

## **(Re) Commerce de *smartphones*: Uma proposta de modelo de negócio<sup>1</sup>**

Rodrigo NUNES<sup>2</sup>  
Cláudio M. MAGALHÃES<sup>3</sup>

Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, MG

### **Resumo**

O avanço tecnológico permitiu que o telefone celular convencional evoluísse para o telefone inteligente, ou *smartphone*. O Brasil já possui mais celulares que habitantes, e o lançamento constante de novos modelos tornam versões anteriores defasadas. Estes, entrando em desuso, podem acabar no lixo, contribuindo com a degradação ambiental e aumento do lixo eletrônico. O país já está entre os maiores produtores de lixo eletrônico do mundo. Esse trabalho busca apresentar uma solução para esse problema através do (Re) Commerce de *smartphones* usados, através de pesquisa bibliográfica e documental, e ao elaborar um aplicativo inovador que recebeu o nome de “Vender Celular”. O modelo de negócio busca garantir vantagens econômicas e ambientais para todos ao se mostrar um negócio viável.

**Palavras-chave:** (Re) Commerce; Smartphones ; Sustentabilidade; Reuso;

### **1 Introdução**

#### **Smartphone, da tecnologia ao lixo eletrônico**

Nos dias de hoje, vivemos em total interação com o mundo digital, onde telefones deixaram de serem apenas aparelhos de comunicação por voz, se tornando uma extensão de nossos computadores. Contudo, o avanço tecnológico proporcionou uma evolução muito rápida desses aparelhos, fazendo com que mesmo modelos mais caros e com mais recursos se tornassem ultrapassados em pouco tempo. O destino dos *smartphones* ultrapassados ou danificados, em muitos casos, tem sido a gaveta de armários, esquecidos, ou até mesmo o lixo. O problema é que esse cenário tem contribuído para o aumento do lixo eletrônico em todo o mundo, e em especial no “Brasil, que fica atrás somente dos Estados Unidos na produção de lixo eletrônico mundial, sendo produzidos no país 1,4 milhões de toneladas somente em 2014” (ONU BRASIL, 2015).

---

<sup>1</sup> Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito de avaliação do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário UNA para obtenção do título de Bacharel em dezembro de 2015.

<sup>2</sup> Recém graduado em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário UNA, email: digoapace@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário UNA, email: claudio.marcio@prof.una.br

## 2 Objetivo

Esse trabalho tem por objetivo apresentar uma solução para combater o aumento do número de smartphones em desuso no país, gerando renda para donos de smartphones usados, e diminuindo a produção de lixo eletrônico. A solução apresentada tem o (Re) Commerce de smartphones como ponto principal para resolver esse problema. Particularmente, tal trabalho interessa ao autor por ter atuado diretamente no mercado de smartphones, trabalhando em uma grande importadora e distribuidora de peças e acessórios que atende assistências técnicas em todo o Brasil. Como consultor de vendas, pode conhecer o comportamento de usuários de smartphones de todo o país, através de empresários, proprietários e técnicos de assistências técnicas. Além disso, incomodava o autor o fato de tantos aparelhos serem jogados no lixo, e terem como destino aterros sanitários sem o devido tratamento desse tipo de resíduo. Considerando a existência da possibilidade de transformar o aparelho usado em dinheiro, percebeu então uma oportunidade de negócio, que beneficiaria tanto o usuário quanto o meio ambiente.

O autor revendia esses aparelhos de segunda mão que eram adquiridos através de sites de classificados como OLX e Bom Negócio, e também por meio de amigos e conhecidos. Os aparelhos danificados eram concertados e anunciados nos mesmos sites de classificados por meio dos quais também eram adquiridos. Como usuário desses sites de classificados online, o autor percebeu que existia um grande mercado para smartphones de segunda mão, e uma demanda ainda não atendida em sua totalidade. A estrutura dos sites de classificados não era voltada especificamente para esse nicho de produto, e, em geral, disponibilizava a opção de anunciar qualquer produto em suas diversas categorias.

Diante desse cenário, após ter identificado que a demanda mencionada acima era mal atendida, o autor pesquisou por sites dedicados a venda de smartphones usados com intuito de identificar se havia alguma possível solução para o problema. Não foi encontrado, porém, nenhum site ou aplicativo relevante, que oferecesse recursos para uma melhor interação entre vendedores e os usuários interessados em adquirir os aparelhos. Para o autor, é sensível nos sites a falta de opções de filtros avançados de pesquisa, maiores detalhes dos aparelhos anunciados, estado de conservação, contato rápido e direto entre vendedor e comprador através do próprio site, sem a necessidade de revelar seu número de telefone em um primeiro momento por questões de privacidade e segurança.

