

Vendas Coletivas e publicidade nas indústrias criativas



Laura Fragomeni

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

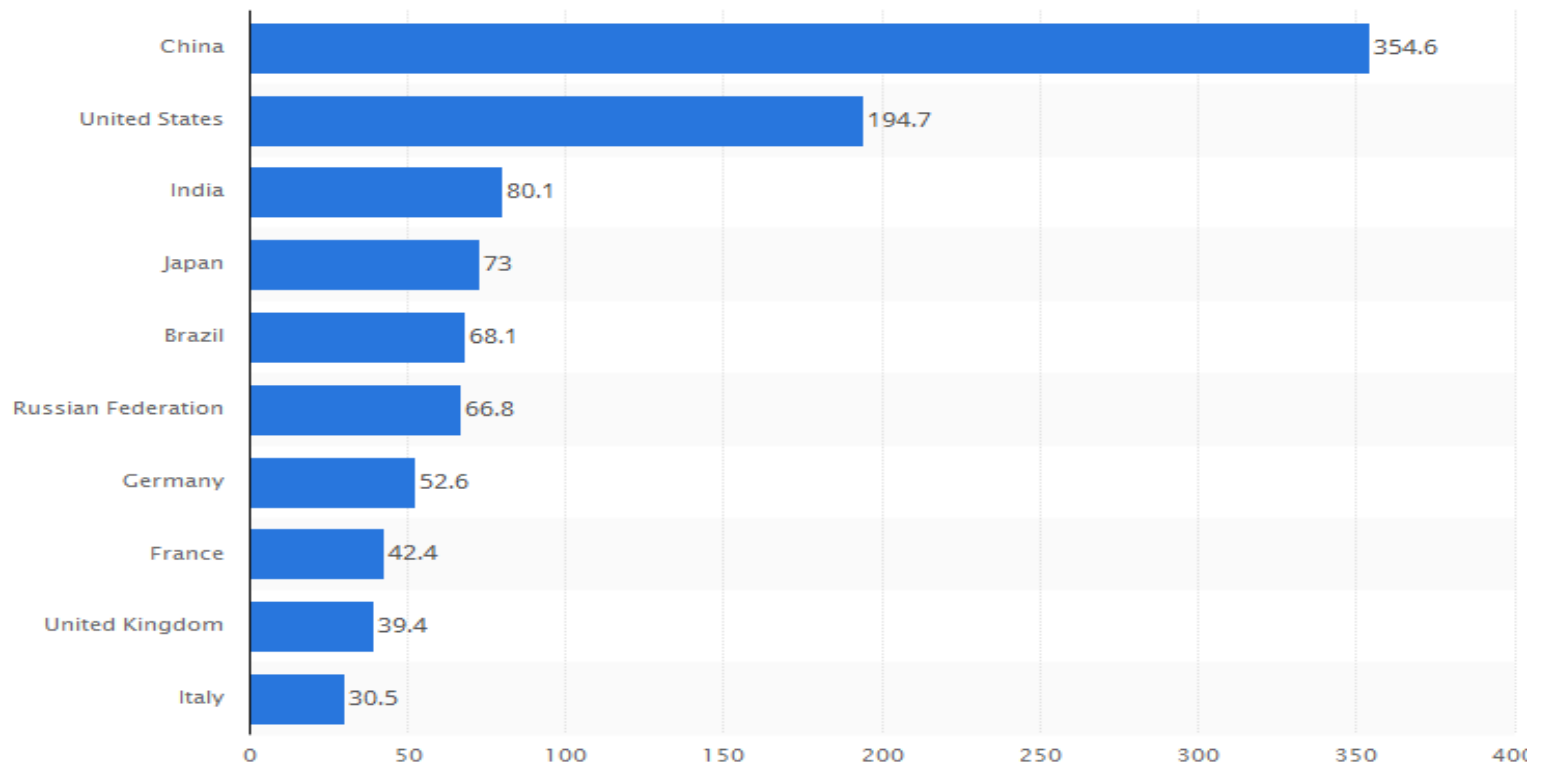
Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

