

CENTRO UNIVERSITARIO SÃO CAMILO
Curso de Graduação em Administração

Camile Coutinho Garcia

Lais Rocha Lopes

PLANO DE NEGÓCIO:

CASA BELA: DISTRIBUIÇÃO DE ITENS DE COMÉRCIO POPULAR UTILIZANDO
MARKETPLACE

São Paulo

2022

Camile Coutinho Garcia

Lais Rocha Lopes

PLANO DE NEGÓCIO:

**CASA BELA: DISTRIBUIÇÃO DE ITENS DE COMÉRCIO POPULAR UTILIZANDO
*MARKETPLACE***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração do Centro Universitário São Camilo, orientado pelo Professor Ms. Gilberto Back, como requisito parcial para obtenção do título de Administrador.

São Paulo

2022

Camile Coutinho Garcia

Lais Rocha Lopes

PLANO DE NEGÓCIO:

**DISTRIBUIÇÃO DE ITENS DE COMÉRCIO POPULAR UTILIZANDO
*MARKETPLACE***

X

Gilberto Back
Professor orientador

X

Cristiano Correa
Professor Examinador

X

Thiago Simões
Professor Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus, por ter nos dado saúde e força para superar todas as nossas dificuldades.

Nossos agradecimentos também irão ao professor orientar Gilberto Back e a todos os professores que sempre estiveram dispostos a contribuir para a realização deste projeto. Aos nossos familiares pela paciência e apoio que nos deram em toda a trajetória do curso.

RESUMO

Os avanços tecnológicos e a mudança no perfil do consumidor sobre compras *on-line* durante e após a pandemia do Covid-19 mostrou os mercados de *e-commerce* com grande potencial e alertou as empresas para se fortalecerem nesse mercado. As plataformas de *marketplace* mostraram-se extremamente importantes para esses avanços, possibilitando principalmente para os pequenos empresários disponibilizarem seus produtos nessas plataformas. A Casa Bela é um desses empreendimentos que pretende vender e distribuir seus produtos utilizando dessas plataformas, pois atualmente vende seus produtos de cama, mesa, banho e itens do comércio popular em geral para casa apenas em sua loja física na Zona Norte de São Paulo. Para isso, foi construído um referencial teórico sobre o assunto, uma pesquisa quantitativa para entender as preferências dos consumidores sobre os itens vendidos e plataformas preferidas, assim como um estudo comparativo aprofundado diferentes plataformas de *marketplace*. Os resultados do estudo mostraram que a plataforma que melhor atende aos objetivos da Casa Bela é o Mercado Livre, sendo que após essa definição foi realizado um estudo dos concorrentes e discutido as principais dificuldades e custos para entrar nesse universo de compras on-line.

Palavras-chave: *marketplace*; vendas *on-line*, mercado livre; *e-commerce*.

ABSTRACT

The technological advances and the change in consumer profile about online shopping during and after the Covid-19 pandemic showed the e-commerce markets with great potential and alerted companies to strengthen themselves in this market. Marketplace platforms have proven to be extremely important for these advances, making it possible especially for small entrepreneurs to make their products available on these platforms. Casa Bela is one of these enterprises that intends to sell and distribute its products using these platforms, because it currently sells its bed, table, bath, and general popular trade items for home only in its physical store in the North Zone of São Paulo. For this, a theoretical reference about the subject was built, quantitative research to understand consumer preferences about the items sold and preferred platforms, as well as an in-depth comparative study of different marketplace platforms. The results of the study showed that the platform that best meets the objectives of Casa Bela is Mercado Livre, and after this definition a study of competitors was carried out and discussed the main difficulties and costs to enter this universe of online shopping.

Keywords: *marketplace; online sales; mercado livre; e-commerce.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Constituição da empresa.....	15
Figura 2. As 5 forças de Porter.....	21
Figura 3. Esboço de Marketplace.....	26
Figura 4. Resumo do perfil do consumidor da loja física.....	29
Figura 5. Gráfico da distribuição por faixa etária.....	31
Figura 6. Gráfico da distribuição por gênero.....	32
Figura 7. Gráfico da distribuição por estado civil.....	33
Figura 8. Gráfico da distribuição por escolaridade.....	34
Figura 9. Gráfico da distribuição por ocupação.....	35
Figura 10. Gráfico da distribuição por renda.....	36
Figura 11. Gráfico da frequência de compras <i>on-line</i>	37
Figura 12. Gráfico sobre os métodos de pagamento.....	38
Figura 13. Gráfico sobre os sites conhecidos.....	39
Figura 14. Gráfico sobre os sites que já utilizou.....	40
Figura 15. Gráfico sobre os sites preferidos.....	41
Figura 16. Gráfico sobre as preferências.....	42
Figura 17. Gráfico sobre itens que compraria <i>on-line</i>	43
Figura 18. Gráfico de gênero e faixa etária de quem prefere Mercado Livre.....	45
Figura 19. Gráfico de gênero e renda de quem prefere Mercado Livre.....	46
Figura 20. Gráfico de gênero e faixa etária de quem não compraria nenhum produto.....	48
Figura 21. Quadro dos concorrentes de jogo de cama (lençol, fronha e edredom)...	53
Figura 22. Quadro dos concorrentes de travesseiro.....	54
Figura 23. Quadro dos concorrentes de travesseiro.....	55
Figura 24. Quadro dos concorrentes de jogo de poltrona infantil.....	56
Figura 25. Quadro dos concorrentes de jogo de toalha (banho e rosto).....	57
Figura 26. Quadro dos concorrentes de puff (quadrado).....	58
Figura 27. Quadro dos concorrentes de tapete (veludo).....	59
Figura 28. Quadro dos concorrentes de pano de prato (10 unidades).....	60
Figura 29. Quadro dos concorrentes de toalha de mesa (retangular).....	61
Figura 30. Quadro de concorrentes de sapateira de madeira (vertical).....	62
Figura 31. Quadro dos concorrentes de baú (retangular).....	63
Figura 32. Quadro dos concorrentes de manta de sofá (retangular).....	64
Figura 33. Ranking dos principais e-commerce do Brasil.....	69
Figura 34. Lista dos principais sites do Brasil classificados por tráfego.....	70
Figura 35. Selos do MercadoLíder.....	72
Figura 36. Planos ofertados pelo Mercado Livre.....	73
Figura 37. Quadro custo frete grátis regiões sul/ sudeste do país.....	75
Figura 38. Quadro tarifa por estoque antigo.....	76
Figura 39. Quadro custo por envio de retirada de estoque antigo.....	77
Figura 40. Método de logística Shopee.....	80
Figura 41. Tabela de comissão da Amazon.....	83
Figura 42. Tarifa de logística da Amazon.....	85

Figura 43. Tarifa para frete grátis da Amazon	86
Figura 44. Comissão por venda realizada da Americanas S.A	89
Figura 45. Tarifa para frete grátis da Americanas S.A	91
Figura 46. Tarifa para frete subsidiado da Americanas S.A	92
Figura 47. Comissão para venda no modelo parcelado da Magazine Luiza	94
Figura 48. Comissão para venda no modelo antecipado da Magazine Luiza	95
Figura 49. Tarifa para frete grátis da Magazine Luiza	97
Figura 50. Comissão por venda da Via Varejo	98
Figura 51. Análise das plataformas marketplace.....	100
Figura 52. Fotos dos anúncios Mercado Livre.....	105
Figura 53. Fotos da loja Casa Bela	107
Figura 54. Fotos do interior da loja Casa Bela	107
Figura 55. Fotos das prateleiras da loja Casa Bela.....	108
Figura 56. Fotos do interior da loja Casa Bela	108
Figura 57. Fluxograma da logística do início das vendas no Mercado Livre	111
Figura 58. Fluxograma da logística de venda no Mercado Livre	113
Figura 59. Quadro investimentos	117
Figura 60. Quadro de estimativa de lucro bruto	119
Figura 61. Quadro de estimativa de lucro líquido	121
Figura 62. Quadro de resultado líquido por produto.....	123
Figura 63. Quadro da Análise Swot.....	125

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Distribuição por faixa etária	31
Tabela 2. Distribuição por gênero	32
Tabela 3. Distribuição por estado civil	33
Tabela 4. Distribuição por escolaridade	34
Tabela 5. Distribuição por ocupação	35
Tabela 6. Distribuição por renda	36
Tabela 7. Distribuição por frequência que realiza compras <i>on-line</i>	37
Tabela 8. Distribuição por métodos de pagamento	38
Tabela 9. Distribuição por sites conhecidos	39
Tabela 10. Distribuição por sites que já utilizou	39
Tabela 11. Distribuição por sites preferidos	41
Tabela 12. Distribuição por motivos para preferência	42
Tabela 13. Distribuição por itens que compraria <i>on-line</i>	43
Tabela 14. Perfil de quem prefere mercado livre por gênero e faixa etária	44
Tabela 15. Perfil de quem prefere mercado livre por gênero e renda	46
Tabela 16. Perfil de quem não compraria nenhum produto por gênero e faixa etária	48
Tabela 17. Perfil de quem e quantos produtos comprariam por gênero e faixa etária	49
Tabela 18. Descrição dos produtos	104
Tabela 19. Quantidade de foto por produto	115

SUMÁRIO

CENTRO UNIVERSITARIO SÃO CAMILO	1
1. INTRODUÇÃO	13
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	15
2.1 Missão da empresa	15
2.2 Fonte de recursos	16
3. REFERENCIAL TEÓRICO	17
3.1 Empreendedorismo.....	17
3.2 Comércio <i>on-line</i>	20
3.3 <i>Marketplace</i>	25
4. ANÁLISE DE MERCADO.....	29
4.1 Estudo dos clientes.....	29
4.2 Pesquisa de Mercado.....	30
4.2.1 Distribuição por faixa etária.....	31
4.2.2 Distribuição por gênero	32
4.2.3 Distribuição por estado Civil	33
4.2.4 Distribuição por escolaridade.....	34
4.2.5 Distribuição por ocupação.....	35
4.2.6 Distribuição por renda.....	36
4.2.7 Distribuição por frequência que realiza compras <i>on-line</i>	37
4.2.8 Distribuição por métodos de pagamento	38
4.2.9 Distribuição por <i>sites</i> conhecidos	39
4.2.10 Distribuição por <i>sites</i> que já utilizou	39
4.2.11 Distribuição por <i>sites</i> preferidos.....	41
4.2.12 Distribuição por motivos para preferência.....	41
4.2.13 Distribuição por itens que compraria <i>on-line</i>	42
4.2.14 Distribuição perfil de quem prefere mercado livre por gênero e faixa etária	44
4.2.15 Distribuição perfil de quem prefere mercado livre por gênero e renda	46
4.2.16 Distribuição perfil de quem de quem não compraria nenhum produto por gênero e faixa etária	48
4.2.17 Distribuição perfil de quem e quantos produtos comprariam por gênero e faixa etária	49
4.2.18 Resultados	51
4.3 Estudo dos concorrentes	51

4.3.1 Concorrentes de jogo de cama.....	53
4.3.2 Concorrentes de traveseiro	54
4.3.3 Concorrentes de jogo de panela	55
4.3.4 Concorrentes de poltrona infantil	56
4.3.5 Concorrentes de jogo de toalha	57
4.3.6 Concorrentes de puff.....	58
4.3.7 Concorrentes de tapete.....	59
4.3.8 Concorrentes de pano de prato.....	60
4.3.9 Concorrentes de toalha de mesa.....	61
4.3.10 Concorrentes de sapateira.....	62
4.3.11 Concorrentes de baú	63
4.3.12 Concorrentes de manta de sofá	64
4.4 Estudo dos fornecedores	65
5. PLATAFORMAS DE <i>MARKETPLACE</i>	68
5.1 Mercado Livre.....	68
5.2 Shopee	78
5.3 Amazon	81
5.4 Americanas S.A	87
5.5 Magazine Luiza	92
5.6 Via Varejo.....	97
6. ANÁLISE DAS PLATAFORMAS	100
7. PLANO DE MARKETING.....	103
7.1 Descrição dos principais produtos.....	103
7.2 Estratégia promocional Mercado Livre.....	105
7.3 Localização do negócio	106
8. PLANO OPERACIONAL	110
8.1 Processos operacionais	110
8.2 Necessidade de Funcionários	114
9. PLANO FINANCEIRO	116
9.1 Investimento Total.....	117
9.2 Estimativa de Lucro	119
9.3 Estimativa de custo.....	123
10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	125
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	127
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	129
APÊNDICE A – Perguntas das pesquisas de mercado	153

APÊNDICE B – Orçamento fotógrafo.....	
APÊNDICE C – Custo de embalagem	161
APÊNDICE D – Tabela anúncio clássico Mercado Livre	162
APÊNDICE E – Tabela anúncio premium Mercado Livre	163

1. INTRODUÇÃO

O comércio *on-line* é uma ótima oportunidade de expansão de negócio, principalmente para quem já tem um comércio físico. As despesas físicas são maiores e é focada só na região alocada. Estar em alguma plataforma *marketplace* retrata um aumento de vendas, funcionamento a todo momento e envio para qualquer lugar do mundo, tendo um alcance perceptível, alavancando seus processos e sua fonte de renda.

O objetivo deste plano de negócio é a introdução de itens do comércio popular do comércio físico Casa Bela, também conhecido pela razão social JBL DA SILVA MAGAZINE, para vendas via *marketplace*.

Ao longo do desenvolvimento do plano, foi estudado as plataformas *marketplace*, visualizando qual as regras, custos, logísticas, modelo de vendas e concorrentes.

Além disso, foi realizado um formulário de pesquisa com intuito de descobrir qual seria o *marketplace* mais conhecido, utilizado e escolhido pelo público. Junto a isso, desvendando qual seria o perfil dos compradores *on-line*.

Foram selecionados alguns itens mais representativos para serem testados como produtos iniciais vendidos em uma plataforma de *marketplace*.

Para isso, este estudo está estruturado em capítulos estratégicos abordando os principais tópicos de um plano de negócios que sejam aplicáveis para esse modelo de negócios.