### 3 Justificativa

#### (Re) Commerce de smartphones, benefícios ambientais e financeiros

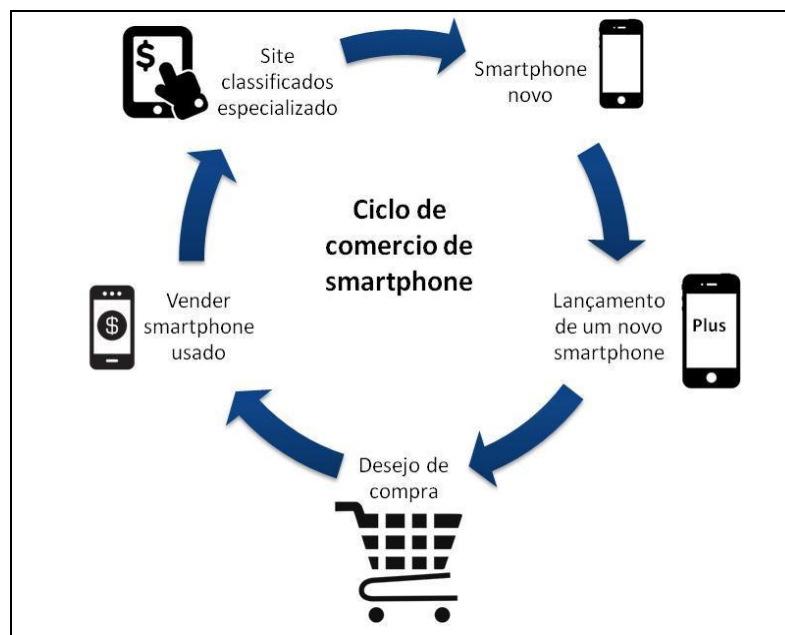
Uma vez já apresentado o grande problema do descarte dos smartphones, nesse ponto é importante buscar soluções que possam dar uma nova utilidade para esses equipamentos que se tornaram obsoletos, ou mesmo prolongar a sua vida útil, seja através de doação, reciclagem, ou colocando-os novamente a venda no mercado. Aqui, por se tratar de uma proposta de negócio, o foco será na venda de produtos usados, ou de segunda mão, conhecida como (Re) Commerce.

O (Re) Commerce ou Reverse Commerce é o nome dado ao tipo de comércio, que consiste na revenda ou troca de produtos de segunda mão, com fins lucrativos, de descontos, ou mesmo com intuito de contribuir para causas solidárias e a preservação do meio ambiente.

(BARBOSA et al 2010 apud FONTAINE, 2008; VAN DAMME E STOBART, 2010)

O ciclo de comércio de smartphone (Figura 2) descreve o processo de compra e venda de *smartphones* usados, onde o usuário tem poucas opções de canais de venda especializados nesse nicho, recorrendo na maioria das vezes ao velho marketing boca a boca, ou a sites de classificados tradicionais como OLX ou Mercado Livre. Não existe no mercado uma solução que seja especializada e com foco na intermediação da venda de smartphones usados, com intuito de ligar vendedores a possíveis compradores e vice-versa.

**Figura 2. Ciclo de comércio de Smartphones**



(Elaborado pelo autor, 2015)

Esse pode não ser um bom negócio para o usuário que deseja vender seu *smartphone* para adquirir outro, tendo em vista a desvalorização do aparelho usado. Os aparelhos comprados por essas empresas são inspecionados, caso estejam avariados são reparados e colocados à venda novamente no site por um preço 50% maior<sup>4</sup> do que foi comprado. As empresas atuantes nesse segmento de mercado também buscam informar que apoiam projetos sociais e adotam a política de redução de resíduos sólidos amparados pela Lei 12.305/2010. No entanto, isso parece ser utilizado mais como uma estratégia de marketing do que por responsabilidade social e ambiental. As principais empresas que prestam esse tipo de serviço são: Redial ; Uzlet , ZIGGO e Brused .