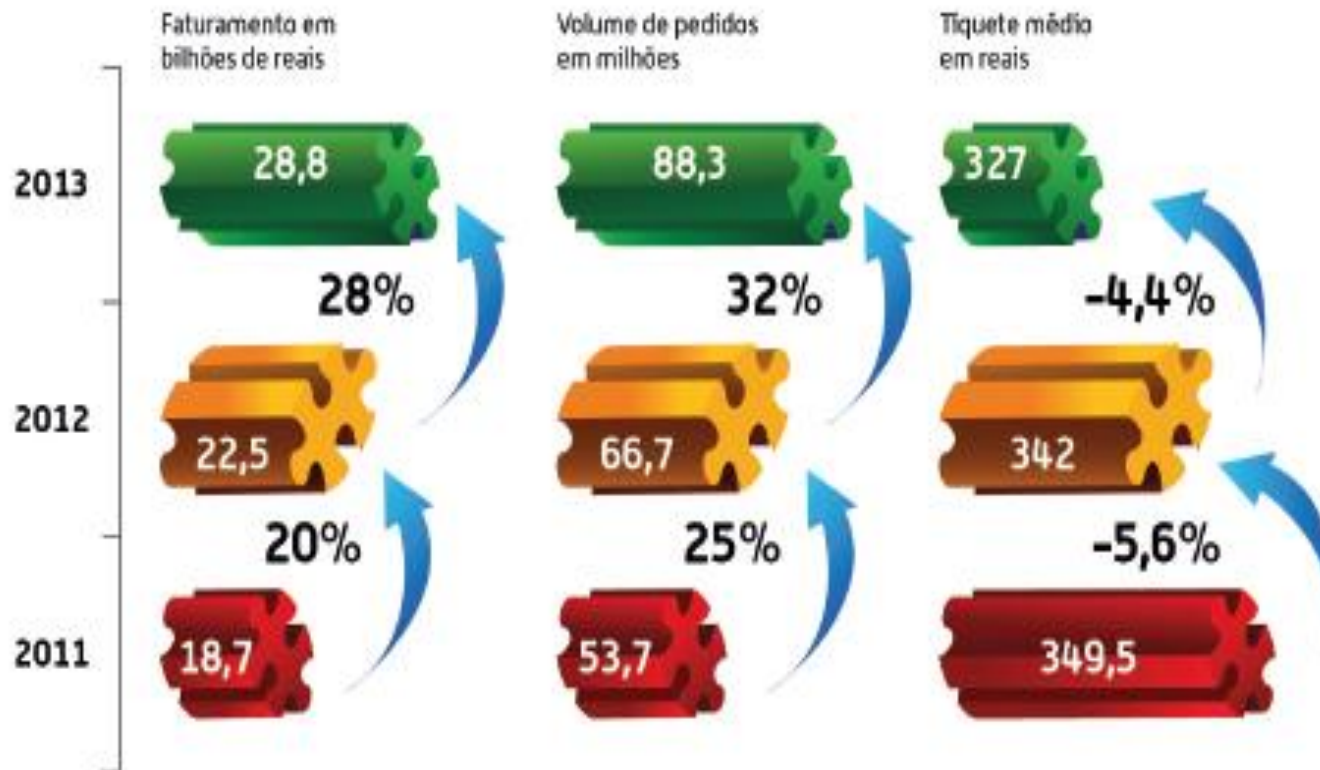
Considerações Finais

Brasil é o 5º País do Mundo em Usuários (MM)



Fonte – Statista 2014

Evolução do E-commerce no Brasil (Bilhões)



Fonte – “WebShoppers 2014”, realizado pela e-bit

Evolução de E-consumidores no Brasil (em MM)

Crescimento do E-commerce



Fonte – “WebShoppers 2014”, realizado pela e-bit

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

Variantes	Descrição	Exemplo
Comércio Misto	Comercialização de produtos/serviços pela loja física e pela Internet.	www.livrariasaraiva.com.br
Comércio virtual	Comercialização de produtos/serviços exclusivamente pela Internet	www.walmart.com.br
Comércio virtual puro	Comercialização de produtos digitais ou serviços cuja entrega seja realizada pela própria Internet. Empresas que vendem software, musica ou cursos on-line são exemplos.	www.symantec.com.br www.weblinguas.com.br
Mercantil	Empresas que vendem produtos ou serviços para outras empresas utilizando a Internet como canal de comercialização	www.quickpack.com.br
Mercantil direto	Produtoras de mercadorias, utilizam a web como canal direto de venda para o consumidor final, eliminando total/parcialmente intermediários.	www.caloi.com.br www.celta.com.br

Variantes	Descrição	Exemplo
Shopping Virtual	Reúne diversas lojas virtuais. Receita é obtida através de uma taxa mensal, percentual sobre as vendas realizadas ou pagamentos por anúncios.	www.sebraecenter.com.br www.shopfacil.com.br
Leilão Online	Possibilita a oferta de mercadorias e a realização de lances até se chegar a melhor oferta disponível. A Receita obtida através de taxas de cadastramento + comissão no caso de empresas (B2B) ou comissão sobre venda no caso de pessoas físicas (C2C).	www.superbid.net
Portal Vertical	Possibilita a interação entre empresas do mesmo setor de negócio e incentiva a realização de transações através de negociação direta ou leilões. Variantes: comunidades de negócios e agregador de compras, que reúne os compradores para obter maior volume e melhor negociação nas compras.	www.chemconnect.com www.peixurbano.com.br
Metamediário	Aproxima compradores e vendedores sendo que a receita é geralmente obtida através de comissões sobre as transações realizadas.	www.investshop.com.br www.dotz.com.br www.mercadolivre.com.br