O capítulo 3 apresenta uma discussão teórica sobre os principais tópicos estratégicos que seriam tratados no estudo. Esse estudo possibilitou o conhecimento necessário inicial para o desenvolvimento do plano de negócios, pois mostrou elementos importantes sobre empreendedorismo, comércio *on-line* e *marketplace*.

O capítulo 4 é destinado a análise do mercado, utilizando de ferramentas e conhecimentos adquiridos ao longo do curso foi realizado o estudo dos clientes, estudo dos concorrentes e fornecedores.

Nos capítulos 5 e 6 os autores se debruçaram em um estudo descritivo, comparativo e analítico das principais plataformas de *marketplace* no Brasil, como Mercado Livre, Shopee, Amazon, Americanas, Magazine Luiza e Via Varejo.

O plano de marketing apresentado no capítulo 7 mostra a descrição dos produtos selecionados, as estratégias promocionais utilizadas para a plataforma escolhida de talhes da localização do negócio.

No capítulo 8 o leitor irá encontrar o plano operacional, onde todos os pontos estudados começam a convergir em ações práticas.

O plano financeiro desse estudo é detalhado no capítulo 9, mostrando toda estrutura de custos, comissões, frete e lucro. Além disso foi realizado um estudo de projeção de aumento das vendas.

O capítulo 10 mostra uma avaliação estratégica, utilizando a análise SWOT, uma clássica ferramenta de *marketing* que nos mostra pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do negócio.

Por fim o capítulo 11 apresenta as considerações finais, com análises de todo o processo de desenvolvimento desse estudo, assim como possibilidades de continuação desse estudo no futuro.

Acredita-se que com essa estrutura, o leitor encontre nesse documento informações relevantes sobre o mercado de *marketplace* e os principais desafios e benefícios apresentados mercado.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

O intuito da realização desse plano de negócio é a implantação de vendas *on-line* na empresa JBL DA SILVA MAGAZINE, com o nome fantasia Casa Bela, Cama, Mesa e Banho. Com isso, foi realizado um estudo das plataformas de *marketplace* para encontrar a empresa que mais se adequa ao ramo em que a Casa Bela está inserida. Com o estudo, foi possível identificar a plataforma em que possui a maior visibilidade no mercado e uma opção afável para a empresa iniciar suas vendas via *marketplace*.

O único titular da empresa que arca com todas as responsabilidades da empresa é o senhor José Benevides. O proprietário possui experiência de 28 anos no mercado varejista de artigos de cama, mesa e banho. Com sua vasta experiência nesse ramo, ele possuiu influência na região onde se localiza a empresa, como também, trabalha com fornecedores que são referência nesse ramo de negócio. Com o crescimento da empresa, o proprietário pretende expandir seus negócios implementando as vendas via *marketplace*.

Figura 1. Constituição da empresa

NOME DA EMPRESA	J.B.L. DA SILVA MAGAZINE ME
NOME FANTASIA	CASA BELA, CAMA, MESA E BANHO
CNPJ	10.783.022/0001-29
ATIVIDADE ECONÔMICA	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho
PORTE	Microempresa (ME)
DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA	Empresário Individual
LOCALIZAÇÃO	AV DEPUTADO CANTIDIO SAMPAIO, 5171
ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	Simples Nacional

Fonte: Elaboração própria, 2022

2.1 Missão da empresa

“Fornecedor artigos de cama, mesa e banho com qualidade e preço justo para o mercado popular varejista”.

2.2 Fonte de recursos

A Casa Bela pretende alavancar suas vendas, e para isso, foi realizado um estudo das principais plataformas de marketplace do mercado brasileiro. Com o resultado do estudo foi selecionada o Mercado Livre como a empresa que inicialmente comercializar os produtos ofertados pela Casa Bela.

O motivo da escolha é por se tratar de uma empresa que possui a maior visibilidade de e-commerce do Brasil e, pela pesquisa realizada de mercado, por ser a preferida dos consumidores.

Para iniciar as venda on-line foi escolhido 12 categorias de produtos, sendo no total 17 itens que serão comercializados. A seleção foi realizada com a análise dos produtos que mais se destacam pela quantidade de vendas na loja física.

No ambiente de vendas on-line, a venda por longa escala é um fator crucial para a sobrevivência das empresas nas plataformas de marketplace. Pois essas empresas cobram um alto custo para anunciar os produtos.

O investimento total para a implantação das vendas on-line é de R\$1.863,80 reais. Esse investimento condiz com os custos das embalagens e pela contratação de fotógrafo para a realização das fotos dos anúncios.

Foi realizado uma projeção de cenário financeiro de lucro bruto, concluindo-se que o resultado médio bruto de vendas on-line será aproximado em relação ao da loja física se a empresa aumentar 80% de suas vendas no ambiente virtual.

Como o proprietário da empresa Casa Bela não autorizou o compartilhamento de informações financeiras, haverá uma carência de análise do lucro líquido obtido pela loja física em comparação com a construção do cenário do lucro líquido projetado para venda no Mercado Livre. Assim, foi elaborado a projeção de lucro líquido apenas das vendas on-line.

Nessa projeção destaca-se que com o crescimento de 20% das vendas, a empresa terá um lucro líquido de R\$ 817,93 reais no Clássico e no Premium R\$ 716,67 reais. No caso de crescimento de 80% das vendas, a Casa Bela terá de lucro líquido o valor de R\$ 3.249,49 reais (Clássico) e R\$ 2.845,53 reais (Premium).

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O presente trabalho trata-se de um plano de negócios para abertura de um comércio *on-line* utilizando como estratégia inicial à distribuição de produtos por meio de plataformas de *marketplace*.

Como esse estudo tem sua realização em um ambiente acadêmico, faz-se necessário uma breve discussão acerca dos referenciais teóricos sobre os assuntos-chaves em questão. Essa discussão, além de permitir aos leitores o melhor entendimento e familiarização dos assuntos e terminologias técnicas, também, serve como um guia dos estudos dos integrantes do grupo para formar um arcabouço teórico sobre como se encontra o estado da arte sobre os temas abordados. Esse levantamento prévio também se faz necessário para atualização dos conceitos e aplicação, uma vez que o assunto principal está relacionado com empreendedorismo no ambiente digital, um ambiente em constante mudança e que teve avanços acelerados no período da COVID-19.

Por fim, a discussão teórica tem a função de auxiliar na formação correta de opiniões dos autores desse estudo, tomando como base outros autores que já discutiram e pesquisaram sobre esses assuntos. Dessa forma, esse levantamento também ajuda na qualidade da elaboração do plano de negócios, garantindo mais assertividade nas escolhas tomadas no novo empreendimento.

O referencial inicia-se pelo olhar sobre empreendedorismo, avançando para a discussão sobre empreender *on-line*, os conceitos de *e-commerce* e de *marketplace*.

3.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo foi escolhido como tema inicial para essa discussão, uma vez que esse estudo irá resultar em um plano de negócios.

O empreendedorismo tem como intuito identificação de oportunidades, atraindo e absorvendo recursos e capacitação para realizar a criação de um negócio ou projeto a fim de trazer resultados, mudanças, impactos benéficos para a sociedade.

Segundo SCHUMPETER (1949), citado por DORNELAS (2015), diz que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Já DORNELAS (2015, p. 28), diz que o termo “empreendedorismo” pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e com isso levando a negócios de sucesso.

Sendo assim, a ampla visão do empreendedor vem se modificando diante as mudanças e a constante modernização do mundo, possibilitando trazer variedades de significados ou até mesmo desenvolvendo novas oportunidades, ideias e criações diversificadas no mercado atual, seja ele, presencial ou *on-line*.

DORNELAS (2015, p. 23, 24), aponta diversas características diante os empreendedores de sucesso, destaca-se aqueles que são visionários, tomam decisões e fazem a diferença, exploram oportunidades, determinados e dinâmicos, dedicados, otimistas, independentes, geram riqueza, são líderes e constituem de um bom *networking*, organizados, estão em constante planejamento e conhecimento, assumem riscos e dão criação de valor para a sociedade, ou seja, o surgimento de determinado produto ou serviço é aumentado diante as estratégias feitas por esse empreendedor, gerando um diferencial e vantagem competitiva.

Diante isso, é possível destacar a importância do empreendedorismo e do empreendedor no processo de visualização de oportunidades, a fim de entender seus conceitos e aplicar com o seu desenvolvimento e conhecimentos, em criações eficientes e eficazes que geram uma determinada mudança ou transformação na sociedade. Sendo muitas vezes de uma determinada ideia já existente ou da origem de negócios, projetos e movimentos, com intuito de gerar um cunho forte e com impactos benéficos.

O empreendedorismo atualmente, não é discutido apenas para empresas físicas, aliás, atualmente é muito comum que o olhar empreendedor também se atente ao universo *on-line*.

De acordo com GOMES (2003, p. 10), é possível ter a visualização de diversos conceitos e termos de uma pessoa titulada empreendedor, pode ser visto como “e-empendedor”, “web-empendedor” ou “empendedor virtual”. Sendo mais utilizado devido as mudanças no mundo da tecnologia e a ramificação e as diversas distribuições de novos negócios que o empendedor vem encontrando no mundo *web*. O autor ainda destaca que o empendedor virtual

(..) deve ser um indivíduo que possua todos os requisitos necessários para ser um empendedor, com algumas qualidades mais evidentes, como gerenciamento de inovação o, identificador de tendências, descobridor de nichos e principalmente deve conhecer muito bem o ramo em que atua. Desta forma, em geral é mais comum encontrar neste ramo (GOMES, p. 15).

Pode-se observar que quando um empendedor encara esse cenário virtual, é possível que se depare com alguns desafios durante sua trajetória, desde a ideia formulada, desenvolvimento e a implementação desta. Isto, porque é visível que muitas mudanças requerem recursos financeiros para a busca de informações e conhecimentos, além de estarem constantemente lidando com as dificuldades de doação de tempo para determinado projeto que está sendo ocasionado no meio digital.

Portanto cabe ao responsável de criação de ideias e novos negócios, reter qualidades e experiencias, a fim de apresentar uma boa aplicabilidade de recursos e com isso gerando um projeto firme, consistente e de maneira positiva para os que irão usufruir de determinada oportunidade lançada.

Vale ressaltar os diversos riscos que os empreendedores podem estar enfrentando diariamente, seja eles diante impactos ou eventos positivos ou negativos, e riscos com fontes diferentes, como os clientes, fornecedores, governo, funcionários ou concorrentes. Isto é, devido a estar exposto a dúvidas e desconhecimento nos processos de responsabilidade com público, leis e cláusulas e possível plágio de produtos ou serviços.

Segundo KEMPINSK (2015), algumas sugestões para o início são estar diante um bom advogado, a fim de avaliar possíveis contratos de fornecimento, venda, trabalho e práticas trabalhistas. Um contador, para lidar com os devidos impostos a

serem recolhidos de maneira correta, além disso, mapear todos os riscos dos negócios, seja eles mercadológicos, de concorrência, tecnológicos, levando em consideração a listagem de cada ramo.

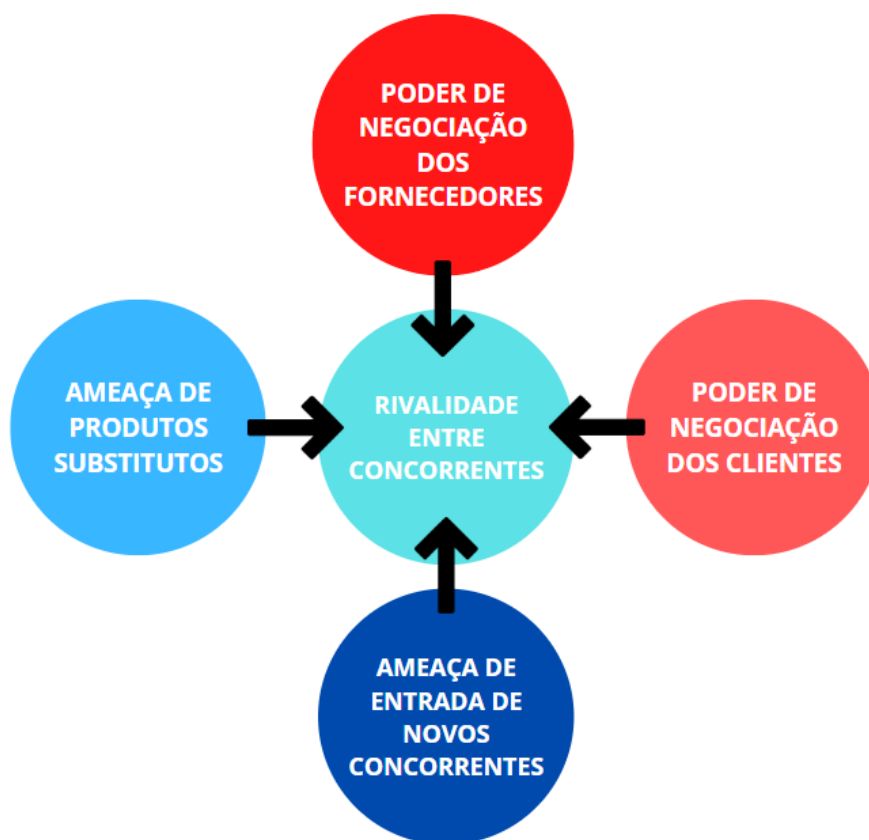
Portanto, é de extrema importância estar de acordo com os possíveis riscos e perigos que podem ser encontrados ao longo da trajetória e com isso traçar estratégias empreendedoras e positivas para o objetivo buscado.

3.2 Comércio *on-line*

O comércio *on-line* trata-se de uma atividade mercantil, na qual faz a interação eletrônica entre a empresa e seu consumidor. Esse ramo de comércio tornou-se uma ferramenta estratégica para as organizações, tendo em consideração que ele favorece a empresa em novas formas de captação de clientes, ou seja, os vendedores identificam os seus consumidores em potencial e realizam ações para que ocorra o contato com a empresa e que esse processo possa conduzir fechamento da comercialização, sendo que, e esse tipo de comércio aprimora a competitividade nos negócios.

