



Boas Práticas em Casa e
Decoração Online

**DICAS E ORIENTAÇÕES
SOBRE O E-COMMERCE
DE MÓVEIS E ARTIGOS
PARA A CASA**



EXPEDIENTE

2015 © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei nº 9.610).

INFORMAÇÕES E CONTATOS

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Unidade de Atendimento Setorial Comércio

SGAS 605 - Conjunto A - Asa Sul - Brasília/DF - CEP 70200-904

Tel.: 55 61 3348-7100

Site: www.sebrae.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL

Robson Braga de Andrade

DIRETOR-PRESIDENTE

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

DIRETORA-TÉCNICA

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

José Claudio dos Santos

UNIDADE DE ATENDIMENTO SETORIAL COMÉRCIO

GERENTE

Juarez de Paula

COORDENAÇÃO NACIONAL EM COMÉRCIO ELETRÔNICO

Hyrlla Marianna Oliveira

Natalia Lorena Bertussi

REDAÇÃO E EDIÇÃO

Ana Flávia Flôres (AF2 Comunicação)

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Thaysa Torres

ESTA PUBLICAÇÃO FOI ELABORADA PELO SEBRAE EM PARCERIA COM O E-COMMERCE BRASIL.

APRESENTAÇÃO

Mercado promissor e em franca expansão, o comércio eletrônico tem cada vez mais atraído a atenção de empreendedores e de consumidores.

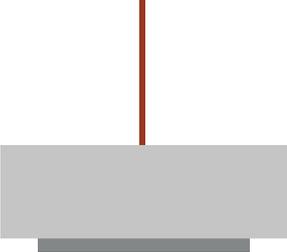
A descrença inicial com relação à venda de produtos pela internet é assunto superado e os desafios hoje se concentram em como garantir mais segurança, conforto e qualidade na venda de produtos e serviços pela internet.

Em geral os procedimentos no e-commerce são os mesmos, independentemente do tipo de produto comercializado: anunciar, vender, embalar e entregar, só para citar alguns.

No entanto, existem características específicas que o empreendedor precisa estar atento na hora de investir em um comércio eletrônico. Aspectos como legislação, perfil do público-alvo e desafios a serem superados precisam ser levados em consideração de forma segmentada, afinal, vender medicamentos é diferente de vender móveis, que é diferente de vender roupas que, também, é diferente de comercializar produtos e serviços de beleza e bem-estar.

Sendo assim, esta cartilha tem como objetivo apresentar de forma objetiva e direta os principais pontos que devem ser observados por quem já possui ou pretende abrir um e-commerce no segmento de Casa e Decoração. Como amenizar trocas e devoluções? Como facilitar para o consumidor o processo de montagem de móveis? E como proceder nos casos em que os produtos demandam assistência técnica? Essas são algumas das perguntas que este material procura responder.

Boa leitura e bons negócios!



05 CENÁRIO DO E-COMMERCE DE CASA E DECORAÇÃO

06 CARACTERÍSTICAS

06 PRINCIPAIS DESAFIOS

07 BOAS PRÁTICAS

Segurança para o consumidor

Trocas e devoluções

Montagem

Armazenamento e distribuição

Assistência técnica

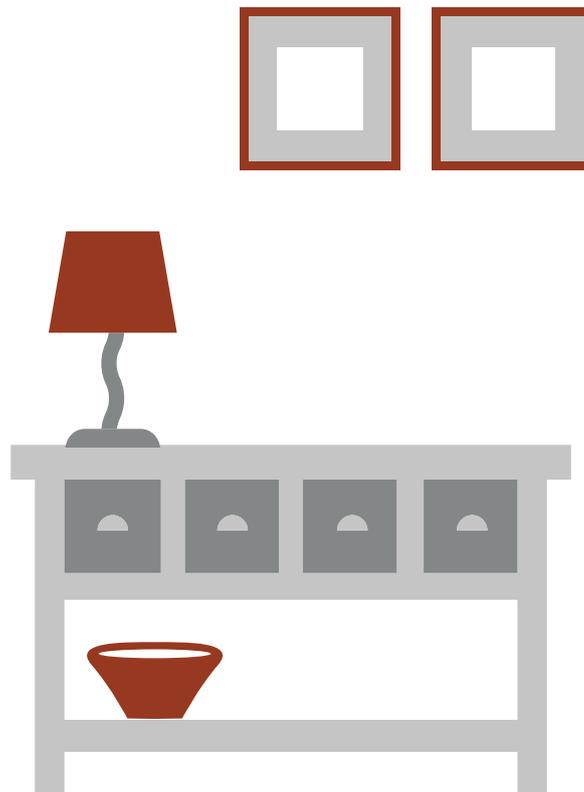
Redes sociais

10 LEGISLAÇÃO

11 TRIBUTAÇÃO

CENÁRIO DO E-COMMERCE DE CASA E DECORAÇÃO

- ▶ De acordo com o relatório WebShoppers divulgado pela E-bit, a categoria Casa e Decoração está entre as 10 categorias com maior volume de pedidos pelos consumidores na internet.
- ▶ A categoria também tem grande representatividade no volume de pedidos quando é feito o recorte das vendas efetivadas por meio de plataformas móveis.
- ▶ Dados da 2ª Pesquisa do Varejo Online, realizada pelo Sebrae e E-commerce Brasil, Casa e Decoração é o segundo principal segmento de atuação dos empresários virtuais.



