

**DÓLAR COMERCIAL**  
Compra: R\$ 3,9993 Venda: R\$ 4,0005  
**DÓLAR TURISMO**  
Compra: R\$ 3,8770 Venda: R\$ 4,1330

**EURO TURISMO**  
Compra: R\$ 4,2700 Venda: R\$ 4,5630  
**LIBRA ESTERLINA**  
Compra: R\$ 5,5405 Venda: R\$ 5,5427

**SALÁRIO MÍNIMO**  
R\$ 880  
**SELIC**  
14,25%

**O PRESIDENTE DA FECOMÉRCIO RN, MARCELO QUEIROZ, ANALISA UM CENÁRIO EM QUE O CONSUMO DESPENCOU - PÁGINA 3**

**NA TN ONLINE**  
Blog esclarece dúvidas sobre concursos públicos.  
blog.tribunadonorte.com.br/tnconcursos

TRIBUNA DO NORTE

# economia



Editora: Renata Moura [renatamoura@tribunadonorte.com.br] Natal • Rio Grande do Norte • Domingo, 28 de fevereiro de 2016

## Crescimento e "desafios.com"

« E-COMMERCE » Nem o cenário de consumo retraído tem impedido o comércio eletrônico de crescer no Brasil. No RN, o setor ainda engatinha, mas quem aposta nas vendas online comemora o ritmo

**SARA VASCONCELOS**  
Repórter

Um clique e peças de decoração, cremes de tratamento para cabelo, brinquinhos e até material escolar encontrados nos pontos de venda físicos da rede varejista potiguar "Sacolão" enchem o carrinho de compras, pela internet. No Rio Grande do Norte, mesmo sem dados sobre a quantidade de empresas e evolução das vendas no Estado, empresários e analistas projetam crescimento dentro da média nacional para o e-commerce, neste ano. A previsão é de que até o final de 2016, o setor fature, em todo o país, R\$ 44,6 bilhões, um acréscimo de 8% frente aos R\$ 41,3 bilhões de 2015, segundo o relatório WebShoppers, divulgado pela E-bit/Buscapé, esta semana.

Há quem aposte, no entanto, que o avanço poderá ocorrer em ritmo ainda maior. O gerente de e-commerce do Sacolao.com, Janser Azevedo, projeta repetir o crescimento mé-

dio de 15% nas vendas visto em 2015. As vendas on-line já representam 10% do faturamento da rede de lojas que tem sede no Rio Grande do Norte e atende a todo o país.

Nem o cenário de retração na economia e freio no consumo afasta as possibilidades de negócios no mercado eletrônico. "O e-commerce é um setor de muitas oportunidades de negócios, de inovação, que tem conquistado o consumidor e cresce, apesar da crise (e enquanto o comércio convencional registra queda). Aqui também devemos registrar (de forma geral) 8% este ano", afirma o professor do curso de Tecnologia da Informação da Universidade Potiguar (UnP), Eduardo Arruda. "A possibilidade de atingir um público maior do que o das lojas físicas garante maior e mais constante faturamento", observa.

O aumento na arrecadação do Estado, avalia Arruda, é um termômetro do poder de compra do potiguar nas lojas virtuais, que segue a média nacio-

### NÚMEROS DO SETOR

- 8% é previsão de crescimento do setor para 2016
- R\$ 44,6 bilhões é quando deve faturar em todo o país
- 204 empresas do Rio Grande do Norte realizaram vendas de e-commerce em janeiro
- R\$ 74,6 mil foi o que, juntas, repassaram em ICMS aos outros estados
- 5.058 empresas de fora venderam ao consumidor final do RN
- R\$ 2,058 milhões foi quanto os cofres estaduais do RN arrecadaram com o repasse da partilha do ICMS

Campeões em vendas, segundo o volume de entrega pelos Correios:			
Moda e acessórios	15%	Casa e decoração	8%
Eletrodomésticos	13%	Informática	8%
Telefonia/celulares	11%	Eletrônicos	5%
Cosméticos/perfumaria	11%	Esporte e lazer	4%
Revistas e livros	8%	Brinquedos e games	3%

Fontes: WebShoppers/E-bit

nal. Em janeiro deste ano, quando passaram a valer as novas regras do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), o setor gerou uma arrecadação de R\$ 2 milhões - repassados por 5 mil empresas de fora aos cofres estaduais, segundo dados da Secretaria Estadual de Tributação. Neste período, 204 empresas locais enviaram produtos para consumidores finais em outros

estados do país.

### Distribuição

Para Arruda, uma nova perspectiva se abre para o e-commerce potiguar com a previsão de instalação do centro Internacional de Distribuição dos Correios no Rio Grande do Norte. Hoje, a dificuldade encontrada pelas empresas potiguares na hora de decidir se lançar no mercado eletrônico, explica o pro-

fessor, se deve à deficitária cadeia logística. "Não há dificuldades para abrir um negócio nesse ambiente. Falta informação por parte dos empresários, mas o gargalo é a questão logística, sem modais mais viáveis e alto custo", analisa.