As 5 forças de Porter (1979) é uma ferramenta utilizada para analisar o mercado competitivo que a empresa está inserida e para melhorar o seu posicionamento diante da concorrência. A ferrada analisa os seguintes fatos:

Figura 2. As 5 forças de Porter



Fonte: Elaboração própria, 2022 baseado em Porter, 1979

O primeiro fator a ser analisado é a rivalidade entre concorrentes. A empresa precisa saber qual é seu concorrente direto, para que assim, possa desenvolver estratégias para ter um diferencial competitivo. A ameaça de produtos substitutos investiga novas empresas que possa substituir produtos existentes. A análise do poder de negociação dos fornecedores determina a relação da empresa com os fornecedores, dependendo do tipo de mercado que a companhia está inserida, esse poder pode significar um grande impacto nos negócios. A ameaça de entradas de novos concorrentes pode influenciar para que os preços dos produtos diminuam, pois aumenta a oferta no mercado. O poder de barganha dos clientes é essencial para que a empresa aumente a competitividade do mercado pois, com esse poder, os consumidores possuem capacidade de discutir sobre propostas de preço dos produtos que a empresa está comercializando.

Na internet, um único cliente pode ter grande poder de barganha, as ferramentas *on-line* geram o embasamento dessa força, tendo em vista que elas

evidenciam os valores praticados pela concorrência, possibilitando novos fornecedores, como também, o relato das experiências de pessoas que já compraram o produto.

A diversidade de produtos inseridos nesse ramo de mercado aumentou drasticamente, tendo em vista que é possível que um mesmo consumidor possa comprar roupas como também passagens aéreas. A compreensão de valor do comércio eletrônico se forma diante a análise das possíveis transformações dos ambientes tradicionais para o *on-line*. Por ser a opção mais tradicionalista, a venda direta era a principal forma de se pensar quando se trata na obtenção de lucros em uma relação vendedor e consumidor, mas com o passar dos anos, a utilização do comércio *on-line* como um intermediário entre essas transações se tornou uma ferramenta estratégica para as empresas, pois essa permite visualizar um acréscimo de valor a um negócio, ou seja, é uma oportunidade para que a empresa possa oferecer aos seus clientes melhores experiências.

A visão do comércio eletrônico, como qualquer tipo de apoio de transações comerciais por meio do uso de infraestrutura digital, tem a vantagem de englobar uma gama variada de utilizações da Web para favorecer ou incentivar transações comerciais (DINIZ, 1999, p.73).

Ou seja, diante do cenário atual, o comércio eletrônico funciona tanto como o pré-venda (instrumento de promoção do produto), como também o canal de vendas da sua empresa e o pós-venda (atendimento ao cliente após a compra do produto).

A diferença entre uma loja virtual e uma loja física é a interface com seu cliente, sendo que com loja virtual essa interface é presencial e na loja física essa interface é *on-line*. Com isso, a forma com que a empresa é apresentada ao seu cliente é diferente.

Fatores ambientais compõe um produto, sons, cores, aromas, textura podem aumentar a probabilidade de venda. Nas lojas *on-line* o uso de ferramenta do marketing *mix*¹ como propagandas, *displays* e *merchandising*² são facilitadores de

¹ Marketing Mix: é uma técnica que serve para influenciar o público a consumir um produto, serviço ou proposta de uma determinada marca.

² Merchandising: conjunto de atividades e técnicas mercadológicas que dizem respeito à colocação de um produto no mercado em condições competitivas, adequadas e atraentes para o consumidor

compras dos consumidores e aumentam o tempo de permanência nos *sites*, resultando assim, uma nova compra.

Segundo um estudo realizado por LARÁN (2003, p. 45), a construção de um *site* de vendas deve ser interativa, ter legibilidade e capacidade de estimulação. Isso contribui para que seu consumidor tenha uma experiência mais próxima que é desempenhado pelas lojas físicas e torna as compras menos “técnicas”.

Essas transformações e criações de transações dentro da internet, deu origem a terminologias próprias, uma das mais conhecidas popularmente é o chamado *e-commerce*,

O *e-commerce*, é uma abreviação de *electric commerce*, também chamado e traduzido para comércio eletrônico. Comtempa esse comércio, todo tipo de transação comercial realizada por intermédio de algum aparelho eletrônico, como computadores, *smartphones* e *tablets*. A partir desse canal de venda, é possível ser ofertado diversos tipos de produtos e serviços, centralizando suas operações, alavancando sua forma de compra e venda, e assegurando mais clientes e consumidores.

Segundo KOTLER (2000, p. 681), o termo *e-commerce* descreve uma ampla variedade de transações eletrônicas, como o envio de pedidos de compra para os fornecedores via *Electronic Data Interchange* (troca eletrônica de dados ou EDI), destacando diversas formas para realizar essas ações de troca, como o uso de *fax* e *e-mail* para condução das transações, caixas eletrônicos e cartões magnéticos, facilitando pagamentos e a obtenção de dinheiro digital.

É válido mencionar que o autor destaca dois existentes tipos canais de *e-commerce*, sendo comerciais e a internet.

Canais comerciais: várias empresas estabeleceram serviços de informação e de e-marketing que podem ser acessados por aqueles que assinam o serviço e pagam uma taxa mensal. (...) Esses canais fornecem informações (notícias, bibliotecas, educação, viagens, esportes, consultas), entretenimento (diversão e jogos), serviços de compra, oportunidades e diálogos (informativos, fóruns, salas de bate-papo) e e-mail.

A Internet: a Internet é uma malha global de redes de computadores que tornou possível a comunicação global instantânea e descentralizada. (...) Eles podem enviar e-mails, trocar experiências, comprar produtos e acessar notícias, receitas e informações sobre arte e negócios. A Internet em si é grátis, embora os usuários individuais precisem de um provedor de serviços da Internet para estarem conectados a ela. (KOTLER, p.681)

É de grande importância o sistema de *e-commerce* devido as diversas facilidades, oportunidades e rapidez ao executar uma compra *on-line* em comparação ao tempo de deslocamento a uma loja física, o tempo esperado numa fila de caixa ou até mesmo um determinado produto ou serviço não estar mais disponível fisicamente, e haver unidades em estocagem. Além de que as compras podem ser realizadas em qualquer local, horário e com total privacidade, dando a possibilidade de livre escolha e acesso.

KOTLER (2000, p. 683), coloca em pauta alguns benefícios diante o serviço *on-line*, é ressaltado a Conveniência, o qual os clientes podem fazer pedidos de produtos 24 horas por dia, onde estiverem. Além disso, realça a Informação, onde os clientes podem encontrar dados comparativos sobre as empresas, produtos, concorrentes, preços sem ter nenhum tipo de deslocamento, e por último, o autor evidencia a comodidade, a fim de que não há necessidade de os clientes lidarem com vendedores e não aguardam em filas.

Durante o ano de 2020, diante a pandemia do COVID-19, muitas lojas e comércios físicos sofreram mudanças com o decreto pautado pelo Governador do Estado de São Paulo, João Doria, determinando medidas de proteção e minimização de propagação do vírus, e com isso estabelecendo o fechamento dos estabelecimentos físicos.

Artigo 2º - Para o fim de que cuida o artigo 1º deste decreto, fica suspenso:

I - O atendimento presencial ao público em estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços, especialmente em casas noturnas, "shopping centers", galerias e estabelecimentos congêneres, academias e centros de ginástica, ressalvadas as atividades internas;

Com isso, foi preciso adotar diversas estratégias e inovações para se adequar à nova realidade em que a população se encontrava, sendo desde uma estrutura ou até mesmo formas de continuar com a receita ativa e seus fluxos rodando. Uma das grandes inovações e adaptações feitas, foi a inserção de lojas físicas em ambiente virtuais, sendo aplicativos, *marketplace* ou até mesmo criação de um *site e-commerce*, a fim de disponibilizar compra e venda *on-line*.

A inovação depende, em grande parte, de nossa capacidade de encontrar novas maneiras de fazer as coisas, bom como de obter vantagem estratégica – dessa forma haverá novas oportunidades para ganhar e manter a vantagem (TIDD; BESSANT, 2015, p. 29).

Mas nada é simples como pode aparentar ser. Algumas barreiras na implantação de comércio *on-line* podem facilmente ser notadas, principalmente em microempresas.

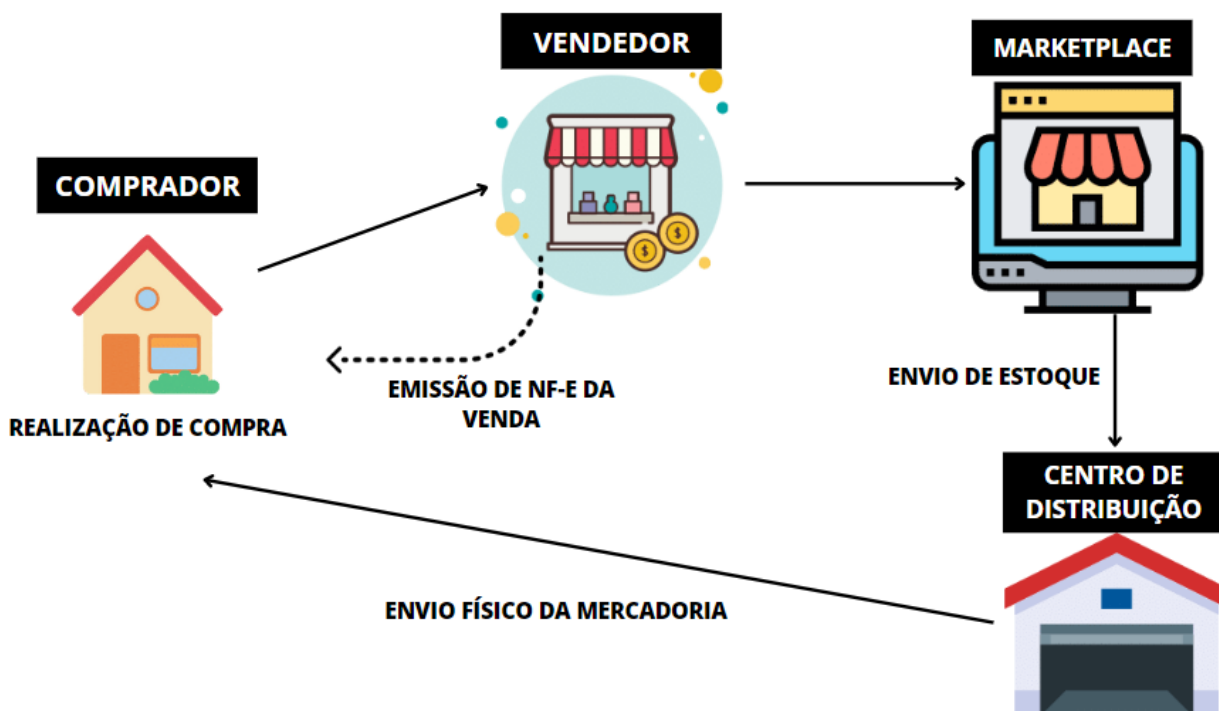
No processo de comércio *on-line* encontra-se barreiras em que impede a implementação desse ramo de negócio. Uma das dificuldades encontradas que LERSCH (2020) destacou foi a dificuldade que os empresários de microempresas possuem na implantação do *e-commerce* próprio, pois para a implantação precisa-se de um investimento financeiro alto para que os *sites* tenham uma boa colocação e uma navegabilidade otimizada de acordo com os *user experience* (experiência de usuário).

Outras barreiras que o autor destaca para a implantação de *e-commerce* nas pequenas empresas são a falta de confiança dos consumidores em compras nesses *sites* e a dificuldade de investimento em criar um setor específico dentro da empresa relacionado a TI. Dessa forma, muitos empreendedores encontraram como possibilidade a venda de seus produtos nos chamados *marketplaces*.

3.3 Marketplace

O *marketplace* é uma plataforma, denominada também de *shopping* virtual, composta por diversas ofertas de produtos e serviços de diferentes vendedores, ou seja, um canal o qual o cliente tem a oportunidade de visualizar um amplo portfólio de produtos diante a junção de lojistas de todo o mundo.

Figura 3. Esboço de Marketplace



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Segundo BAKOS (1998) citado por SILVA (p.12) diz que o “*marketplace* (mercado eletrônico) provê a infraestrutura tecnológica para criação de um local virtual onde compradores e fornecedores realizam transações comerciais através da internet”, portanto é por esse intermédio que muitas compras e vendas *on-line* são submetidas e negociadas para os clientes e consumidores.

Vale ressaltar a vantagem que essa plataforma vem trazendo para os empreendedores e clientes, devido a praticidade, rapidez e o grande alcance que é possível ter nessa estrutura, principalmente quando já se tem um bom nicho de mercado digital, ou seja, uma boa visão do perfil de seu cliente e com isso acarretando estratégias de venda eficiente e eficazes.

As plataformas *on-line* são vantajosas no momento de decisão e imersão dos vendedores quando se trata em alavancar o negócio dentro dos *marketplaces*. Seu investimento vem diante uma base de confiança, alcance, oportunidades e lucros da plataforma e de como é vista no mercado.

Segundo o *site* ISET, o investimento no *marketplace* vem de quatro tópicos motivacionais e essenciais, dentro deles a credibilidade, visibilidade, aumento de vendas e custo e retorno. A partir do ponto em que a credibilidade do *marketplace* é consolidada, é possível alcançar mais compras e confiança no *site* de compras e sua visibilidade como ponto mais vantajoso quando aborda-se de vendas. Além disso, as plataformas ainda são cheias de potenciais, aumentando as possibilidades no aumento de vendas e um sistema de custo e retorno diante as divulgações que o *marketplace* faz com os produtos expostos.

