e de plataformas.

negócio do Grupo Locaweb.

Segundo ele, o marketplace é um modelo em que o lojista utiliza o espaço de outra loja que seja consolidado para oferecer seu produto junto a outros comerciantes. Para isso, é preciso arcar com a taxa do marketplace para cada item vendido. A grande vantagem é ter a captação de clientes, segurança e estratégias de marketing asseguradas pela marca parceira.

Outro caminho é a plataforma própria do lojista. Aqui, é preciso pensar em uma gestão própria adequada ao seu negócio, tendo em mente a demanda e rentabilidade desejada. Nesse caso, embora o empreendedor tenha um pouco mais de trabalho, o espaço oferece um ambiente exclusivo e autonomia para gerenciar da forma necessária para seu público e nicho de atuação.

Quando se trata de estratégia, muito se fala sobre qual das duas opções escolher. O ideal é compreender as potencialidades de cada uma delas e combiná-las para o melhor desempenho das vendas, já que o marketplace é a porta de entrada para novos clientes. Porém, a autonomia da loja virtual própria é um diferencial a ser explorado.

“Optar pelo e-commerce pode causar receio em quem está começando. Mas é necessário compreender qual plataforma irá oferecer amparo para que o lojista possa realizar os passos com facilidade no gerenciamento. Priorizamos por oferecer um serviço completo com ecossistema digital que facilite os caminhos e processos do empreendedor e, também, do cliente final”, completa o diretor do comercial e marketing da Tray. Fonte e mais informações: (www.tray.com.br).

Remuneração dos executivos segue imune à Covid-19, mas ameaça saúde das empresas

Susana Falchi (*)

O comportamento de muitas empresas neste período de pandemia tem servido para comprovar, mais uma vez, que há sempre uma distância significativa entre discursos feitos na hora da emoção e a prática

D a mesma forma, nem tudo o que se aplica ao chamado ‘chão de fábrica’ serve para as ‘salas da chefia’. De uma forma geral, enquanto muitas companhias aproveitaram a flexibilização das leis trabalhistas para reduzir jornadas, salários e antecipar férias dos níveis hierárquicos mais básicos, do ponto de vista do alto escalão, pouco foi feito no sentido de contribuir para preservar a saúde financeira das organizações neste momento de crise.

Apesar das notícias dando conta de que alguns diretores executivos, em uma demonstração de solidariedade, renunciaram a parte das suas remunerações, uma pesquisa da consultoria americana CGLytics, com mais de três mil empresas listadas em bolsa, revela que o sacrifício foi mínimo. De acordo com o levantamento, os cortes foram mais focados nas remunerações variáveis, mantendo a base da folha de pagamentos intacta. Mesmo entre as empresas que cortaram os salários dos executivos, dois terços delas não enxugaram mais do que 10% desse valor.

No atual contexto de pandemia, e consequente crise econômica em escala global, as empresas precisam ajustar suas prioridades e repensar a maneira de conduzir os negócios. O modelo de remuneração dos executivos é um dos processos que necessita ser revisto para garantir o alinhamento com as novas estratégias e prioridades empresariais.

No mercado brasileiro houve uma redução de aproximadamente 20%

nos salários praticados para novas contratações em todos os níveis, com o objetivo de reduzir custos e garantir a sobrevivência dos negócios. A necessidade de reinventar os negócios, ação impulsionada pelas incertezas de uma pandemia que já deixou a marca irreversível de mais de 100 mil mortos no país, e uma taxa de desemprego recorde, demanda das empresas uma atenção maior a métricas ESG (ambientais, sociais e de governança).

É preciso responsabilizar as tomadas de decisões para que a política de remuneração traga, de fato, impacto positivo para a organização e a comunidade.

As empresas podem ir além do básico e oferecer outro tipo de incentivo à produtividade. Trabalhar a marca do empregador, ou o employer branding, torna-se um grande diferencial.

Outras soluções passam pela melhoria do ambiente de trabalho, aumento das oportunidades de crescimento e das chances de desenvolvimento com novos modelos de liderança e outras iniciativas que compõem um arsenal imprescindível para atrair novos talentos e reter os já existentes.