Variantes	Descrição	Exemplo
Portais genéricos	São os grande portais de conteúdo que oferecem conteúdo gratuito ou parcialmente gratuito, além de serviços como servidores de email.	www.ig.com.br www.uol.com.br www.terra.com.br www.yahoo.com.br
Portais especializados	Sites especializados em determinado público ou segmento de mercado. Geram menos volume de tráfego que os portais genéricos mas com um perfil de público mais concentrado, o que é valorizado pelos anunciantes.	www.maisde50.com.br
Gratuidade	Sites oferecem algum serviço/produto gratuitamente para gerar volume de tráfego. É o caso típico dos mecanismos de busca e serviços de correio eletrônico.	www.hotmail.com

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

- ✓ Modelo “Vendas Coletivas” criado em 2008 (Groupon/Chicago - IL)
- ✓ Celebrado como um dos modelos mais inovadores da história da Internet;
- ✓ Em 2010 o Brasil viveu um fenômeno inédito com o início das atividades dos sites de Vendas Coletivas no país.
- ✓ Existiram mais de 1200 sites nesse segmento no Brasil, com cupons de descontos entre 50% a 80% em estabelecimentos participantes. Três grandes marcas se destacam: Groupon, Peixe Urbano e Clickon.

Concepção Original

- ✓ Anunciantes disponibilizam ofertas especiais para uma grande escala de consumidores, disponibilizadas nos sites de vendas coletivas;
- ✓ Os anunciantes, em especial pequenos e médios empresários, somente têm condições de divulgar suas ofertas a um grande público por meio dos sites de vendas coletivas;
- ✓ Por sua vez, o público somente tem acesso à experiência ofertada em razão da grande escala de vendas (preço baixo).

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

- ✓ Os Sites de Vendas Coletivas disponibilizam um espaço virtual para que terceiros anunciantes, ofertem seus produtos e serviços com valores e propostas mais atraentes que as oferecidas convencionalmente por estes anunciantes.
- ✓ Natureza de provedor de conteúdo de terceiros, guardando semelhanças com um Marketplace, direcionado o usuário para ofertas em grande escala.

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

- ✓ Os Sites de Vendas Coletivas tendem a seguir os grandes players do e-commerce (*retail e marketplace*);
- ✓ Plataforma *mobile e mobile payment*;
- ✓ Direcionamento de ofertas específicas de acordo com os hábitos de compra dos consumidores – e não somente os *daily deals* e ofertas genéricas;
- ✓ Melhorar a experiência de compra dos usuários. Ex: reservas em restaurantes, escolha e detalhamento dos serviços online e diretamente pela oferta dos anunciantes.