Pode-se citar como modelo de *marketplace*, o B2B (*Business to Business*), o qual pode haver negociações de serviços e produtos entre empresas no plano de *marketplace*, como Startups. Além disso, há o B2C (*Business to Consumer*), gerado por uma relação entre vendedores e os consumidores finais, por exemplo o aplicativo “Uber”, lidando diretamente entre motoristas e passageiros. O modelo de negócio utilizado também é o C2C (*Consumer to Consumer*), muitas vezes ocasionado por vendedores que são pessoas físicas, que estão ofertando determinados produtos e específicos a sua estratégia, por exemplo os *sites* “OLX, Enjoei, Mercado Livre”.

Segundo GARRIDO (2022), uma das principais estratégias de venda é conhecer seu público, desde sua idade, sexo, localização, marcas mais consumidas e suas preferências e com isso conseguindo localizar os tipos de produtos e serviços a serem idealizados e quais a serem retirados de portfólio, o tornando obsoleto.

Portanto, o *marketplace* está acompanhado de diversos ideais para introduzir nos negócios, sendo a visibilidade de seu público e perfis, nichos de mercado e o modelo de *marketplace*, e com isso criando oportunidades para ofertar produtos e serviços bem planejados.

Apesar de ser uma plataforma benéfica para atuar na venda de variados produtos, é imprescindível deixar de citar os possíveis riscos no momento que as empresas, lojistas, pessoas que introduzem nesse meio.

Segundo HUFFORD (2016), afirma que pode haver pelo menos cinco riscos a longo prazo diante de cada negócio. Baixar margens de lucro é uma delas, devido ao grande número de taxas que os vendedores têm que realizar pagamento, seja ela, taxa mensal, taxa por item, taxa de envio e de fechamento. Além disso, ainda cita a

constante concorrência diante a procura dos clientes por produtos de menor preço e com isso recorrendo a diminuição de preços e ofertas, gerando então uma redução no lucro de cada varejista.

HUFFORD (2016) ainda aborda sobre o risco de estar operando em “terreno alugado”, isto é, porque cada plataforma *marketplace* tem sua taxa dada ao lojista para estar operando nela e com isso é preciso estar preparado as mudanças e as regras. É ressaltado também o fato de não ter o controle de marca dos seus produtos. Válido e comentado por Hufford que o risco de produtos falsificados é possível e comum devido aos outros varejistas estarem de frente com produtos idênticos e assim autenticando.

Por fim, o Hurfford coloca o risco da competição contra o mercado, o qual o *marketplace* acaba tendo o mercado como próprio concorrente diante a visão de um produto ou serviço ter um bom desempenho e assim o mercado avista e decide vender este por conta própria.

Contudo, os riscos citados podem ser um fator para observar nos negócios de *marketplace*, a fim de tentar evitar possíveis riscos com concorrentes, produtos, mercado e assim definir estratégias para cada cenário, como ser dono de sua própria marca, buscar inovação e divulgação constantemente, ter selo de qualidade, e estar preparado para as taxas que a plataforma propõe.

4. ANÁLISE DE MERCADO

4.1 Estudo dos clientes

O conhecimento sobre o comportamento e o perfil do cliente em uma organização é uma estratégia para que a empresa conquiste bons resultados. Segundo o Sebrae, existe quatro fatores que influenciam no comportamento do consumidor, sendo eles: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Há três tipos de fatores culturais que interfere no comportamento: a classe social, a subcultura e a cultura. A classe social consiste nas divisões socioeconômica que o indivíduo está inserido. A subcultura é composta por um conjunto de particularidades culturais de um grupo menor, por exemplo, a religião que o consumidor está enquadrado. A cultura é aquela que as pessoas adquirem um conjunto de valores e comportamento por meio do convívio com a sociedade.

O perfil do consumidor é evidenciado pelos comportamentos, pelas suas características e seus hábitos. A loja Casa Bela, Cama, Mesa e Banho realizou uma pesquisa dos seus clientes, resultando, no perfil de cliente que compra na empresa. Foram estudadas as seguintes características: faixa etária, sexo, localização e o ticket médio do valor da compra.

Figura 4. Resumo do perfil do consumidor da loja física



Fonte: Elaboração própria, 2022

Com os dados oferecidos pela Casa Bela, identifica-se que a faixa etária de clientes que mais frequenta a loja é de 28 a 45 anos, sendo também, na sua maioria

mulheres. Por se tratar de uma pequena empresa, os clientes residem na região onde se localiza a empresa.

Foi analisado que o *ticket* médio do valor da compra que os consumidores gastam, muda de acordo com a idade do consumidor, sendo que, os consumidores mais jovens tendem a gastar mais e que os mais velhos gastam menos. Geralmente os clientes de 25 a 45 anos gastam em média R\$300,00 a R\$700,00 reais e os de 50 a 65 anos gastam em média R\$50,00 a R\$100,00 reais.

Como a loja Casa Bela, Cama, Mesa e Banho tem o propósito de ingressar no comércio *on-line*, é importante a análise do comportamento e perfil de consumidores *on-line*. Segundo LOHSE et al (2000) citado por MORGADO (2003, p.14), destacam que o comportamento de compras *on-line* é necessário para que as empresas consigam definir estratégias para *design* de *sites*, propaganda *on-line*, segmentação de mercado, variedade de produtos, estoque e distribuição. MORGADO (2003, p.15) também ressalta: “há carência de uma visão integradora, que busque explicações mais amplas, congregando, inclusive, essas três dimensões, conforme já há muito postulado pelos mencionados modelos de comportamento do consumidor”.

4.2 Pesquisa de Mercado

A pesquisa foi realizada utilizando a plataforma *Google Forms*, com perguntas estruturadas de múltipla escolha para levantar informações sobre utilização e preferência de plataformas de marketplace e aceitação dos produtos listados como teste inicial de vendas na internet. A pesquisa coletou opiniões durante 20 dias no mês de agosto de 2022 e foi enviada em grupos de Facebook e lista de amigos e parentes do WhatsApp. O questionário encontra-se no Apêndice A.

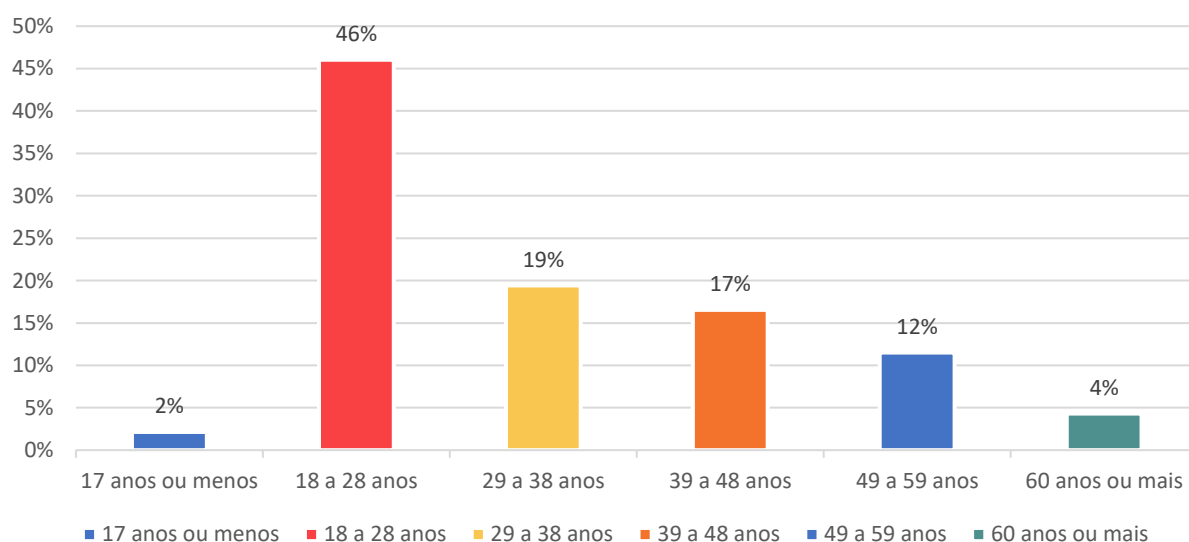
4.2.1 Distribuição por faixa etária

Tabela 1. Distribuição por faixa etária

Faixa Etária	Absoluto	Porcentagem
17 anos ou menos	3	2%
18 a 28 anos	64	46%
29 a 38 anos	27	19%
39 a 48 anos	23	17%
49 a 59 anos	16	12%
60 anos ou mais	6	4%
Total Geral	139	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 5. Gráfico da distribuição por faixa etária



Fonte: Elaboração própria, 2022

É possível observar nos dados acima que o maior público-alvo atingido nessa etapa foi entre a faixa etária de 18 a 28 anos, agregando 64 pessoas e equivalente a 46% das respostas. Além disso, em segundo lugar, no total de 27 respostas do grupo entre 29 a 38 anos contabilizando 19% e o terceiro público mais alto de 23 pessoas estão entre as idades de 39 a 48 anos, sendo parte de 17% da pesquisa. As demais faixas etárias abrangem 49 a 59 anos, contendo 12% e por fim indivíduos 60 anos ou mais concluindo a menor faixa do questionário, dentro de apenas 4% e passando a frente apenas do público de 17 anos ou menos equivalentes a 2%, sendo levados a

encerrar pesquisa devido a menor idade que se encontram, ou seja, 3 pessoas não deram continuidade no questionário.

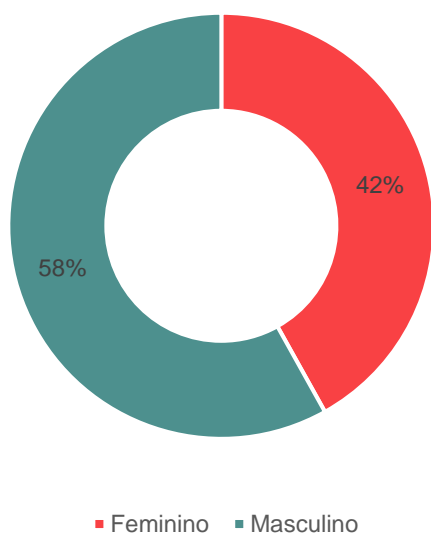
4.2.2 Distribuição por gênero

Tabela 2. Distribuição por gênero

Gênero	Absoluto	Porcentagem
Feminino	57	42%
Masculino	79	58%
Total Geral	136	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 6. Gráfico da distribuição por gênero



Fonte: Elaboração própria, 2022

Observa-se que o público do sexo masculino teve a maior porcentagem atingida neste tópico, com o total de 79 respostas sendo 58% e o sexo feminino em segundo lugar com 42%, com 57 indivíduos, ou seja, tendo no total 136 resultados.

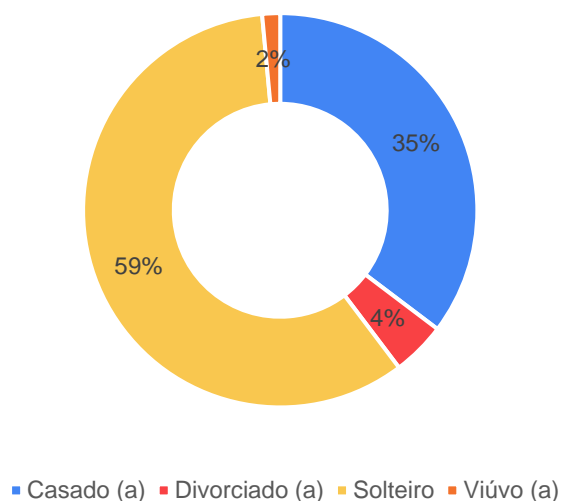
4.2.3 Distribuição por estado Civil

Tabela 3. Distribuição por estado civil

Estado Civil	Absoluto	Porcentagem
Casado (a)	48	35%
Divorciado (a)	6	4%
Solteiro	80	59%
Viúvo (a)	2	1%
Total Geral	136	1

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 7. Gráfico da distribuição por estado civil



Fonte: Elaboração própria, 2022

Pode-se analisar que o maior resultado vem acompanhado de 80 respostas e com porcentagem de 58,8% direcionado ao público do estado civil solteiro, vindo a frente do estado civil casado, contando com 35,3% equivalente a 48 respostas.

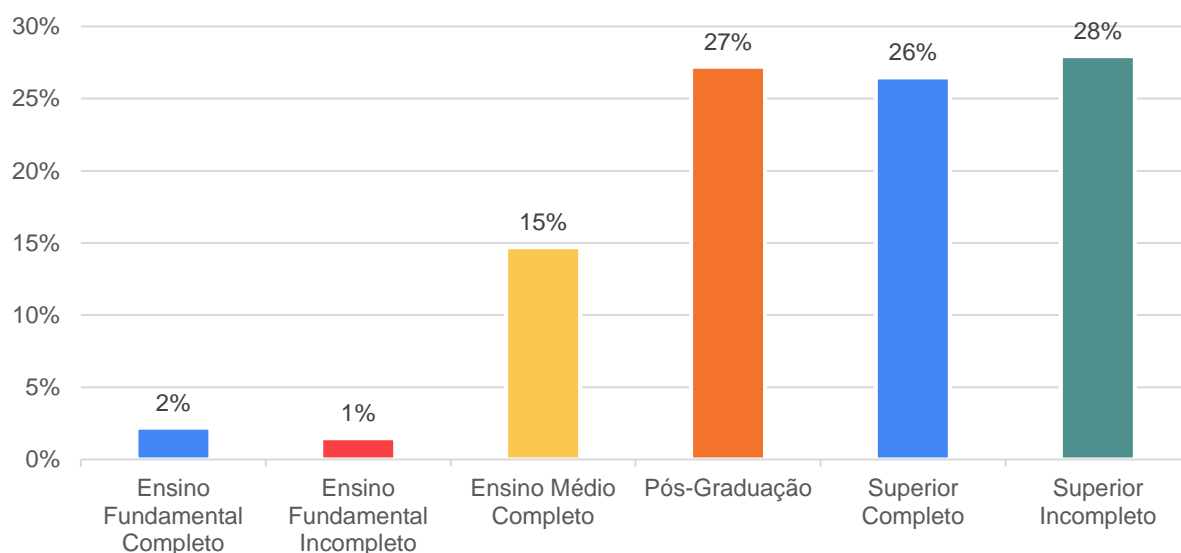
4.2.4 Distribuição por escolaridade

Tabela 4. Distribuição por escolaridade

Escolaridade	Absoluto	Porcentagem
Ensino Fundamental Completo	3	2%
Ensino Fundamental Incompleto	2	1%
Ensino Médio Completo	20	15%
Pós-Graduação	37	27%
Superior Completo	36	26%
Superior Incompleto	38	28%
Total Geral	136	1

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 8. Gráfico da distribuição por escolaridade



Fonte: Elaboração própria, 2022

Conclui-se que o público que trouxe os maiores resultados foi diante pessoas que estão com o ensino superior incompleto, totalizando 38 respostas (28%), chegando próximo ao superior completo (26%) e a pós-graduação (27%).

