



E-Commerce: momento atual, desafios e tendências

Agosto 2018

Bom Dia!!!



Sócio da ITU Partners (*Insights to Unlock*) (2015 até hoje)

CTO (Chief Tech Officer) da Netshoes (2012 - 2014)

Diretor de Desenvolvimento da TOTVS S/A (varejo e serviços) (2010 - 2012)

Diretor da Operação México da TOTVS S/A (2008 - 2010)

Planejamento Estratégico e Relações com Investidores da TOTVS S/A (2001 - 2007)

Professor de Pós Graduação da FGV-SP, SaintPaul e Palestrante no Brasil e exterior.

Conselheiro e Curador de Tecnologia e Inovação do E-commerce Brasil e iMasters.

Mentor e líder do grupo de CTO's da ENDEAVOR Brasil.

Board Member da Pipefy.

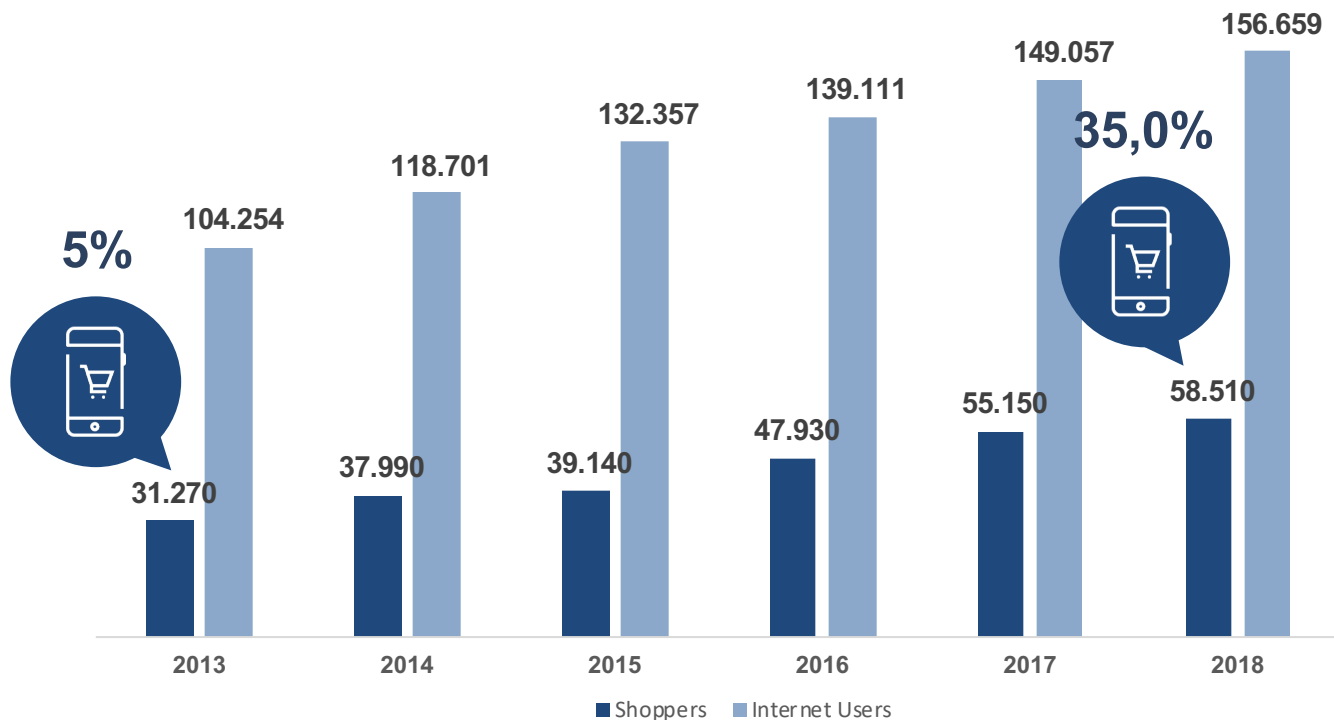
Mentor de Alto Impacto Endeavor (2018)

Eleito Executivo do Ano em Inovação para o E-commerce (2014)

50 mais inovadores do mercado de comunicação e marketing (2013)

Melhor Profissional de RI do Brasil (2007)

Número de Usuários e Compradores (em milhões)