Trazer indicadores que expressem o impacto das altas remunerações no negócio também se torna uma prioridade. Urge revisar métricas financeiras associadas às metas de desempenho, apropriando-se de uma abordagem mais balanceada, também como forma de atender ao princípio da equidade.

O ambiente corporativo vive um momento de revisão conceitual de diversas práticas de governança empresarial. Neste sentido, a gestão de pessoas, sem dúvida, é um pilar extremamente relevante para retomar o ciclo virtuoso de crescimento que o país precisa. Obter o máximo de engajamento de todos os níveis hierárquicos nesse processo significa proteger a saúde financeira da companhia.

(*) - É vice-presidente da Orchestra Soluções Empresariais e CEO da HSD Recursos Humanos

Pix: a forma como você faz pagamentos nunca mais será a mesma

Gisele Rodrigues (*)

Vem aí o Pix, nova plataforma de pagamentos instantâneos criada pelo Banco Central. A notícia está sendo amplamente repercutida, gerando muitas dúvidas e despertando a curiosidade entre os consumidores. Na verdade, a explicação é simples: sabe quando você precisa pagar ou transferir uma quantia em dinheiro no meio da tarde e a outra pessoa ou empresa que vai receber precisa esperar até o dia seguinte para a confirmação do valor?

Com o Pix, essa história de esperar será praticamente coisa do passado, pois a solução promete fazer a operação imediatamente, com um simples clique. O Pix é uma nova forma de transferir, pagar e receber valores, trazendo ainda mais liberdade, segurança, agilidade e conveniência aos usuários. Neste momento, o que está acontecendo é um movimento das instituições financeiras para um processo de pré-cadastro para utilização da ferramenta para o uso do Pix, que começará a funcionar em todo o país a partir de 16 de novembro.

Até lá, o cadastramento será em etapas e muitas instituições financeiras já se anteciparam e iniciaram a etapa de pré-cadastro para coleta de “chaves”, ou seja, informações como CPF, CNPJ, e-mail e número do celular dos interessados, que serão utilizados como identificação dos consumidores e que precisam ser repassados ao Banco Central a partir de 5 de outubro.

É importante ressaltar que para “fazer um Pix” basta que o pagador saiba apenas um desses dados (“chaves”) do recebedor para conseguir efetuar um pagamento, acabando com aquela necessidade de compartilhamento de todos os dados bancários para realização de uma transferência. Por isso é tão importante o cadastro desta “chave” antecipadamente. É importante destacar que o Pix não é um novo aplicativo e sim mais uma função que passará a ficar disponível dentro das plataformas digitais que você já usa, como o aplicativo da sua instituição financeira ou o internet banking.

Por lá, via ícone Pix, será possível fazer facilmente o pagamento instantâneo pelas “Chaves Pix” cadastradas ou ainda através da leitura de QR Code. A operação poderá ser feita entre pessoas físicas, jurídicas e governo para pagamentos das Guias de Recolhimento da União. Neste momento, você deve estar se perguntando: mas, afinal, será seguro fazer transferências pelo Pix? A resposta é sim! Todas as operações serão criptografadas,



O Pix é uma nova forma de transferir, pagar e receber valores.

rastreadas e monitoradas 24 horas por dia durante os sete dias da semana, seguindo os mais rigorosos protocolos e com um sistema que se comunica diretamente com o Banco Central, a fim de evitar fraudes.

Vale reforçar que mesmo com o Pix disponível, os consumidores ainda terão a opção de usar as alternativas tradicionais para movimentação de valores, como o DOC ou a TED. O grande diferencial é que ele é um passo importante na evolução do Sistema Nacional Financeiro, pois a novidade chega para modernizar os mecanismos do Sistema de Pagamentos, que até então eram guiados por um conjunto de regras existentes há quase duas décadas.