A TRIBUNA DO NORTE tentou, sem sucesso, dados sobre as operações e volume de vendas do e-commerce potiguar junto a E-bit, Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net), Fecomércio-RN, Sebrae-RN, além de empresas do setor como Americanas.com, Submarino e Ponto Frio.

Os Correios registraram crescimento médio nacional, no ano passado, das encomendas decorrentes do e-commerce, de 20%, segundo a assessoria de imprensa, que afirma que a representatividade do RN é pequena em relação ao total de cargas da empresa. Dados como volume de remessas, faturamento e informações sobre a instalação do centro de distribuição dos Correios não foram revelados por serem consideradas confidenciais.

A possibilidade de atingir um público maior do que o das lojas físicas garante maior e mais constante faturamento no e-commerce".

Não há dificuldades para abrir um negócio nesse ambiente. Mas falta informação"

**EDUARDO ARRUDA**  
Professor da UnP



Azevedo, do Sacolao.com: E-commerce permitiu alcance maior de clientes do interior e de fora do RN



Uilo Andrade: Vendas em ponto físico, mas também online para público que gosta de "garimpar"

## Lojas online alavancam vendas também no RN

Facilitar o acesso de clientes do interior do estado que antes lotavam as lojas da capital nos finais de semana - por falta de um ponto físico próximo - e, a partir daí atender a todo o país, por meio do mercado eletrônico. Ou se valer do e-commerce para chegar mais rápido a um público bem segmentado. Razões diferentes que levaram o Sacolao.com, rede varejista potiguar de produtos como brinquedos, móveis e cosméticos, e também a Parê Calçados - especializada em sapatos e sandálias de lona - a encontrar neste nicho de mercado espaço para alavancar as vendas.

A aposta num produto mais específico, como os calçados feitos de modo artesanal em lona, é para o artista plástico e empresário da Parê calçados, Uilo Andrade, um diferencial nesse mercado eletrônico. "Traba-

lhamos com um calçado bem fora dos padrões tradicionais, o público desse tipo de produto garimpa muito a internet em busca de novas opções", afirma.

A produção no atelier localizado em Pium, no litoral Sul de Natal, se prepara para receber as encomendas de todo o país e abastece ainda a loja física aberta há um ano. Após dois anos off para instalação da loja física, a Parê Calçados busca novas frentes de comercialização dos calçados e retomar as atividades da loja virtual. "Os planos de retomar nessa categoria é dar uma nova roupagem para a nossa loja virtual, participando de alguns market place", afirma.

A decisão de voltar ao e-commerce, segundo ele, considerou o crescimento do mercado que se mantém mais aquecido em meio a retração na economia. De acordo com ele, os

preços são mais enxutos e a pesquisa on-line que evita o desgaste de visitar vários estabelecimentos para encontrar as melhores oportunidades é um dos pontos favoráveis ao segmento.

"Com a facilidade da compra, no prazo, no frete e na forma de pagamento. Muita gente está perdendo o medo dessa modalidade", avalia. No momento, a loja funciona com os produtos cadastrados e estuda outras formas de divulgação para atrair clientes.

### Crescimento

O e-commerce já responde por 10% do faturamento total da rede de lojas físicas do Sacolão e projeta, para 2016, manter o crescimento de 15%. A aposta em novas abordagens, mix de produtos diversificados e relacionamento com o cliente são, segundo o gerente de e-commerce do Sacolao.com,

Janser Azevedo, as estratégias para conseguir o resultado.

"Apostamos em campanhas e promoções exclusivas, para trazer diferencial para quem opta por essa modalidade. No estado, já trabalhamos com frete grátis para compras acima de R\$ 300. É tentar enfrentar a preferência de um consumidor muito ligado a loja física", conta o gerente. O direcionamento das ações por cliente no e-commerce é definido considerando o histórico de compra.

Os planos de expansão dos negócios e investimentos dependem também de soluções em logística para escoar a mercadoria. "Não temos um desempenho como o visto com as grandes deste segmento devido a este fator", observa. A empresa mantém um portfólio diversificado, segundo ele, mas mais restrito do que encontrado nas lojas.

Apostamos em campanhas e promoções exclusivas (na internet) para tentar enfrentar a preferência de um consumidor muito ligado à loja física".

**JANSER AZEVEDO**  
Gerente do Sacolao.com

**PÁGINA 2**  
Nova regra eleva arrecadação no RN.

**escolha VENCER**  
COM A INSTITUIÇÃO QUE MAIS INVESTE EM EMPREGABILIDADE.  
**vestibular 2016**  
AGENDADO DIARIAMENTE  
vestibular.mauriciodenassau.edu.br

**Rádio Globo**  
Natal. Boa Amizade Nisso!  
6:40AM