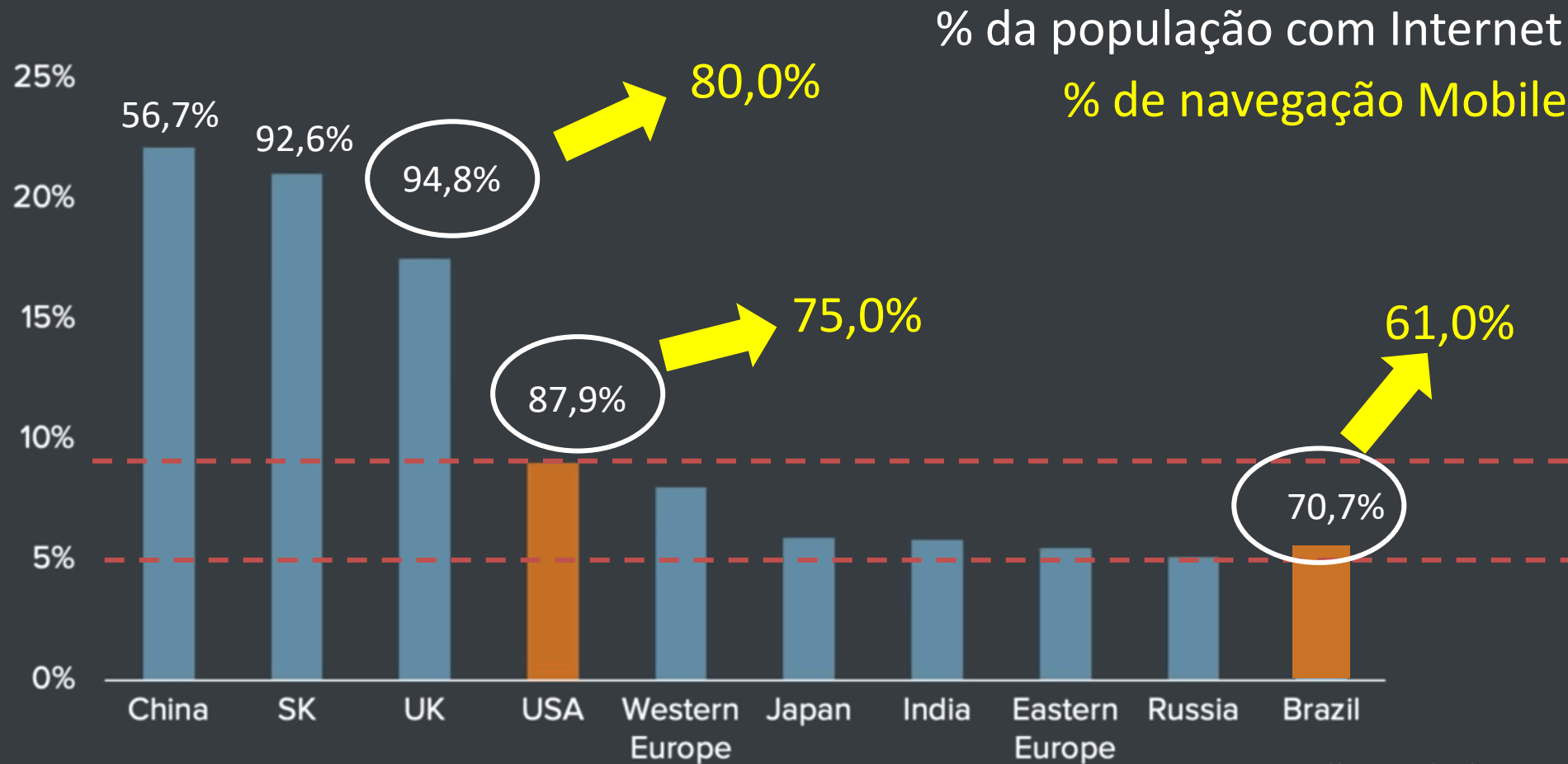


Mobile é a principal força de crescimento do Ecommerce Brasileiro.
Jan/19 foi de 42,8%.

O E-commerce representa de 5% do GMV total do varejo brasileiro

Fonte: WebShoppers39 / Internet World Stats <https://www.internetworldstats.com/stats15.htm#south>

Ecommerce share of retail spending, 2017



Mudança do Papel da loja Física (*de verdade*)

A Loja como Destino.

Market Places começarão a fornecer **serviços aos Sellers** em suas lojas físicas como diferencial;

As lojas físicas passarão a prestar **serviços complementares** (não relacionados à loja), experiências e show room;

A coleta de dados em tempo real na loja física permitirá a criação de **Campanhas e Analytics iguais ao do E-commerce**;

Estoque local das lojas será **personalizado** para o perfil de consumo da região;

A Loja como Mini Centro de Distribuição.

Parte do Estoque da Loja Física será direcionado para **vendas Online**;

Ship from store reduzirá custo de logística e criará novas ofertas de serviços de entrega;

Mudança do Papel da loja Física (*de verdade*)

Principais Forças.

Obrigatoriedade da NFC-e em 2019 em muitos estados;

Baixo custo de abertura de novos PDVs com (NFC-e);

Processo de expedição via loja física “**menos complicado**” com Nfe e NFCe;

SEFAZ pode ser fonte de dados dos eventos de expedição, transporte e recebimento;

Serviços terceiros de **logística de última milha** (Serviços de Entregas);

Serviços de Entregas e Market Places em alto crescimento

Market Place.

Brasil é a **única região do mundo** com vários Market Places generalistas;

Em 2018 mais de 30% do GMV do E-commerce no Brasil ficou nas mãos dos Market Place e isso deve continuar a aumentar;

Competição não será por preço, **mas por serviços** de abastecimento, canais físicos e **financeiros** ao cliente final;

Tráfego Orgânico de Pagina de Produtos e Dados do consumidor final ficarão **cada vez mais** nas mãos dos Market Places;

Serviços de Entregas.

~50% do GMV do Varejo Brasileiro é de Supermercados, sem considerar bares e restaurantes;

Competição forçará a **entrada em novas verticais** (mais tradicionais ao Ecommerce);

O modelo comercial de Shopping Centers mudará (***já mudou - Delivery Center***);

Mobile Payment como real alternativa para desbancarizados

Desbancarizados;

O Brasil tem hoje **60 milhões de desbancarizados**. A PEA do Brasil é de 110 milhões;
As soluções de carteira eletrônica (Mercado Pago, PagueSeguro, etc) **continuarão a crescer**;
Em 2019 grandes varejistas lançarão as **suas próprias soluções**;
Apenas 10% das Fintechs atuam em desbancarizados. O foco está hoje em **financiamento B2C**, que para 2019 deve fortalecer vendas para classes B,C e D;

Mobile Payment.

As definições dos modelo **de pagamentos instantâneo brasileiro** pelo BACEN deve baratear e facilitar a **experiência de pagamentos** em E-commerce;
Mobile Payment (e outros benefícios) pode ser o **elo de ligação entre o Off e o On** na experiência física;
Novas soluções (mais baratas) de Factoring devem surgir em 2019

OBRIGADO!!!!

RNASSER@ITUPARTNERS.COM.BR