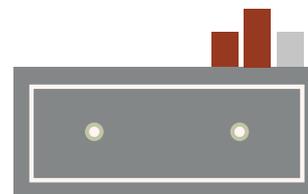
CARACTERÍSTICAS

- ▶ Ampla variedade de produtos
 - Alguns com muito peso e volume (móveis e eletrodomésticos).
 - Outros frágeis e delicados (peças de decoração).
- ▶ De acordo com o estudo Oportunidades em Nichos do Varejo Online no Brasil, publicada pelo Sebrae, existem alguns nichos no segmento de Casa e Decoração que podem ser explorados pelo comércio eletrônico.
- ▶ Google Trends (que aponta tendências a partir das pesquisas feitas no Google) não tem uma categoria específica para Casa e Decoração. A segmentação feita pela empresa é para Casa e Jardim. Com base nos termos pesquisados no Google é possível identificar onde está a maior demanda dos consumidores brasileiros nesse segmento. Entre janeiro e julho de 2015, os termos mais pesquisados foram os seguintes: cozinha, cama, ar condicionado, decoração, geladeira,

banheiro. Mesmo que a maior parte das buscas não tenha sido concluída com pedidos, este dado revela o quanto a internet está incorporada ao processo de compra dos brasileiros (nem que seja para verificar as características de produtos ou fazer comparação de preços).

PRINCIPAIS DESAFIOS

- ▶ Insegurança com relação à garantia de entrega.
- ▶ Trocas e devoluções (logística reversa).
- ▶ Armazenamento e distribuição.
- ▶ Montagem.
- ▶ Assistência técnica.



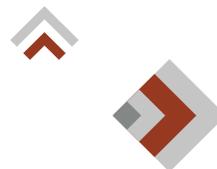
BOAS PRÁTICAS

Segurança para o consumidor

- ▶ Possuir uma política clara de troca e devolução de produtos, além da facilitação desse processo (quando possível, permitir a troca em lojas físicas, por exemplo).
- ▶ Desde o início, deixar claro para o consumidor tanto o prazo para a entrega do produto quanto o valor do frete.
- ▶ Disponibilizar de forma visível no site informações como a razão social, o CNPJ e o endereço da empresa.

Trocas e devoluções

- ▶ O direito à devolução por arrependimento e/ou desistência vale para todos os produtos adquiridos online. O prazo é de até sete dias corridos, contados a partir da data do recebimento.



- ▶ No caso da indústria moveleira, sendo o caso, o comum é substituir apenas a peça defeituosa do móvel, e não todo o conjunto. Por exemplo, substituir uma gaveta ao invés do móvel inteiro.
- ▶ Para a devolução de produtos delicados, como alguns itens de decoração, é importante deixar claro como deve ser o procedimento de embalagem e envio da peça para que ela não sofra danos no caso de arrependimento de compra ou não tenha a avaria aumentada nas peças devolvidas por possuírem algum defeito.

- ▶ As trocas e devoluções podem ser amenizadas com a adoção de algumas práticas e cuidados, como:
 - Fotografias de qualidade, em alta resolução e com fundo branco, capazes de destacar tanto o produto quanto suas características.
 - Descrição detalhada de cada item (composição, quantidade/volume etc).
 - Peças delicadas devem ser embaladas de modo que não sofram avarias durante o transporte.
 - No caso dos produtos que são entregues desmontados, deixar essa informação clara desde o princípio do processo de compra. Também deixar nítida a informação de que a montagem é de responsabilidade do cliente, quando for o caso.

Montagem

- ▶ Enviar juntamente com o produto um manual detalhando como o consumidor deve realizar a montagem. Seja em tutoriais, seja em manuais, lembrar que, na maioria das vezes, quem vai montar o produto é um leigo. Nesse contexto, cada etapa, por mais simples e óbvia que possa parecer, deve ser detalhadamente explicada.
- ▶ Elaboração de vídeos explicativos (tutoriais) com o passo a passo da montagem de produtos.
- ▶ Se o caso, informar para os consumidores os fornecedores indicados ou uma lista de sites especializados em montadores de móveis. No Brasil existem sites especializados que reúnem e oferecem os serviços desses profissionais estratégicos para a cadeia da indústria moveleira. Em geral, eles catalogam montadores de várias regiões, já divididos por cidade, o que facilita o processo de busca pelo consumidor final.