Todas as empresas citadas acima atuam de maneira semelhante, exceto a Brused que tem seu foco voltado apenas para o nicho de *smartphones* da marca Apple. Recorrendo a essas empresas, pessoas que querem vender seu aparelho usado tem a desvantagem de ter o *smartphone* bastante subvalorizado, conforme simulação de venda realizada nos sites das empresas. O aparelho usado na simulação nos sites das empresas Redial e Uzlet foi o LG E960 Nexus 4 usado, que possui um valor de mercado em torno de R\$ 500,00<sup>5</sup> sofrendo uma desvalorização de até R\$ 290,00. Isso significa dizer que se o aparelho fosse vendido à outra pessoa, seja conhecido ou mesmo um possível comprador que tenha tomado conhecimento da oferta do aparelho através de algum canal, o autor receberia R\$ 500,00 pelo seu aparelho, R\$ 290,00 a mais se comparado ao que pagaria a empresa Redial<sup>6</sup>, e R\$ 247,00 a mais se comparado ao que a empresa Uzlet<sup>7</sup> se propôs a pagar.

Assim, diante desse cenário, existe uma demanda não atendida totalmente pelo mercado. Surge então uma questão a ser respondida: Como atender a demanda pelo comércio de *smartphones* de segunda mão no Brasil, de forma a suprir os desejos e necessidades dos consumidores inseridos nesse nicho de mercado, sem a necessidade de empresas intermediárias atuando como revendedores?

#### 4 Métodos e técnicas utilizados

##### **Modelo de Negócio de (Re) Commerce: uma solução com foco no consumo e no consumidor**

<sup>4</sup> O valor se refere à pesquisa de preço realizada pelo autor nos *sites* das empresas Uzlet e Redial em outubro de 2015. Disponível em: <http://www.redial.net.br/>, 2015 e <http://uzlet.com.br/>. Acesso em 12 de outubro, 2015.

<sup>5</sup> Os valores referem-se à pesquisa de preço realizado pelo autor nos *sites* OLX e Mercado livre entre os dias 1 e 15 de outubro de 2015.

<sup>6</sup> O valor se refere à pesquisa de preço realizada pelo autor nos *sites* da empresa Redial em outubro de 2015.

<sup>7</sup> O valor se refere à pesquisa de preço realizada pelo autor nos *sites* das empresas Uzlet em outubro de 2015.

Uma possível solução para o problema proposto seria a criação de um *site* voltado para esse nicho de mercado que, como vimos, não é pequeno. Um *marketplace* pode atender a demanda de venda de *smartphones* usados existentes no mercado, sendo esse *site* apenas um intermediador entre o vendedor e o futuro comprador, não havendo compra e nem venda desses aparelhos por parte do *site*, mas sim por parte de seus usuários. O *marketplace* é uma loja virtual onde são comercializados bens e serviços. Esse modelo de negócio tem como diferencial a conexão direta entre cliente e fornecedor sem que haja intermediários. Garantindo a possibilidade de preços mais acessíveis, além do aumento da margem de lucro. (SEBRAE, 2012)

### **5 Descrição do produto ou processo**

Para tal, foram identificados por meio desse trabalho os principais pontos não atendidos pelas empresas existentes nesse segmento, sendo estas classificadas como concorrentes indiretos, pois, como visto, não existe ainda no mercado uma empresa consolidada que ofereça tal solução. Como produto final, busca-se desenvolver o projeto de um *site* e aplicativo versão beta para estudo. Tal instrumento servirá como laboratório a fim de testar suas funcionalidades e possíveis falhas. Para o desenvolvimento será utilizado uma plataforma gratuita de criação de *sites* a ser determinada a partir de estudos de viabilidade. Após o período de teste, o *site* será construído em definitivo com a colaboração de uma empresa parceira a título de patrocínio e com a colaboração de investidores.

### **Desenvolvimento do *site* e aplicativo**

Para se criar um *site* com a plataforma *marketplace* será necessário terceirizar essa tarefa, contratando uma empresa especializada. No mercado existem muitas empresas especialistas em criar *sites* com essas características. A empresa será escolhida através de processo de concorrência, sendo selecionada a que apresentar o melhor custo benefício.

O aplicativo deve ser mais que uma versão *mobile* do *site*, oferecendo recursos específicos, integrando redes sociais como *facebook* e *WhatsApp*, afim de tornar a experiência de utilização por parte do usuário surpreendente e intuitiva, e de fácil utilização.