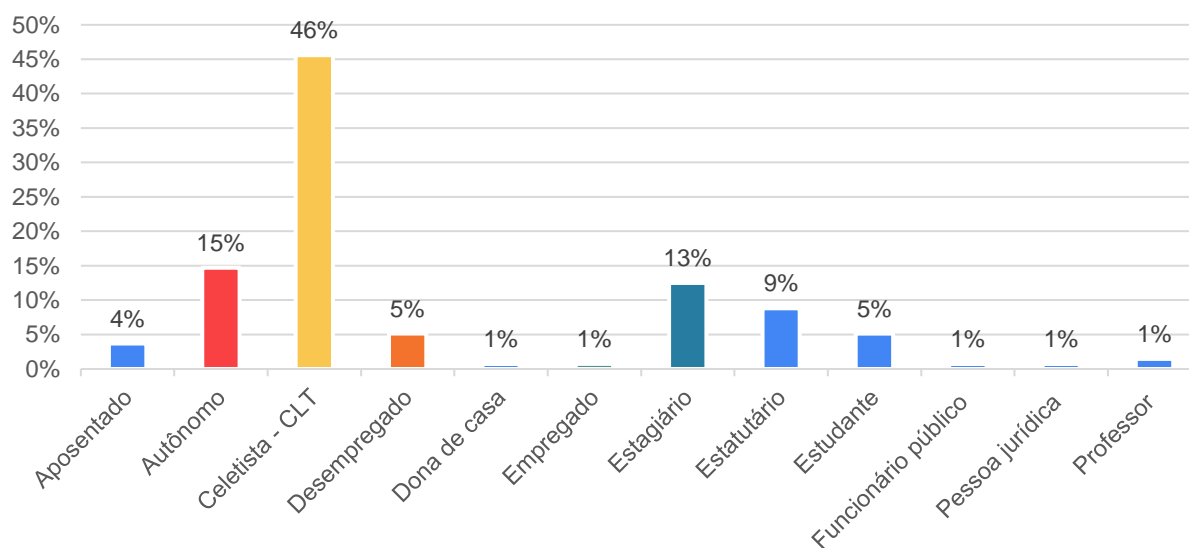
4.2.5 Distribuição por ocupação

Tabela 5. Distribuição por ocupação

Ocupação	Absoluto	Porcentagem
Aposentado	5	4%
Autônomo	20	15%
Celetista - CLT	62	46%
Desempregado	7	5%
Dona de casa	1	1%
Empregado	1	1%
Estagiário	17	13%
Estatutário	12	9%
Estudante	7	5%
Funcionário público	1	1%
Pessoa jurídica	1	1%
Professor	2	1%
Total Geral	136	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 9. Gráfico da distribuição por ocupação



Fonte: Elaboração própria, 2022

Verifica-se que 44,9% do público é celetista, liderando a porcentagem e contando com 61 respostas, sendo um ponto positivo pois atuam em um trabalho e retendo saldo para uma frequência constante de compras *on-line*

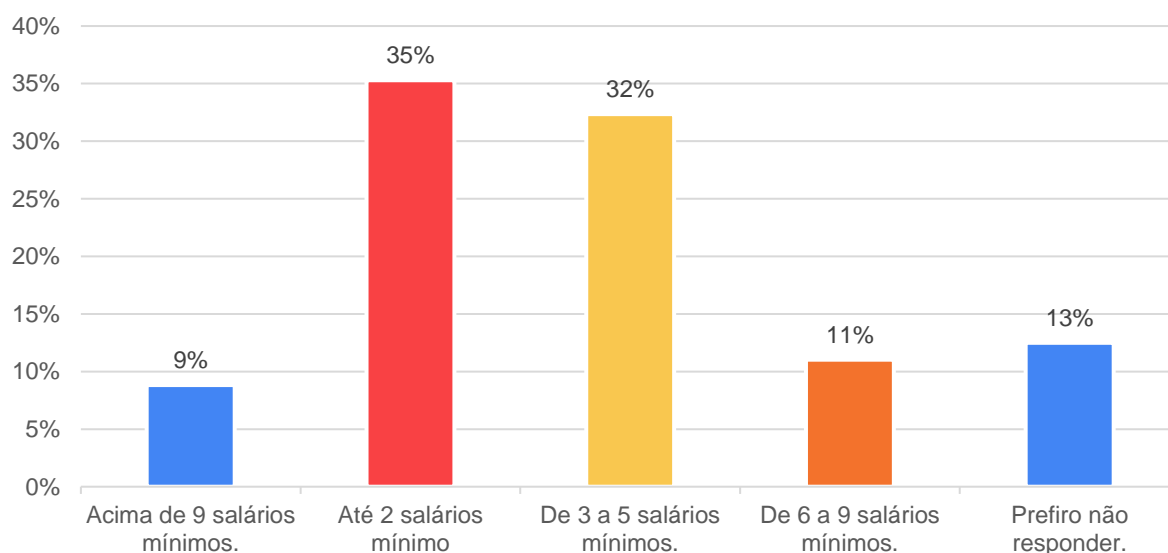
4.2.6 Distribuição por renda

Tabela 6. Distribuição por renda

Renda	Absoluto	Porcentagem
Acima de 9 salários-mínimos.	12	9%
Até 2 salários-mínimos	48	35%
De 3 a 5 salários-mínimos.	44	32%
De 6 a 9 salários-mínimos.	15	11%
Prefiro não responder.	17	13%
Total Geral	136	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 10. Gráfico da distribuição por renda



Fonte: Elaboração própria, 2022

Acompanha-se com o tópico de ocupação, a renda do público direcionado a pesquisa, analisando esta e entendendo sua posição salarial na visão de compras *online*.

Tendo em vista 35% do público acerca de até 2 salários-mínimos, de 3 a 5 salários-mínimos (32%), de 6 a 9 salários-mínimos (11%), acima de 9 salários-mínimos (9%) e 13% preferiram não responder essa pergunta.

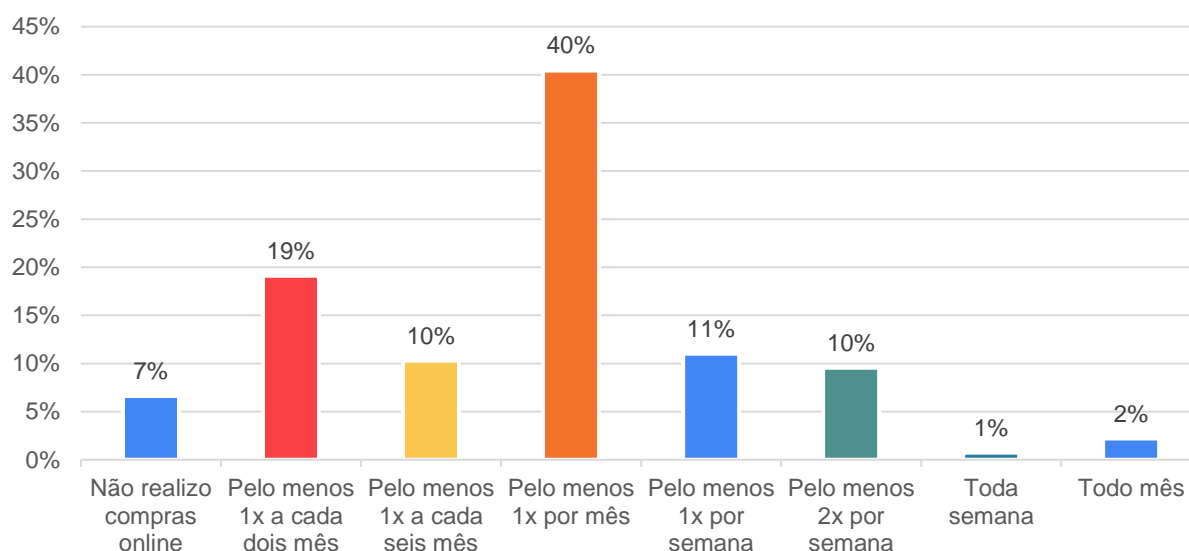
4.2.7 Distribuição por frequência que realiza compras *on-line*

Tabela 7. Distribuição por frequência que realiza compras *on-line*

Frequência que realiza compras <i>on-line</i>	Absoluto	Porcentagem
Não realizo compras <i>on-line</i>	9	7%
Pelo menos 1x a cada dois mês	26	19%
Pelo menos 1x a cada seis mês	14	10%
Pelo menos 1x por mês	55	40%
Pelo menos 1x por semana	15	11%
Pelo menos 2x por semana	13	10%
Toda semana	1	1%
Todo mês	3	2%
Total Geral	136	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 11. Gráfico da frequência de compras *on-line*



Fonte: Elaboração própria, 2022

Observa-se que o maior público-alvo resultou diante a realização de compras em pelo menos 1 vez ao mês, com 55 respostas (40%). Isso mostra um cenário promissor do setor.

Vale ressaltar que para aqueles que não realizam compras *on-line*, não avançaram na pesquisa, sendo 9 indivíduos (7%).

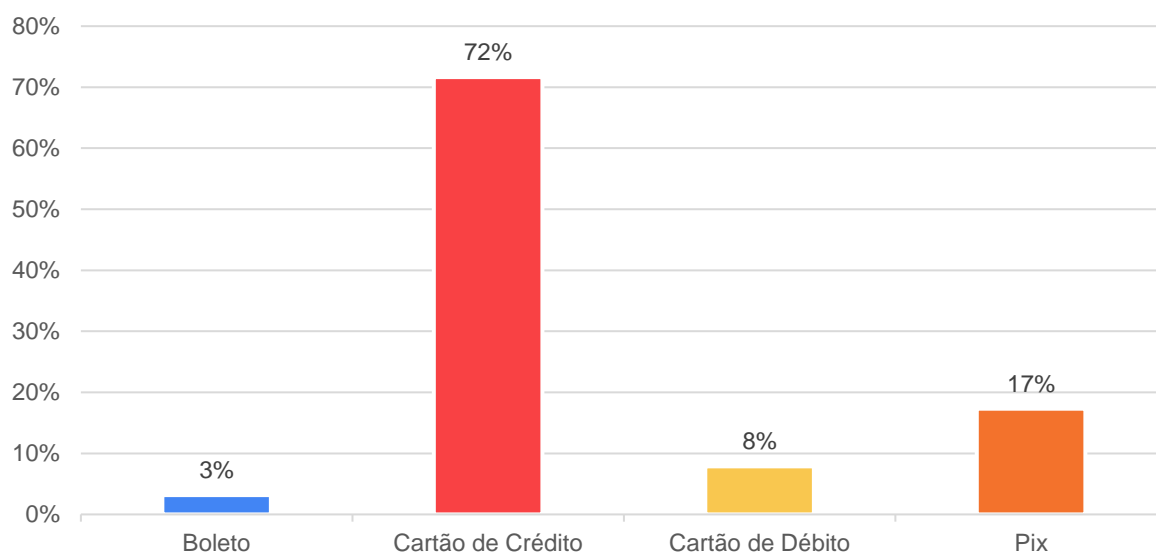
4.2.8 Distribuição por métodos de pagamento

Tabela 8. Distribuição por métodos de pagamento

Método de pagamento	Absoluto	Porcentagem
Boleto	4	3%
Cartão de Crédito	91	72%
Cartão de Débito	10	8%
Pix	22	17%
Total Geral	127	100%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 12. Gráfico sobre os métodos de pagamento



Fonte: Elaboração própria, 2022

Conforme ilustrado, o método de cartão de crédito é equivalente a 72% no momento de aquisição de compra *on-line*, ou seja, 91 dos indivíduos alcançados preferem parcelar e obter uma aprovação de compra de forma mais rápida. Além disso, o Pix é o segundo pagamento escolhido equivalente a 17% dos resultados.

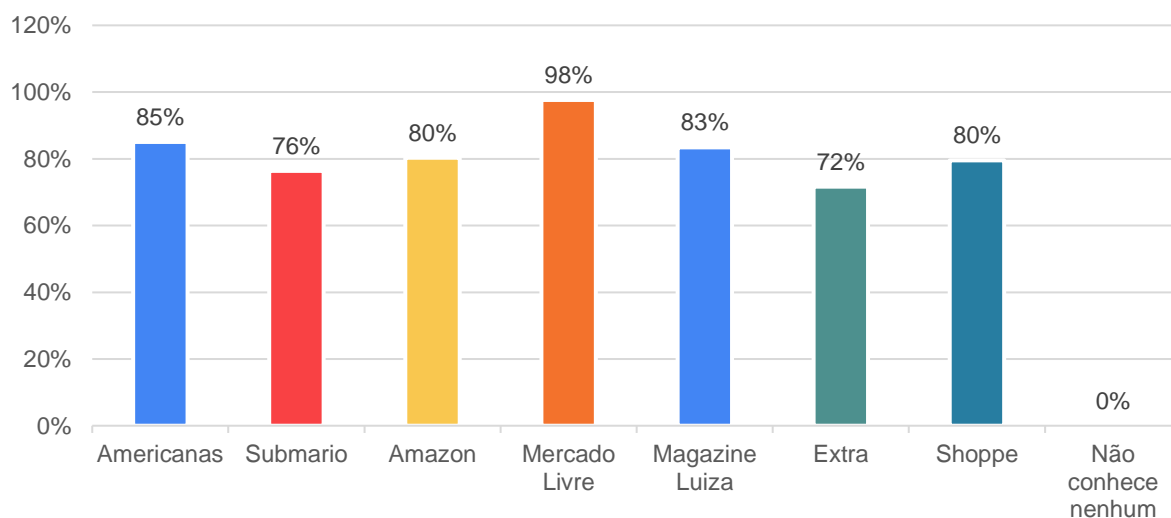
4.2.9 Distribuição por *sítes* conhecidos

Tabela 9. Distribuição por sites conhecidos

Sítes conhecidos	Absoluto	Porcentagem
Americanas	108	85%
Submarino	97	76%
Amazon	102	80%
Mercado Livre	124	98%
Magazine Luiza	106	83%
Extra	91	72%
Shoppe	101	80%
Não conhece nenhum	0	0%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 13. Gráfico sobre os sites conhecidos



Fonte: Elaboração própria, 2022

A pesquisa foi elaborada em *sítes* listados como mais conhecidos, o qual obteve-se multiplicidade nos resultados devido ao conhecimento em todos os *marketplace*, contemplando um índice de multiplicidade de 5.7.

