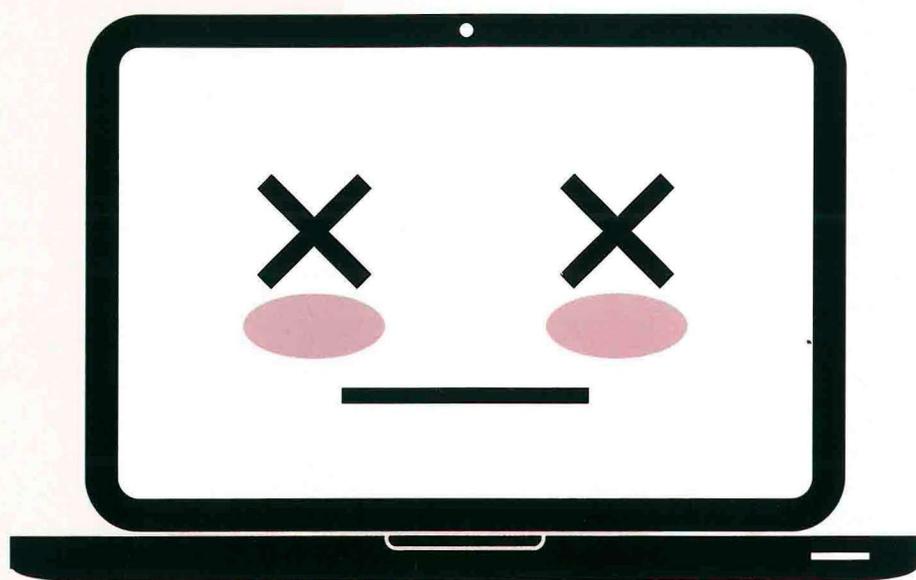




TECNOLOGIA

POR BARBARA OLIVEIRA



# Lojas online RECLAMAM

Pesquisa da ABComm aponta que 25% dos varejistas  
virtuais estão insatisfeitos e consideram suas tecnologias  
pouco flexíveis para o negócio decolar

**U**ma pesquisa feita no fim do ano passado pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), envolvendo 1.018 pequenos varejistas online de todo o País, indicou que 25% desses entrevistados não estão satisfeitos com as suas plataformas, principalmente porque elas são muito engessadas. “Trata-se de um percentual considerável”, avalia o presidente da ABComm, Maurício Salvador. Segundo o executivo, erros de planejamento e de sistema são as principais causas para a mortalidade dos negócios.

Geralmente, sistemas de e-commerce de código aberto permitem montar e customizar o site de forma mais fácil, de acordo com as necessidades do cliente, integrando-o aos programas de gestão de maneira fluida. O resultado é um *checkout* mais ágil e confiável, sem que o consumidor precise sair do ambiente da loja para pagar com cartão. O engessamento de algumas tecnologias é justamente um dos pontos mais criticados pelos pesquisados insatisfeitos, porque isso implica perdas no faturamento e até abandono por parte do usuário.

Por outro lado, de nada adianta acertar na escolha da plataforma para colocar no ar o site e errar na hospedagem, pois o comerciante terá problemas. Foi o caso da Elo Natural, comércio online de suplementos naturais, que apostou em uma boa plataforma (a popular Magento, uma das mais usadas pelo e-commerce global), mas teve pouca sorte com a hospedagem e precisou migrar para outra empresa. “Estávamos sem suporte, não podíamos fazer ajustes no site nem

## “ Erros de planejamento e de sistema são as principais causas para a mortalidade dos negócios ”

**Maurício Salvador**  
presidente da ABComm



Foto: Rubens Chiri

formatá-lo para as telas dos smartphones e, além disso, o pagamento só podia ser feito com cartão e travava muito. Isso nos prejudicou muito”, conta um dos sócios da Elo Natural, Ademir Belarmino de Oliveira.

Os empresários ouvidos na pesquisa da ABComm apontam as funcionalidades essenciais para uma plataforma de e-commerce, como facilidade no *checkout*, atendimento ao cliente na pré e na pós-venda e integração com SAC, gestão e meios de pagamento mais aceitos. Eles também criticam mecanismos de buscas pouco inteligentes inseridos nesses sistemas e incapazes de encontrar sinônimos de palavras e sem sugerir alternativas ao internauta. “O consumidor quer um

‘notebook’, mas o algoritmo da busca não oferece sugestões como ‘laptops’ e ‘netbooks’; ou não reconhece que as palavras foram escritas de forma errada (por exemplo, ‘notebuk’ e ‘leptop’) e ficam sem entender a solicitação. Isso enfraquece a loja”, diz Salvador.

Para ele, independentemente da tecnologia escolhida, é o planejamento inicial que importa. Pode ser tentador abrir uma loja porque os preços dos sistemas são baratos, mas, para ela se manter ativa, é necessário um estudo prévio e cuidadoso. Nem sempre o comerciante possui visão global do mercado onde vai atuar – se vai vender moda, precisa estar ciente da concorrência e da grade de modelos, cores e tamanhos, por exemplo. &