



distribuição

# Kuanto Kusta estuda marketplace de produtos alimentares

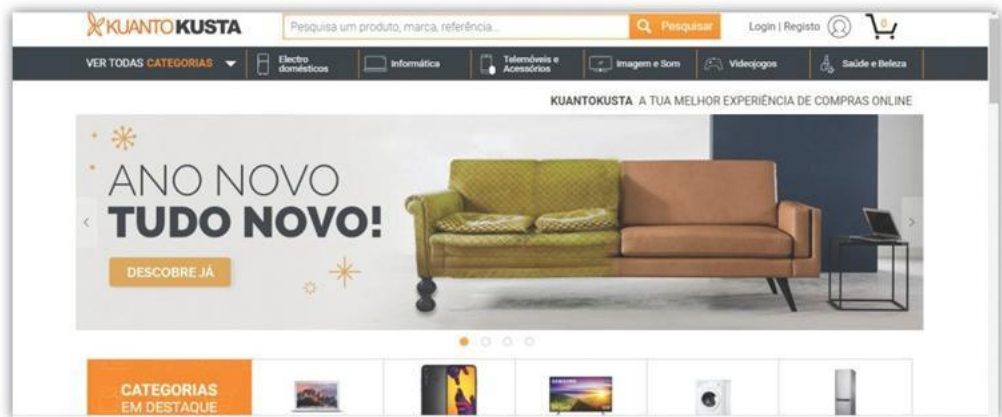
Depois de revolucionar o modelo de negócio para integrar um marketplace na sua plataforma, o QuantoKusta estuda agora o lançamento de uma loja online agregadora das marcas de supermercado

Rita Gonçalves

mailto:rgoncalves@hipersuper.pt  
photo: DR

**O** QuantoKusta está a estudar o lançamento de um marketplace de produtos de grande consumo. A marca, que nasceu em 2005 enquanto plataforma online de comparação de preços, lançou em novembro um marketplace de produtos de moda, eletrónica, saúde, beleza, entre outros setores, e estuda agora um modelo de negócio "inovador" para um marketplace de produtos alimentares que agregue as principais cadeias de distribuição alimentar com operação em Portugal, revelou, em entrevista ao HiperSuper, Paulo Pimenta, CEO do QuantoKusta.

"Gostávamos de entrar no mundo dos bens de grande consumo com um modelo de negócio diferente dos que já existem. Não há muitos players de retalho alimentar online e a nossa intenção é reunir com estes operadores para construir em conjunto um modelo de negócio inovador e que seja uma mais-valia para os consumidores. Desde que lançámos, em 2016, um comparador de preços para produtos de supermercado, que temos a ideia de lançar um marketplace que permita, por exemplo, comprar produtos do Continente, do Pingo Doce e



da Auchan na mesma plataforma e ter uma entrega única. Mas é um trabalho que leva o seu tempo, porque é preciso negociar com estas empresas que têm regras mais rígidas", explica.

O site do comparador de preços QuantoKusta integra, desde novembro, um marketplace, permitindo fazer compras dentro da própria plataforma. A mudança estratégica no modelo de negócio resulta da vontade de prestar um melhor serviço aos consumidores. "Ao longo dos anos, os utilizadores do QuantoKusta fizeram-nos sempre a mesma pergunta: 'Se fizer uma compra a partir do vosso site tenho a garantia de receber o meu produto e que vai correr tudo bem?'. Como não controlávamos o processo, porque os utilizadores eram reencaminhados para o site dos próprios vendedores na altura de fazer a compra, havia sempre o risco de alguma coisa correr menos bem. Agora que a transação é feita na nossa plataforma, conseguimos garantir aos nossos utilizadores que vai correr tudo bem", explica Paulo Pimenta.

## INVESTIMENTO DE DOIS MILHÕES DE EUROS

A empresa investiu cerca de dois milhões de euros para lançar o marketplace, um projeto construído em

sete meses. "A ideia nasceu em março e em novembro o marketplace estava online", comenta Paulo Pimenta.

A maior parte do investimento foi aplicado no recrutamento de uma equipa especializada, constituída por 20 pessoas. "Contratámos pessoas para o atendimento, para o marketing, técnicos para diversas áreas, entre outros". O restante valor foi aplicado no desenvolvimento de ferramentas para os vendedores que integram o marketplace, como um sistema que permite o acompanhamento em tempo real das suas vendas na plataforma, assim como no reforço da infraestrutura tecnológica. "Triplicámos a capacidade dos nossos servidores e investimos em consultoria para garantir a segurança do site e dos dados dos utilizadores", detalha.

A transação e o acompanhamento da venda estão a cargo do QuantoKusta. A faturação e a entrega do produto são da responsabilidade do vendedor. "A loja paga-nos uma comissão sobre cada venda feita através da nossa plataforma. Acreditamos que é um modelo que nos motiva a todos a trabalhar bem, porque se a transação não correr bem ninguém recebe o seu valor", sustenta Paulo Pimenta. Até à primeira quinzena de dezem-

bro, o marketplace contava com 85 lojas ativas e cerca de 229 mil artigos à venda. A previsão é ter 500 lojas e dois milhões de produtos à venda no marketplace até ao final de 2019.

## MARKEPLACE DÁ MARGENS SUPERIORES

A empresa estima alcançar o retorno do investimento no último semestre de 2019. "A vantagem do modelo de marketplace é que, por obrigar a um registo no site, permite saber mais sobre os nossos utilizadores, comunicar com eles com frequência e incentivar a compra. A margem para o QuantoKusta é muito superior ao do modelo de comparador de preço que consiste no custo por clique", explica. Paulo Pimenta prevê ter fechado 2018 com um volume de negócios de 2,3 milhões de euros, um crescimento de 40% face ao ano anterior. Em 2019, já com um ano completo do modelo de marketplace, o QuantoKusta estima duplicar a cifra para um total de 4,5 milhões de euros de faturação.

"Este ano já vamos ter mais faturação proveniente do modelo de marketplace do que do modelo de comparador de preços. No segundo semestre deste ano, seremos líderes do mercado de marketplaces em volume de vendas em Portugal", afirma. ■