Vale ressaltar que o Mercado Livre foi o resultante principal da pesquisa com 98% e um absoluto de 124 respostas.

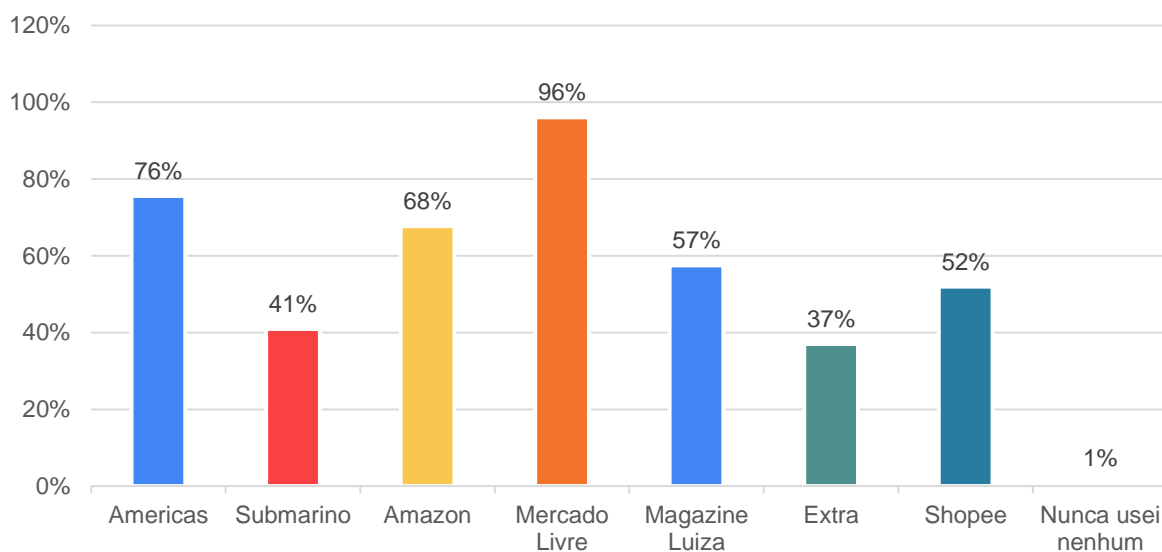
4.2.10 Distribuição por *sítes* que já utilizou

Tabela 10. Distribuição por sites que já utilizou

Sites que já utilizou	Absoluto	Porcentagem
Americanas	96	76%
Submarino	52	41%
Amazon	86	68%
Mercado Livre	122	96%
Magazine Luiza	73	57%
Extra	47	37%
Shopee	66	52%
Nunca usei nenhum	1	1%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 14. Gráfico sobre os sites que já utilizou



Fonte: Elaboração própria, 2022

Em totalidade de 96% dentro de 122 respostas, o Mercado Livre indicado como *site* mais utilizado, porém com um índice múltiplo de 4,3 diante a utilização de mais de um *marketplace*, visto dentro do resultado a Americanas (76%), Amazon (68%), Magazine Luiza (57%), Shopee (52%), Submarino (41%), Extra (37%) e com apenas 1% dos indivíduos nunca usaram as plataformas descritas, sendo levados a encerrar a pesquisa automaticamente.

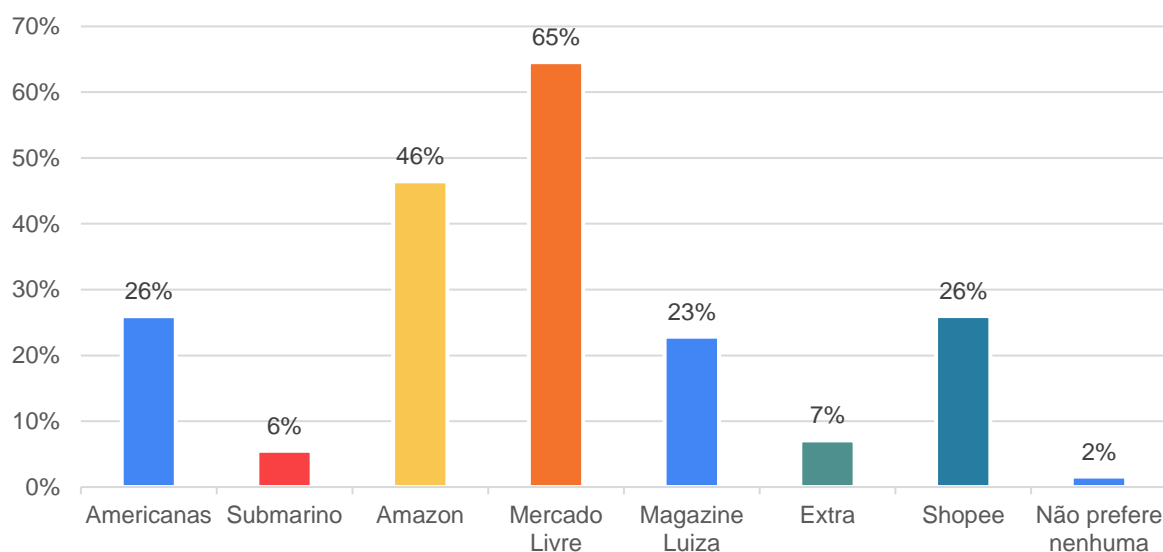
4.2.11 Distribuição por sites preferidos

Tabela 11. Distribuição por sites preferidos

Site Preferido	Absoluto	Porcentagem
Americanas	33	26%
Submarino	7	6%
Amazon	59	46%
Mercado Livre	82	65%
Magazine Luiza	29	23%
Extra	9	7%
Shopee	33	26%
Não prefere nenhuma	2	2%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 15. Gráfico sobre os sites preferidos



Fonte: Elaboração própria, 2022

Observa-se uma grande preferência no Mercado Livre (65%) para a realização de compras, diante o *marketplace* Amazon (46%). Em terceira preferência, empate de 26% da Americanas e Shopee, sendo inferior a Magazine Luiza (23%), Extra (7%), Submarino (6%) e por fim 2% foram levados a encerrar a pesquisa pela não preferência em nenhum. O índice de multiplicidade das respostas é de 2.

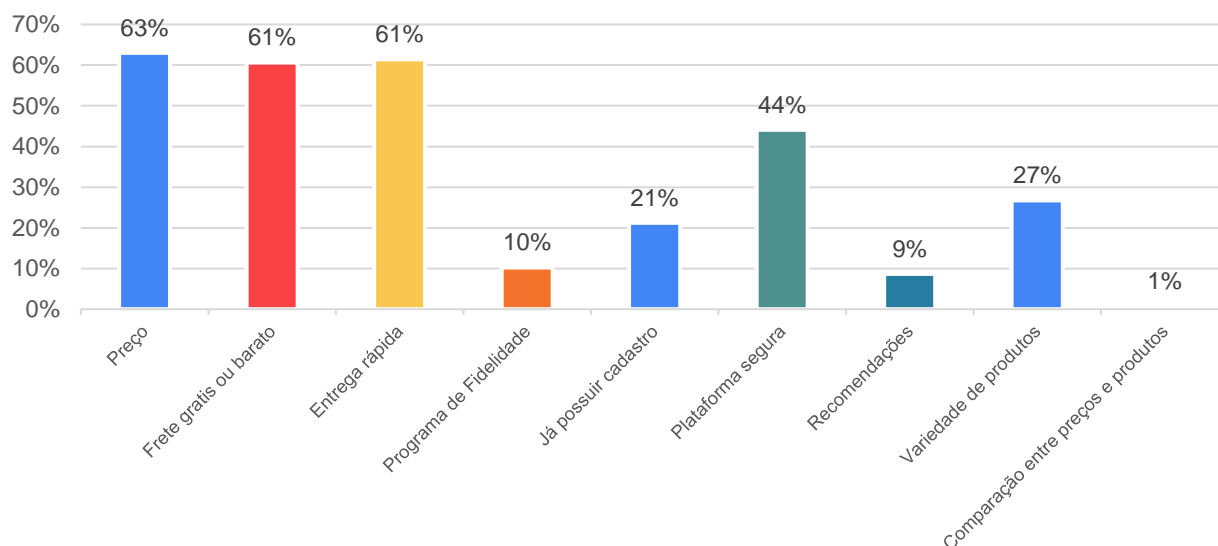
4.2.12 Distribuição por motivos para preferência

Tabela 12. Distribuição por motivos para preferência

Motivos que levam a preferir determinados sites	Absoluto	Porcentagem
Preço	80	63%
Frete grátis ou barato	77	61%
Entrega rápida	78	61%
Programa de Fidelidade	13	10%
Já possuir cadastro	27	21%
Plataforma segura	56	44%
Recomendações	11	9%
Variedade de produtos	34	27%
Comparação entre preços e produtos	1	1%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 16. Gráfico sobre as preferências



Fonte: Elaboração própria, 2022

É possível notar que o preço (63%), frete grátis ou barato (61%), entrega rápida (61%), segurança (44%) e variedades de produtos (27%) são fatores essenciais no momento de escolha da plataforma de compra, indicando um índice de multiplicidade equivalente a 3. Além disso, resultantes do item de já possuir cadastro (21%), programa de fidelidade (10%), recomendação (9%) e comparação entre preços e produtos (1%).

4.2.13 Distribuição por itens que compraria *on-line*

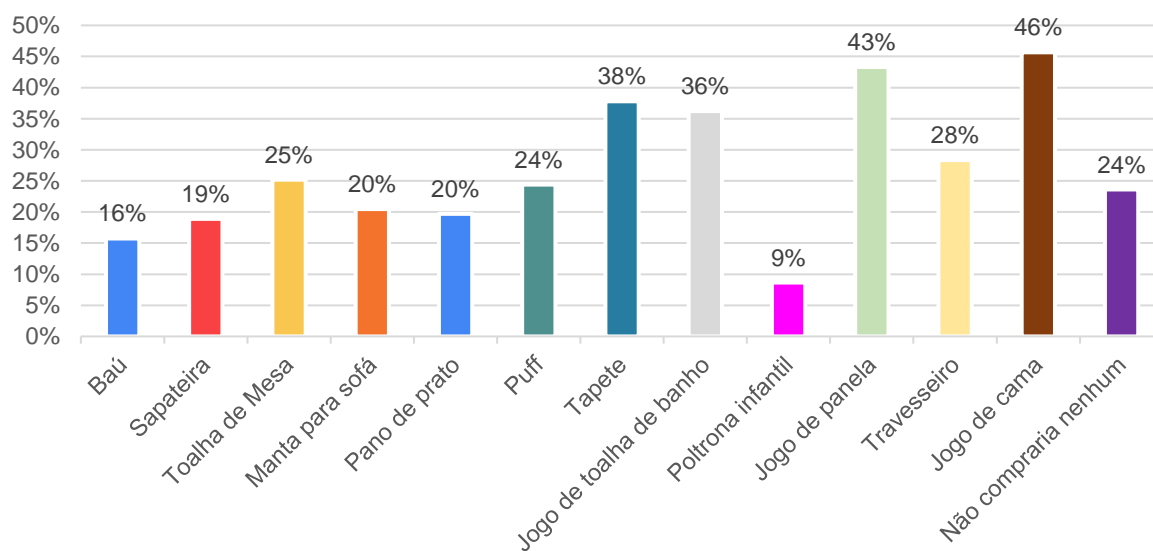
A fim de focar nas plataformas *marketplace* e a introdução dos produtos a serem vendidos, as próximas análises apresentadas serão voltadas a variedades de itens populares.

Tabela 13. Distribuição por itens que compraria on-line

Itens	Absoluto	Porcentagem
Baú	20	16%
Sapateira	24	19%
Toalha de Mesa	32	25%
Manta para sofá	26	20%
Pano de prato	25	20%
Puff	31	24%
Tapete	48	38%
Jogo de toalha de banho	46	36%
Poltrona infantil	11	9%
Jogo de panela	55	43%
Travesseiro	36	28%
Jogo de cama	58	46%
Não compraria nenhum	30	24%

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 17. Gráfico sobre itens que compraria on-line



Fonte: Elaboração própria, 2022

Com o intuito de introduzir os itens do plano de negócio em *marketplace*, a última pergunta da pesquisa foi relacionada a produtos específicos e que há pretensão de inserir na plataforma.

Os itens obtiveram índice de multiplicidade de 3,5 diante as pretensões de compra *on-line* ofertados diante o plano de negócio, tendo em vista de diferentes público-alvo.

Verifica-se que o maior item considerado para se obter é o jogo de cama, incluídos de lençol, fronha e edredom, contando com 58 respostas e equivalente a 45,7%, logo após, jogo de panela (43,3%), tapete (37,8%), jogo de toalha de banho (34,6%), travesseiro (28,3%), toalha de mesa (25,2%), manta para sofá (20,5%), *puff* (24,4%), pano de prato e sapateira (18,9%), baú (15,7%) e poltrona infantil (8,7%).