Para iniciar o projeto de criação do *site* foi necessário o registro de um domínio no órgão responsável. O domínio registrado foi o [www.vendercelular.com.br](http://www.vendercelular.com.br) que será o endereço por meio do qual se dará o acesso. O nome do *site* foi definido como “Vender Celular”, um nome que busca de maneira simples e direta descrever o tipo de serviço oferecido pelo *site*, com objetivo estratégico de melhor indexação pelo motor de buscas da

*Google*, de forma a garantir maior tráfego na rede. Foi desenvolvida uma logomarca para o *site*, conforme mostra figura 3, a qual deverá ser também o ícone do aplicativo.

A cor verde presente na logomarca busca representar a preocupação da empresa em conscientizar as pessoas, que através do *(Re) Commerce* de *smartphones* é possível diminuir o aumento do lixo eletrônico, preservando a natureza e gerando benefícios financeiros para quem participa do processo.

**Figura 3. Logomarca *site* e aplicativo *vendercelular.com***



(Elaborado pelo autor, 2015).

### **Página inicial**

Na página inicial serão disponibilizadas informações sobre o serviço oferecido pelo *site*, formas de contato, cadastro, *login*, recuperação de senha, como comprar um *smartphone*, venda seu *smartphone*, tabela Valor-Phone que será mais bem explorada posteriormente neste trabalho. Será possível anunciar smartphones, peças e acessórios como fones de ouvidos, capinhas, e carregadores por exemplo.

### **Cadastro de usuário**

Campo do *site* destinado ao cadastro de usuários. Na página de cadastro serão solicitadas as seguintes informações: Nome e sobrenome; E-mail; *WhatsApp*; Endereço: Bairro, Cidade e Estado; Marca e modelo do *smartphone* que possui atualmente; Marca e modelo do *smartphone* que deseja comprar; Modelo do *smartphone* em desuso que deseja vender; Faixa de preço que pagaria pelo *smartphone* desejado; Cadastro de senha de acesso.

As informações sobre modelo e preço não são campos obrigatórios, ficando a critério do cliente seu preenchimento. Todavia o usuário é orientado a preencher essas informações para que sua experiência dentro da plataforma seja mais proveitosa, de forma a facilitar a busca pelo aparelho desejado e também à venda de seu atual aparelho. Ao se cadastrar no *site* o usuário declara estar de acordo com as políticas e normas do *site*.

### **Venda seu celular**

Nesta página o usuário irá anunciar seu *smartphone*, com as seguintes informações:

**a) Título do anúncio:** Descreva um título para seu anuncio, use palavras chaves para que

ele seja facilmente encontrado; **b) Marca do aparelho;** **c) Modelo;** **d) Cor;** **e) Tempo de uso;** **f) Estado de conservação:** Novo; Usado em perfeito estado; Usado com marcas; Usado com LCD ou touch danificado; Usado com outros defeitos; e sucata; **g) Tipo de negociação:** Vende, Troca, Vende ou troca, Doação; **h) Fotos do aparelho:** Máximo de 5 fotos em formato JPEG ou PNG; **i) Vídeo:** Informe o link do seu vídeo no Youtube; **j) Descrição do anúncio:** Descreva seu anúncio; **k) Meios de contato:** *WhatsApp*, email, ou Smart Chat?; **l) Disponibilizar oferta VIP?**