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

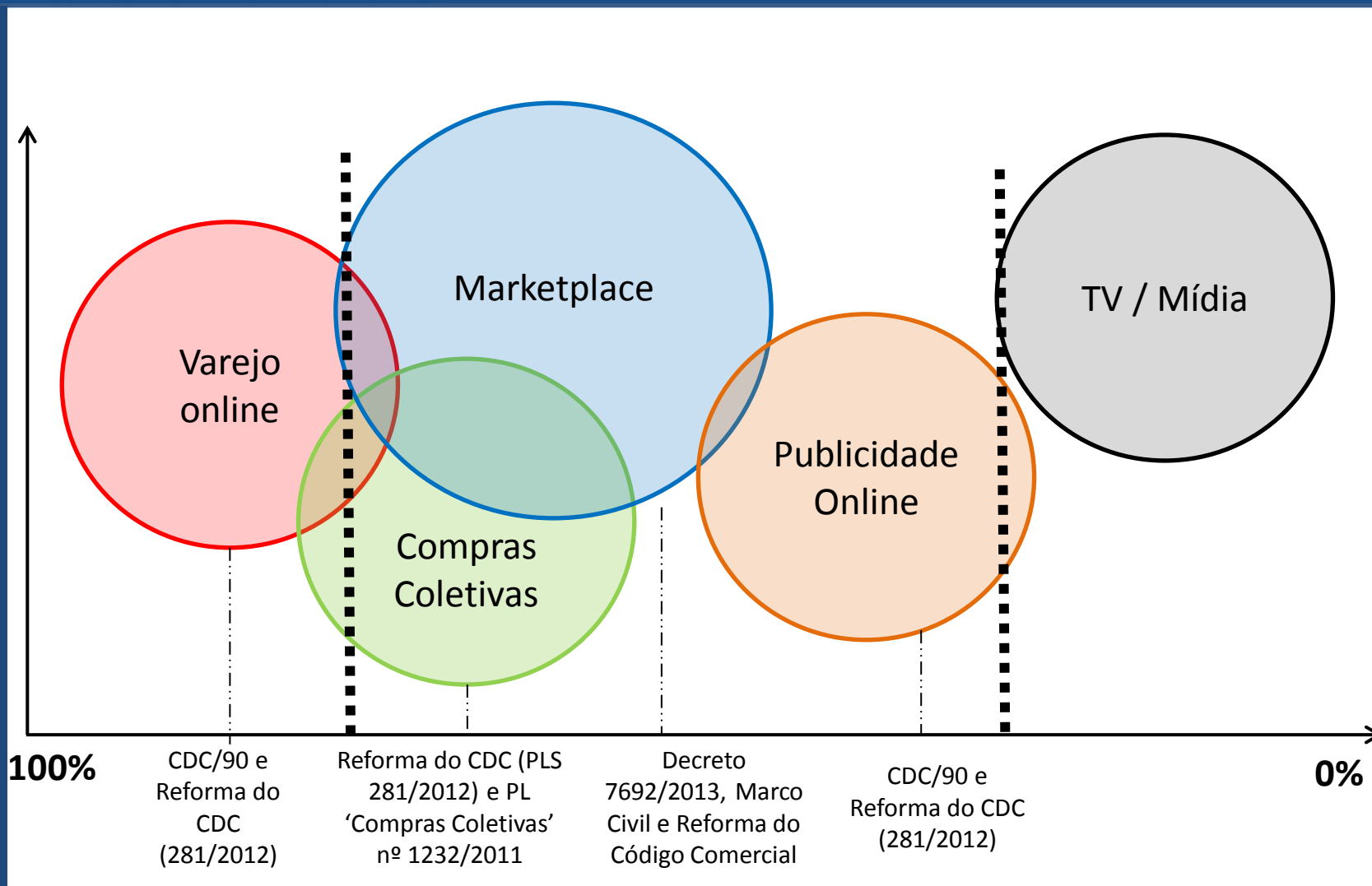
Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

Responsabilidade



Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

- ✓ Engessamento: mercado encontra-se em constante transformação e evolução – surgimento de novos modelos de negócio e formas/meios de realização das relações;
- ✓ Não distinção dos conceitos ou ambientes inovadores e novos negócios digitais: Pontocom, Comércio eletrônico, compras coletivas;
- ✓ Utilização de conceitos amplos, como “demais meios utilizados” e “imediatamente”, pode causar confusão (podem abranger modelos não invasivos de publicidade) e não efetividade da providência que se pretende;

- ✓ A legislação demorará para acompanhar as constantes mudanças nos modelos de negócio do comércio eletrônico;
- ✓ A cada novo modelo de negócio, o legislador buscará sua regulação por meio de leis específicas;

Exemplo 1 – PL 281/2012 – Reforma CDC:

Seção VII – Do Comércio Eletrônico

(...)

Art. 45. – E

É vedado enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:

Exemplo 2 – Decreto 7.962/2013

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

- I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;*
- II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor;*
- III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.*

Crescimento do E-commerce

Modelos de negócio

Breve histórico das Vendas Coletivas

Vendas Coletivas e o Marketplace

Novas Tendências

Responsabilidades

Pontos de Atenção

Considerações Finais

- ✓ Comércio Eletrônico é complexo e dinâmico. Novos modelos de negócio surgem a cada dia;
- ✓ Isonomia – as normas propostas para o Comércio Eletrônico deveriam aplicar-se a todas as modalidades de comércio;
- ✓ Existência de normas primordialmente principiológicas e aplicáveis aos modelos de negócio existentes (Constituição Federal, Código Civil e Código de Defesa do Consumidor hoje vigente, Marco Civil da Internet);

- ✓ Ao regulamentar um setor dinâmico, devemos ter cuidado para não gerar novos problemas ao invés de resolvê-los;
- ✓ Segurança Jurídica - Leis principiológicas (Marco Civil, CDC) além de alternativas como a autorregulamentação dos provedores, são meios eficazes para gerar segurança aos novos modelos de negócio.

XXXIV

CONGRESSO INTERNACIONAL DA
PROPRIEDADE INTELECTUAL DA ABPI
INTERNATIONAL CONGRESS ON
INTELLECTUAL PROPERTY – ABPI



Laura Fragomeni

General Counsel - LatAm

laura.fragomeni@walmart.com