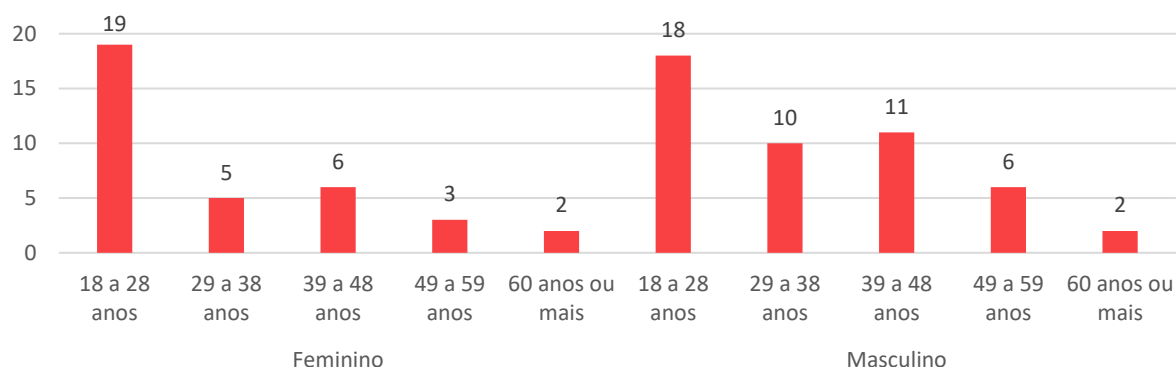
4.2.14 Distribuição perfil de quem prefere mercado livre por gênero e faixa etária

Tabela 14. Perfil de quem prefere mercado livre por gênero e faixa etária

Sexo	Faixa Etária	Prefere Mercado Livre
Feminino	18 a 28 anos	19
	29 a 38 anos	5
	39 a 48 anos	6
	49 a 59 anos	3
	60 anos ou mais	2
Feminino Total		35
Masculino	18 a 28 anos	18
	29 a 38 anos	10
	39 a 48 anos	11
	49 a 59 anos	6
	60 anos ou mais	2
Masculino Total		47
Total geral		82

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 18. Gráfico de gênero e faixa etária de quem prefere Mercado Livre



Fonte: Elaboração própria, 2022

Conforme analisado na pesquisa, o Mercado Livre é o *marketplace* com mais resultados diante os critérios de *site* mais conhecido, utilizado e de maior preferência no momento de compras *on-line*.

Foi apurado que 19 pessoas do sexo feminino entre a faixa etária dos 18 a 28 anos preferem Mercado Livre, 5 mulheres de 29 a 38 anos, 6 de 39 a 48 anos, 3 de 49 a 59 anos e 2 de 60 anos ou mais, portanto contabilizando o total de 35 indivíduos do sexo feminino com preferência a plataforma.

Enquanto isso, o sexo masculino permanece com o total de 47 dos resultados gerais, abrangendo 18 homens de 18 a 28 anos, 10 de 29 a 38 anos, 11 de 39 a 48 anos, 6 de 49 a 59 anos e 2 de 60 anos ou mais.

Sendo assim, pode-se concluir que o sexo masculino é superior no ramo de preferências de compras no Mercado Livre em geral do que o sexo feminino. Vale ressaltar que não foi dito ou divulgado os produtos que seriam incrementados na pesquisa, para que não houvesse equívoco nos resultados.

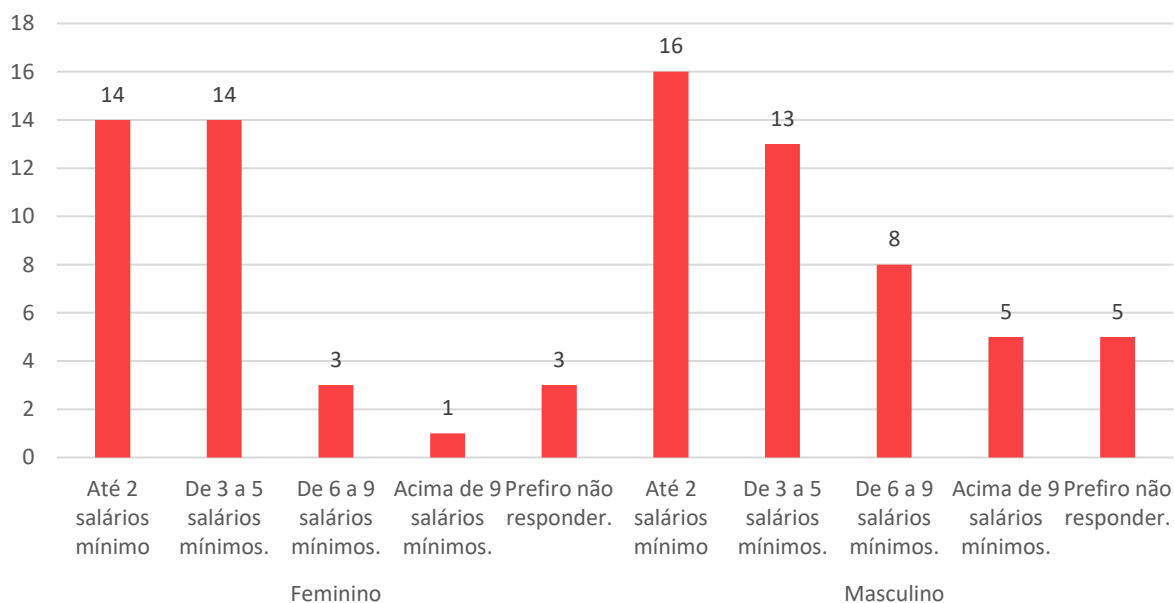
4.2.15 Distribuição perfil de quem prefere mercado livre por gênero e renda

Tabela 15. Perfil de quem prefere mercado livre por gênero e renda

Sexo	Renda	Prefere Mercado Livre
Feminino	Até 2 salários-mínimos	14
	De 3 a 5 salários-mínimos.	14
	De 6 a 9 salários-mínimos.	3
	Acima de 9 salários-mínimos.	1
	Prefiro não responder.	3
Feminino Total		35
Masculino	Até 2 salários-mínimos	16
	De 3 a 5 salários-mínimos.	13
	De 6 a 9 salários-mínimos.	8
	Acima de 9 salários-mínimos.	5
	Prefiro não responder.	5
Masculino Total		47
TOTAL GERAL		82

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 19. Gráfico de gênero e renda de quem prefere Mercado Livre



Fonte: Elaboração própria, 2022

A renda é uma margem importante ser analisada devido a situação financeira de cada indivíduo que relatou sua resposta na pesquisa em visão a condição na realização de compras mensal.

O sexo feminino esteve empatado na quantidade de pessoas que obtém renda até 2 salários-mínimos e de 3 a 5 salários-mínimos, sendo 14 ambas as faixas. Além disso, os de salário superior, ou seja, de 6 a 9 salários-mínimos contemplando 3 mulheres e 1 acima de 9 salários-mínimos. Contudo 3 pessoas do sexo feminino preferiram responder não pergunta. Já o sexo masculino apurou 16 resultados para até 2 salários-mínimos, 13 de 3 a 5 salários-mínimos, 8 de 6 a 9 salários-mínimos, 5 acima de 9 salários-mínimos e 5 preferiram não responder.

Portanto, é possível visualizar o foco para aqueles que estão na faixa entre até 2 e de 3 a 5 salários-mínimos, liderando as preferências na plataforma em fatores de renda.

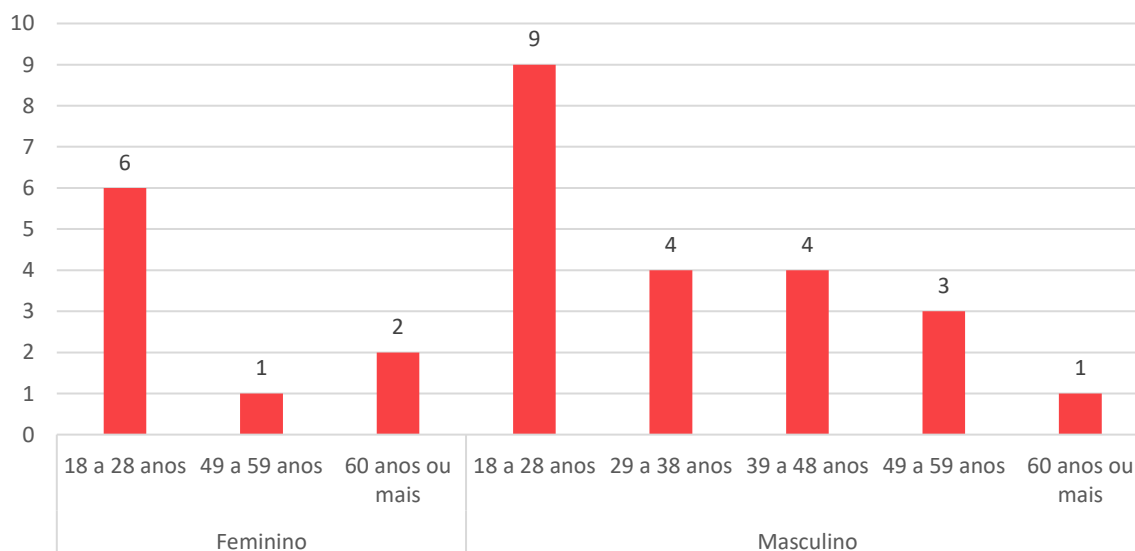
4.2.16 Distribuição perfil de quem de quem não compraria nenhum produto por gênero e faixa etária

Tabela 16. Perfil de quem não compraria nenhum produto por gênero e faixa etária

Sexo	Faixa Etária	Não compraria nenhum produto
Feminino	18 a 28 anos	6
	49 a 59 anos	1
	60 anos ou mais	2
Feminino Total		9
Masculino	18 a 28 anos	9
	29 a 38 anos	4
	39 a 48 anos	4
	49 a 59 anos	3
	60 anos ou mais	1
Masculino Total		21
Total Geral		30

Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 20. Gráfico de gênero e faixa etária de quem não compraria nenhum produto



Fonte: Elaboração própria, 2022

Visualizando os resultados de quem não compraria nenhum produto, é possível ressaltar o gênero feminino com um total de 9 indivíduos, sendo entre 18 e 28 anos o qual não optaram por nenhum produto, com um total de 6 indivíduos. Entre 49 e 59

anos, apenas 1 não optou por comprar nenhum produto e de 60 anos ou mais equivalentes a 2.

Já o gênero masculino, totalizou 21 pessoas que não optaram a compra dos produtos indicados. Entre 18 e 28 anos equivalentes a 9 não compradores; Entre 29 e 38 equivalentes a 4 não compradores; Entre 39 e 48 equivalentes a 4 não compradores; Entre 49 e 59 anos equivalentes 3 não compradores; Entre 60 anos ou mais equivalente a 1 não comprador.

4.2.17 Distribuição perfil de quem e quantos produtos comprariam por gênero e faixa etária

Tabela 17. Perfil de quem e quantos produtos comprariam por gênero e faixa etária

Compraria quantos produtos													
Sexo	Faixa Etária	1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	Total Geral
Feminino	18 a 28 anos	4	2	2	5	4	2		1	1	3	2	26
	29 a 38 anos	2	1	1	2		1					2	9
	39 a 48 anos	2	2		1	1	1	1					8
	49 a 59 anos			1		1			1				3
	60 anos ou mais												
Feminino Total		8	5	4	8	6	4	1	2	1	3	4	46
Masculino	18 a 28 anos	5	5	4	1	3	1					1	20
	29 a 38 anos	3	3		1	1	1	1				2	12
	39 a 48 anos	2	1	2	2	2				1			10
	49 a 59 anos	2	2	2				1					7
	60 anos ou mais		1				1						2
Masculino Total		12	12	8	4	6	3	2	1	1	3	3	51
Total Geral		20	17	12	12	12	7	3	2	2	3	7	97

Fonte: Elaboração própria, 2022

O último tópico de analisado é diante a quantidade opcional de compra dos produtos nos parâmetros de gênero e faixa etária.

As pessoas do gênero feminino entre 18 e 28 anos comprariam sendo: 4 optaram por 1 produto; 2 optaram por 2 produtos; 2 optaram por 3 produtos; 5 optaram por 4 produtos; 4 optaram por 5 produtos; 2 optaram por 6 produtos; 1 optou por 8

produtos; 1 optou por 9 produtos; 3 optaram por 11 produtos; 2 mulheres optaram por 12 produtos, totalizando 26 do gênero feminino.

Entre 29 e 38 anos comprariam sendo: 2 optaram por 1 produto; 1 optou por 2 produtos; 1 optou por 3 produtos; 2 optaram por 4 produtos; 1 optou por 6 produtos; 2 optaram por 12, totalizando 9 do gênero feminino.

Entre 39 e 48 anos comprariam sendo: 2 optaram por 1 produto; 2 optaram por 2 produtos; 1 optou por 4 produtos; 1 optou por 5 produtos; 1 optou por 6 produtos; 1 optou por 7 produtos, totalizando 8 do gênero feminino.

Entre 49 e 59 anos comprariam sendo: 1 optou por 3 produtos; 1 optou por 5 produtos; 1 optou por 8 produtos, totalizando 3 do gênero feminino.

Entre 60 anos ou mais não optaram por comprar nenhum produto.

O gênero masculino entre 18 e 28 anos comprariam sendo: 5 optaram por 1 produto; 5 optaram por 2 produtos; 4 optaram por 3 produtos; 1 optou por 4 produtos; 3 optaram por 5 produtos; 1 optou por 6 produtos; 1 optou por 12 produtos; totalizando 20 do gênero masculino.

Entre 29 e 38 anos comprariam sendo: 3 optaram por 1 produto; 3 optaram por 2 produtos; 1 optou por 4 produtos; 1 optou por 5 produtos; 1 optou por 6 produtos; 1 optou por 7 produtos; 2 optaram por 12 produtos, totalizando 12 do gênero masculino.