- ▶ Pode sugerir aos compradores que entrem em contato com as lojas físicas, quando elas existirem, para solicitar a indicação de montadores na região. Nesses casos, é interessante que informações como telefone e/ou endereço das lojas físicas sejam disponibilizados de forma fácil e rápida aos usuários.

Armazenamento e distribuição

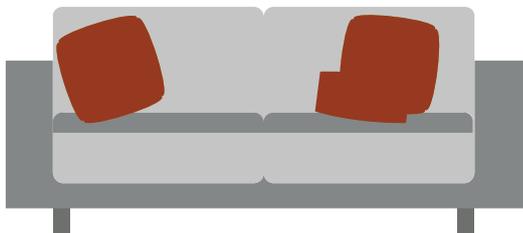
- ▶ As áreas de armazenamento devem ser projetadas ou adaptadas para assegurar as condições ideais de estocagem. No caso de móveis, por exemplo, é preciso ter espaço amplo. Já algumas peças de decoração, como quadros, demandam armazenamento em locais com temperatura e humidade controlados.
- ▶ O envio de produtos com grandes volumes geralmente é feito por meio de transportadoras. O ideal é pesquisar as que oferecem serviços de qualidade e fechar parceria com alguma delas. Lembre-se: danos no produto provocados durante o transporte podem comprometer a credibilidade e o relacionamento entre o consumidor e a loja virtual.

Assistência técnica

- ▶ Um dos principais desafios logísticos relacionados com a venda de móveis e eletrodomésticos pela internet é o oferecimento do serviço de assistência técnica dos produtos. Disponibilize as informações de assistência técnica na loja virtual e oriente o SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) para tirar possíveis dúvidas, além do recebimento de reclamações e elogios.
- ▶ É uma boa prática investir na capacitação de técnicos locais que atuam de forma autônoma ou em assistências multimarcas. Isso é importante para que eles conheçam bem e saibam trabalhar com os produtos da marca. Além disso, é uma maneira de oferecer um atendimento de qualidade para o cliente, já que a indústria não consegue estar presente fisicamente em todos os municípios brasileiros para oferecer essa assistência.

Redes sociais

- ▶ Para definir em quais redes atuar, três perguntas são estratégicas: Qual é o perfil do seu negócio? Onde está o seu público-alvo? Com quais redes sociais ele interage mais?
- ▶ É importante utilizar esses espaços para estabelecer diálogos com os clientes, o que inclui responder os comentários publicados por eles nas redes sociais.
- ▶ Mais do que divulgar um produto ou serviço, utilizar as redes sociais para transmitir informações e conceitos sobre novidades e tendências do segmento.



LEGISLAÇÃO

- ▶ No Brasil, todo e qualquer comércio eletrônico é regulamentado pelo Decreto nº 7.962/2013, da Presidência da República.
- ▶ De modo geral, esse decreto aborda três importantes aspectos que estão inseridos no contexto do comércio eletrônico:
 - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
 - atendimento facilitado ao consumidor; e
 - respeito ao direito de arrependimento.
- ▶ Antes de qualquer coisa, a pessoa que compra por meio da internet é um consumidor. Por isso, também vale para ela todas as normas de proteção e defesa estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor.





FIQUE ATENTO

Dois projetos de lei que estão em tramitação no Congresso Nacional podem impactar diretamente na forma como os consumidores se relacionam com os comércios eletrônicos. São eles:

▶ **PL 2186/2003**

Trata do envio de mensagem não solicitada (spam) por meio de redes de computadores destinadas ao uso do público.

▶ **PL 5179/2013**

Obriga a devolução em dobro do valor pago por produto adquirido pela internet quando este não for entregue na data marcada. Foi pensado ao PL 4906/2001.

TRIBUTAÇÃO

- ▶ O comércio eletrônico respeita o mesmo tratamento tributário dispensado às lojas físicas.
- ▶ Em abril de 2015 foi promulgada a Emenda Constitucional 87. Ela divide entre os estados do vendedor e do comprador o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviço (ICMS) cobrado sobre produtos e serviços adquiridos em operações interestaduais à distância, pela internet ou por telefone. Com isso, a partir de 01/01/2016 será iniciada uma divisão justa do ICMS, entre os Estados de origem (vendedor) e destino (comprador), cobrado nessas vendas.
- ▶ Em 21/09/2015 foi publicado o Convênio ICMS nº 93 que regulamenta a EC nº 87/2015. Entre outras disposições está a sua aplicação aos optantes do Simples Nacional, o que pode gerar um aumento da carga tributária para as empresas do regime simplificado.



Realização:



Parceria:

e-commercebrasil
EXCELÊNCIA EM E-COMMERCE