**Compre seu *smartphone*:** Um conjunto de instrumentos pretende facilitar a comercialização intercambiando informações: **a) Pesquisa geral:** Mecanismo de pesquisa em todo o site; **b) Filtros:** Marca; Modelo; Tempo de uso; Estado de conservação; Tipo de negociação; com vídeo; Estado; Cidade; Bairro; **c) Serviço Radar:** Permite localizar aparelhos que tenham sido anunciados próximos de onde o usuário estiver. O usuário clica em radar e, com base nas informações de preferências fornecidas durante seu cadastro na plataforma, ou por meio de informações dos filtros avançados, serão disponibilizados na tela de seu *smartphone* ou em seu computador, os anúncios de vendedores que estão por perto. Os filtros avançados permitirão o usuário refinar a sua busca por: Distância em quilômetros, bairro, cidade e estado. Ainda será possível selecionar a marca e modelo desejado, faixa de preços e estado de conservação. Por motivo de segurança, o sistema não fornece a localização exata dos usuários, fornecendo apenas a localização aproximada. Esse serviço não tem custo para os usuários, sendo totalmente gratuito; **d) Smart Chat:** Esse serviço consiste em um *chat* para contato e interação entre vendedores anunciantes e compradores interessados. O *chat* funcionará dentro do próprio *site* e aplicativo e servirá também para que os interessados no anúncio possam esclarecer eventuais dúvidas, que venham a ter sobre o *smartphone* anunciado sem precisar fazer contato por telefone, *WhatsApp* ou *email*. Através do chat é possível também enviar fotos dos aparelhos caso seja necessário. Esse recurso é gratuito; **e) Fechou:** O serviço fechou notificará os usuários quando um *smartphone* que atenda as suas necessidades for anunciado. A plataforma indica por meio de notificação na tela que existe um aparelho de seu interesse disponível para venda e por isso “fechou”. Logo após inicia se o contato entre os usuários através do Smart Chat. Para que isso ocorra, o sistema possuirá mecanismos de pesquisas que farão remotamente o levantamento do modelo de *smartphone* desejado com base nas informações fornecidas durante o cadastro, últimas pesquisas no *site*, e filtros. Cruzando essas informações, será capaz de promover o encontro entre vendedores e compradores, que



demonstrem interesses que possam indicar uma possível negociação, e assim a satisfação de suas respectivas necessidades; **f) Top List:** é o serviço que colocará anúncios em destaque no topo da página do *site* ou aplicativo, aparecendo sempre nas pesquisas de acordo com os filtros selecionados pelo usuário. O anunciante pagará um valor único de R\$ 10,00 para que seu anúncio fique em evidência pelo período de sete dias a contar da data de ativação. A cobrança será feita por ativação, podendo ser ativada quantas vezes o usuário desejar. Somente após o pagamento o serviço será ativado e o valor é referente a um anúncio, limitando-se a 5 anúncios simultâneos.

**Preço e formas de pagamento:** Haverá tarifação dos serviços e recursos em três categorias: Oferta VIP, por ativação; TOP List, por semana e Inserção de vídeo do YouTube. E os serviços não gratuitos oferecidos pelo *site* podem ser pagos da seguinte maneira: Via cartão de crédito, PayPal, Pag seguro, Mercado Pago ou Boleto bancário.

**Tabela Valor Phone:** A tabela Valor Phone contém o preço médio de todos os *smartphones* cadastrados no *site* e aplicativo. Semelhante ao que ocorre com os automóveis usados, onde existe uma tabela denominada tabela Fipe<sup>8</sup> contendo o preço médio de cada modelo de veículo.

A Tabela Fipe expressa preços médios de veículos no mercado nacional, servindo apenas como um parâmetro para negociações ou avaliações. Os preços efetivamente praticados variam em função da região, conservação, cor, acessórios ou qualquer outro fator que possa influenciar as condições de oferta e procura por um veículo específico. (Fipe, 2015)<sup>9</sup>

A tabela atuará como norteadora na precificação dos *smartphones*, e os usuários poderão consultá-la para saber a média de preço do aparelho que pretende vender ou comprar. Essa tabela será alimentada com base no banco de dados do próprio *site*, onde os usuários ao cadastrarem um anúncio fornecem informações com valor pelo qual estão ofertando seus aparelhos, marca, modelo, cor, estado de conservação, tempo de uso, e avarias. Com base nessas informações, será possível calcular a média de preço praticada pelo mercado, além de ser uma importante ferramenta para os usuários que vendem e que compram através da plataforma.

**Reputação:** O *site* Vender Celular busca garantir a segurança todos os usuários cadastrados, por isso tanto vendedores quanto compradores terão um sistema de reputação, a fim de alertar os usuários sobre possíveis golpes. Após cada contato em que o vendedor declarar o *smartphone* como vendido, este deverá avaliar a pessoa que comprou, e por sua

<sup>8</sup> Fipe: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.fipe.org.br/pt-br/indices/veiculos/>. Acesso em: 25 nov, 2015.



vez, a pessoa que comprou o aparelho também deverá avaliar o vendedor conforme os seguintes critérios:

**Avaliação do vendedor:** O vendedor lhe entregou o aparelho conforme negociado? Você recomendaria esse vendedor aos demais usuários do *site*? Dê sua opinião sobre a negociação com esse vendedor.

**Avaliação do Comprador:** O Comprador lhe pagou conforme negociado? Você recomendaria esse comprador aos demais usuários do *site*? Dê sua opinião sobre a negociação com esse comprador.