E além de muito mais segurança, eficiência e agilidade nas operações, a ferramenta também vai ao encontro de uma série de iniciativas das instituições financeiras voltadas para uma jornada de transformação digital na relação com clientes e associados. Caminhamos para nos tornar uma “sociedade cashless”, com operações financeiras mais sustentáveis, sem circulação de moeda em espécie, sem os riscos gerados na movimentação do dinheiro físico, com menos impacto ambiental e muito mais digital, com tudo disponível por meio de um simples clique, 24 horas por dia, sete dias por semana.

(*) - É superintendente de Soluções de Meios de Pagamento do Sicredi (www.sicredi.com.br)

Mercado de peixes ornamentais cresce e vira negócio lucrativo na internet

Criar peixes ornamentais é um hobby de aproximadamente 11 milhões de brasileiros, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). São muitas espécies que chamam a atenção pela exuberância das cores, tamanhos e a facilidade de criação. O aquarismo é um nicho de mercado que se expandiu nos últimos anos, ganhando espaço até na internet. Há pelo menos duas décadas, o casal Alessandra e Roberto Sentanin comercializa peixes ornamentais e, desde meados dos anos 2000 estão no mundo virtual.

A paixão pelos animais começou ainda criança e o que era um hobby se transformou em negócio. “Os peixes se reproduziam e, então, íamos lá e montávamos um novo aquário. Só que chegou em um momento que não cabia mais aquário em casa, foi quando resolvemos negociar os peixes”, explicou Roberto Sentanin, sócio da RSDiscus, site especializado na venda de peixes e outros itens para aquarismo. O volume de negócios se expandiu em 2009, quando o casal mantinha a loja física e online.

A presença na internet com um site básico já não dava mais conta, foi quando a empresa



O aquarismo é um nicho de mercado que se expandiu nos últimos anos, ganhando espaço na internet.

fechou uma nova parceria e escolheu a Tray, unidade de e-commerce da Locaweb, para hospedar a RSDiscus. A partir de então, as vendas cresceram ainda mais. “No início compramos um site, na qual os códigos eram fechados e a tecnologia bem básica, não havia atualização” explicou Roberto. A nova plataforma ajudou a ampliar o negócio. “Quando mudamos para a Tray ficamos

maravilhados com a possibilidade de ter sempre um site dinâmico, onde novas ferramentas de ponta são acopladas ao site”, acrescentou.

Ainda de acordo com os donos, a mudança foi um divisor de águas nos negócios. O faturamento da loja online aumentou sensivelmente, passando dos R\$ 200 mil ao ano, chegando a atingir os R\$ 2 milhões. Devido ao sucesso o casal decidiu manter as vendas somente pelo site da RSDiscus. A loja física deixou de existir. Segundo Roberto, na loja física era necessário ter estoque pois não sabia quando iria vender determinado produto, com isso, o capital ficava parado.

“Muitas pessoas só vão para olhar na loja e você tem gasto com energia, funcionário, então se tornou uma desvantagem. Na internet é diferente, lá o site é 24 horas, sete dias por semana, e não tem uma série de custos”, explicou. Além dos peixes, o site comercializa aquários, móveis, equipamentos, rações para peixes totalizando mais de três mil itens para os criadores. Os donos da loja se preocupam com o bem estar

dos animais, por isso, tomam um série de cuidados.

O envio da carga viva é feito sempre às segundas e quartas-feiras, para que a entrega seja feita na mesma semana de postagem e os animais não corram o risco de ficar em terminal de cargas durante os fins de semana. Antes de despachar, é solicitada a guia de trânsito animal ao Ibama e, assim que é emitida, a carga é encaminhada para a transportadora. Os peixes são colocados em embalagens térmicas, com oxigênio medicinal injetado de acordo com a distância e o tempo de transporte.

A embalagem é selada em alta temperatura para vedação, colocada em sacos individuais dentro da embalagem térmica e, por fim, é envolta em caixa de papelão para uma segunda segurança. A RSDiscus tem um escritório localizado em São Paulo de onde as compras são despachadas para todo o país. No interior do estado, o casal mantém um sítio com estufa para criação e armazenamento dos peixes. A equipe de atendimento da Tray ofereceu todo suporte ao casal desde o primeiro contato feito com a unidade. Fonte e mais informações, acesse: (www.tray.com.br).