Em ambos os casos, as duas primeiras perguntas teriam opções fechadas, para rapidez de quem preenche e dinamismo no resultado. Já a última um espaço para comentar.

**Oferta VIP:** Ao anunciar, o vendedor terá a opção de disponibilizar seu produto somente para usuários que já tenham demonstrado pleno interesse em seu produto, por um período de tempo pré-determinado, o que aumenta as chances de venda. O usuário tem a opção utilizar o serviço “oferta VIP”. A oferta VIP permite segmentar o público alvo, para quem o anúncio será exibido com exclusividade, por determinado período de tempo. Por meio desse recurso, apenas usuários que desejam comprar um determinado modelo de *smartphone* em condições específicas receberão um alerta por meio de e-mail, e notificação no aplicativo informando que existe um ou mais aparelhos de sua lista de desejados a venda. Esse serviço será tarifado somente para o usuário comprador, á um custo fixo por ativação, e o usuário poderá usufruir por um período de 48 horas.

O vendedor não pagará pelo serviço, podendo utilizá-lo pelo tempo que desejar, e até permanentemente para aquele anúncio desde que respeitado o limite de uma ativação, existindo a possibilidade de desativar o recurso em um anúncio e ativar em outro. Caso o vendedor deseje ativar o serviço em mais de um anúncio ele passará a ser tarifado por cada nova ativação sem limites de ativação.

O serviço tem como objetivo promover a venda de maneira mais assertiva e segmentada, tornando o anúncio personalizado. Isso garante benefícios para vendedores e compradores uma vez que facilita a aquisição de um *smartphone* objeto de desejo do comprador, pois ele não precisará procurar pelo aparelho, nesse caso ele será notificado assim que houver uma oferta que esteja de acordo com o desejado. Já o vendedor terá maior chance de vender seu *smartphone* para alguém que já deseje comprar um modelo igual ao que ele dispõe para venda.

**Rentabilização do site:** O modelo de rentabilidade do negócio será dividido em mais de uma fonte de faturamento. A principal será o faturamento por meio de publicidade. O *site* será um veículo onde empresas de produtos afins pagarão para anunciar para um público selecionado e declaradamente fã de *smartphones* e seu universo. Alguns dos possíveis anunciantes são: Operadoras de telefonia celular, Produtoras de Aplicativos, Grandes varejistas, comercio de acessórios e peças para smartphone dentre outros. E, por fim, também rentabilizará através da cobrança da utilização de recursos avançados e serviços adicionais pelos usuários.

## 6 Considerações

Os objetivos propostos nesse trabalho foram parcialmente atingidos, à medida que se mostrou necessário uma pesquisa mais aprofundada no tema (*Re*) *Commerce* que não possui riqueza de referencias bibliográficas. Também para elaboração de um plano de negócios, será necessário contar com a ajuda de profissionais, sobre tudo nas questões financeiras, contábeis e fiscais. Contudo, no que diz respeito à solução do problema apresentado, o projeto do *site* se mostrou bastante promissor, e com o apoio de investidores, empresas incubadoras e aceleradoras, poderá se atingir as metas propostas para o negócio.

## Referências

BARBOSA RIBEIRO, Raquel *et all*, 2010 *apud* Gregson, Nicky; Crewe, Louise. (2003). *Second-hand cultures*. Oxford: Berg.

Fontaine, Laurence (ed.) (2008). *Alternative Exchanges. Second-Hand Circulations from the Sixteenth Century to the Present*. New York: Berghahn.

ONU Brasil - Organização das Nações Unidas. *Brasil produziu 1,4 milhão de toneladas de resíduos eletrônicos em 2014, afirma novo relatório da ONU*. Disponível em: <<http://nacoesunidas.org/brasil-produziu-14-milhao-de-toneladas-de-residuos-eletronicos-em-2014-afirma-novo-relatorio-da-onu/>>. Acesso em: 22 out. 2015

SEBRAE Nacional. *E-marketplace para os pequenos negócios*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Conhe%C3%A7a-as-vantagens-do-e%E2%80%93marketplace-para-os-pequenos-neg%C3%B3cios>> Acesso em 17 nov. 2015

VAN DAMME, Ilja, STOBART Jon (2010) *Modernity and the Second-Hand Trade: European Consumption Cultures and Practices, 1700-1900*. London: Palgrave Macmillan.