Entre 39 e 48 anos comprariam sendo: 2 optaram por 1 produto; 1 optou por 2 produtos; 2 optaram por 3 produtos; 2 optaram por 4 produtos; 2 optaram por 5 produtos; 1 optou por 9 produtos, totalizando 10 do gênero masculino.

Entre 49 e 59 anos comprariam sendo: 2 optaram por 1 produto; 2 optaram por 2 produtos; 2 optaram por 3 produtos; 1 optou por 7 produtos, totalizando 7 do gênero masculino.

Entre 60 anos ou mais comprariam sendo: 1 optou por 2 produtos; 1 optou por 6 produtos, totalizando 2 do gênero masculino.

Contudo, o público feminino teve um total geral diante as faixas etárias de 46 pessoas compradores. Enquanto o masculino totalizando 51 resultados do público, liderando a pesquisa.

4.2.18 Resultados

Pode-se concluir que a pesquisa alcançou diversos tipos de público. Apesar das mulheres estarem acima em algumas compras diante faixa etária, o principal visto na pesquisa foi o público masculino, solteiro com a faixa etária de 18 a 28 anos e com a ocupação de celetista. Sendo assim, esse grupo liderou as devidas perguntas voltada as plataformas e produtos específicos do plano de negócio.

O perfil dos possíveis compradores e consumidores seria voltado para aqueles indivíduos que estão em busca de decorar ou reformular com objetos decorativos, utensílios de cozinha, cama, mesa e banho em suas casas atuais e futuras e a plataforma *marketplace* mais usada e preferível foi o Mercado Livre.

4.3 Estudo dos concorrentes

A análise dos concorrentes é de cunho essencial quando se pretende iniciar um novo negócio ou quando se está inserido no mercado. A partir do estudo da concorrência é possível determinar como estão os seus produtos e serviços, na margem de lucro, preços, qualidade, vendas, pontos fortes e fracos e marca diante empresas que atuam com o mesmo ramo e na mesma região.

Segundo o Sebrae, são pontos importantes de análise para vencer a concorrência, a identificação dos pontos de vendas e distribuição dos produtos incluindo a internet, analisar os pontos fortes e fracos dos concorrentes como preços, custos, ambiente interno e externo, atendimento, qualidade dos produtos, analisando também as ameaças e oportunidades, estudando as divulgações e investimentos. Além disso, observar a posição do concorrente diante sua força de marca, consolidação na região e possíveis reações a um novo entrante. Ainda se destaca sobre a pesquisa na internet sobre clientes e fornecedores, com o intuito de verificar concorrente de e-commerce na região.

Contudo, deve atentar-se aos tipos de concorrentes existente e traçar estratégias de vendas eficientes e eficazes dentro do mercado atuante. O Sebrae ainda aponta dois tipos de concorrência a serem analisados, direta e indireta.

Concorrência direta – Comercializa os mesmos produtos ou serviços para o mesmo público. Concorrência indireta – O público-alvo é o mesmo, mas os produtos são diferentes. No entanto, leva o dinheiro do seu cliente, e por isso ele compra menos do seu negócio. Se os seus produtos ou serviços são pouco atrativos, os clientes acabam sendo atraídos para outras experiências de consumo (SEBRAE, 2020).

Com o intuito de estudar os possíveis concorrentes via *marketplace* dos produtos inseridos no plano de negócio, foi realizada uma pesquisa em algumas plataformas em questão, como Mercado Livre, Shopee, Amazon, Magazine Luiza, Extra e Americanas (Submarino).

Foram analisados os principais concorrentes via *marketplace* diante o produto, baú, sapateira, toalha de mesa, pano de prato, *puff*, tapete, jogo de toalha de banho, poltrona infantil, jogo de panela, traveseiro, jogo de cama (lençol, fronha e edredom). Além disso, os modelos dos produtos não encontrado, não foram considerados nas análises de concorrência.

Considerando seu preço, marca, quantidade de vendas, tempo de mercado e avaliações.

Os resultados e análises foram baseados em o principal concorrente do produto, levando em consideração o vendedor concorrente com mais vendas e avaliações. Em caso de pouca avaliação, reavalia-se o item de mais venda como base. Além disso, alguns *marketplace* não disponibilizam algumas informações dos vendedores, sendo sinalizado nas tabelas como N/A (não se aplica).

4.3.1 Concorrentes de jogo de cama

Figura 21. Quadro dos concorrentes de jogo de cama (lençol, fronha e edredom)

JOGO DE CAMA	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	LUCKBABY	ENXOVAIS SANTANA	RVIOTTO ENXOVAIS	UNIART CASA ENXOVAIS	CASA DONA	CASA DONA
PREÇO	R\$ 164,71 a 185,07	R\$ 93,00 a R\$ 100,00	R\$ 189,00	R\$ 112,41 a R\$ 124,90	R\$ 123,19 a R\$ 139,99	R\$ 149,90
MARCA	LUCKBABY	ENXOVAIS SANTANA	RVIOTTO ENXOVAIS	N/A	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	9 ANOS	5 ANOS	N/A	N/A	10 ANOS	10 ANOS
QUANTIDADE DE VENDAS	13.523 VENDAS	7.600 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	606 AVALIAÇÕES (4.3 ESTRELAS)	4,3 MIL AVALIAÇÕES (4.3 ESTRELAS)	63 AVALIAÇÕES (5 ESTRELAS)	5.0 ESTRELAS	5.0 ESTRELAS	8 AVALIAÇÕES (3.5 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

O primeiro *marketplace* foi o Mercado Livre, o qual analisou-se o concorrente de jogo de cama (lençol, fronha e edredom), o vendedor “LUCKBABY”, que apresenta 9 anos vendendo no mercado livre, totalizando 13.523 vendas com preços variado entre R\$ 164,71 e 185,07.

Em Americanas e Extra conteve o mesmo concorrente, verificou-se o vendedor “CASA DONA” com 10 anos de mercado e avaliado com 5 estrelas nas vendas de seus produtos na Americanas, junto a isso um preço de R\$ 123,19 a R\$ 139,99. Enquanto, no Extra com o preço superior a 149,90 e visto a 8 avaliações relevantes a 3,5 estrelas.

As demais plataformas foram avaliadas em quesitos de avaliação, sendo Shopee (4.3), Amazon (5.0 estrelas), Magazine Luiza (5.0).

4.3.2 Concorrentes de travesseiro

Figura 22. Quadro dos concorrentes de travesseiro

TRAVESSEIRO	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	SHOPPING ACHEI	SANTANA MODA CASA	FIBRASCA	GIHAN	OUTLET DE CASA	CASA & VÍDEO
PREÇO	R\$ 191,35 a R\$ 215,00	R\$ 54,90	R\$ 32,95 a R\$ 39,90	R\$ 33,29 a R\$ 36,29	R\$ 78,95	R\$ 24,90
MARCA	DUOFLEX	ALTENBURG	FIBRASCA	FIBRASCA	N/A	ALTENBURG
TEMPO DE MERCADO	2 ANOS NA PLATAFORMA	24 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	3.709 VENDAS	71 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	1.047 AVALIAÇÕES (4.6 ESTRELAS)	27 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	902 AVALIAÇÕES (4,1 ESTRELAS)	5.0 ESTRELAS	3 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	8 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Os travesseiros são facilmente diversificados, porém o considerado nas pesquisas de concorrente, foram o os de espuma.

O “Shopping Achei” é o concorrente de travesseiro do Mercado Livre com uma quantidade de vendas de 3.709, o maior se observar entre os *marketplace*, com avaliação positiva de 4.6 em média de estrelas, 2 anos inserido na plataforma e com preço variado e mais elevado.

Além disso, avaliadas Shopee (5.0), Amazon (4.1), Magazine Luiza (5.0), Americanas (5.0) e Extra (4.5)

4.3.3 Concorrentes de jogo de panela

Figura 23. Quadro dos concorrentes de travesseiro

JOGO DE PANELA	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	NEWLARSHOP	TUDO BARATO BRASIL	COMERCIAL AOA LUZ	OLIST STORE	ALFIX SHOP	EXTRA
PREÇO	R\$ 299,00 a R\$ 399,90	R\$ 199,00 a R\$ 204,90	R\$ 146,00 a R\$ 166,00	R\$ 191,12 a R\$ 212,36	R\$ 242,90 a R\$ 269,80	R\$ 209,90 a R\$ 219,90
MARCA	NEW LAR	N/A	ELEGAN	REMAZA	TRAMONTINA TURIM	BRINOX
TEMPO DE MERCADO	2 ANOS NA PLATAFORMA	10 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	16.962 VENDAS	7,3 MIL VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	577 AVALIAÇÕES (4,4 ESTRELAS)	3,5 MIL AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	473 AVALIAÇÕES (4.3 ESTRELAS)	5.0 ESTRELAS	164 AVALIAÇÕES (4.3 ESTRELAS)	29 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Foi analisado o produto de jogo de painelas, sendo avaliado as do modelo antiaderentes e composta por 5 unidades variadas.

Avaliado como concorrente primário, o possuinte de mais vendas e avaliações, sendo assim, o vendedor da Shopee, “TUDO BARATO BRASIL”, com 7,3 mil vendas e 3,5 mil avaliações e dentro da média de 5.0 estrelas. Além disso, são permanentes diante 10 meses na plataforma, carregando um preço variado de R\$ 199,00 a R\$ 204,90.

As médias de avaliação ficaram com a Amazon em (4.3), Magazine Luiza (5.0), Americanas (4.3) e Extra (4.5).

4.3.4 Concorrentes de poltrona infantil

Figura 24. Quadro dos concorrentes de jogo de poltrona infantil

POLTRONA INFANTIL						
	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	MJS UTILIDADES	RJ BRINQUEDOS	N/A	JOTA STORE	LUZA VARIEDADES	N/A
PREÇO	R\$ 71,09 a R\$ 78,99	R\$ 76,50 a R\$ 80,75	N/A	R\$ 108,00 a R\$ 120,00	R\$ 59,90	N/A
MARCA	MJS UTILIDADES	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	9 ANOS NA PLATAFORMA	21 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	1.383 VENDAS	818 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	61 AVALIAÇÕES (4.8 ESTRELAS)	421 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	N/A	3.7 ESTRELAS	1 AVALIAÇÃO (5.0 ESTRELAS)	N/A

Fonte: Elaboração própria, 2022

As poltronas foram determinadas como concorrente, aquelas vendidas modelo infantil e detalhada com personagens na estampa.

O concorrente direto “MJS UTILIDADES” e com o produto semelhante encontra-se 9 anos de plataforma, seu preço varia entre R\$ 71,09 a R\$ 78,99, na faixa de 1.383 vendas no ramo, avaliado em 4.8 estrelas.

A Amazon e o Extra não tiveram resultados diante os parâmetros de poltrona procurado, ou seja, não se aplicando a apuração.

Com média resultante na Shopee de (5.0), Magazine Luiza (3.7) e Americanas (5.0).

4.3.5 Concorrentes de jogo de toalha

Figura 25. Quadro dos concorrentes de jogo de toalha (banho e rosto)

JOGO DE TOALHA	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	MAG CAMISARIA	LOJA DOS ENXOVAIS	LOREN HOME DESIGN	MAGALU	EMCOMPRES	OLIST
PREÇO	R\$ 69,90	R\$ 59,99	R\$ 189,90	R\$ 49,90 a R\$ 69,90	R\$ 53,91 a R\$ 59,90	R\$ 167,92
MARCA	T SHOW	N/A	LOREN HOME DESIGN	ATLANTICA	N/A	OLINDA
TEMPO DE MERCADO	9 ANOS NA PLATAFORMA	18 MESES	21 ANOS DE HISTÓRIA	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	1.383 VENDAS	560 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	139 AVALIAÇÕES (3.8 ESTRELAS)	174 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	108 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)	156 AVALIAÇÕES (4.8 ESTRELAS)	7 AVALIAÇÕES (4.7 ESTRELAS)	2 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Conforme listado e analisado, a base de pesquisa foi diante jogo de toalha de banho contendo 2 de banhos e 2 de rosto.

Observa-se de mais avaliação o concorrente da “LOJA DE ENXOVAIS” localizada na Shopee, acompanhado com o preço de R\$ 59,99, 18 meses de plataforma, 560 vendas e no total de 174 avaliações (5.0 estrelas). Além disso, a “MAGALU” é vendedora e distribuidora na própria plataforma com vantagem grande diante marca, 156 avaliações sendo positiva de 4.8 estrelas e um preço de produto variado de R\$ 49,90 a R\$ 69,90.

Os demais *marketplace* contém as seguintes posições Mercado Livre (3.8), Amazon (4.5), Americanas (4.7), Extra (5.0).

4.3.6 Concorrentes de puff

Figura 26. Quadro dos concorrentes de puff (quadrado)

PUFF	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	UTILIDADES CARDOSO	UTILIDADES CARDOSO	STORE BENTO	VELAS SÃO BENTO	LANINNA STORE	MOBLY
PREÇO	R\$ 29,95	R\$ 53,71 a R\$ 56,40	R\$ 59,99	R\$ 39,99	R\$ 39,90	R\$ 75,59
MARCA	UTILIDADES CARDOSO	UTILIDADES CARDOSO	ARTPUF	PASSABEM	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	3 ANOS NA PLATAFORMA	7 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	964 VENDAS	2,4 MIL VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	8 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	1,1 MIL AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	4 AVALIAÇÕES (4.0 ESTRELAS)	8 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	8 AVALIAÇÕES (3.9 ESTRELAS)	3 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

O produto *Puff* é visto pelo concorrente “UTILIDADES CARDOSO” em 2 plataformas. No Mercado Livre alcançando 3 anos, 964 vendas, preço de 29,95 reais e 8 avaliações em total de 4.9 estrelas. Já na Shopee, o vendedor possui 7 meses, um preço mais alavancado entre 53,71 e 56,40 reais, junto a 2,4 mil vendas, 1,1 mil avaliações conjunto de 5.0 estrelas. Além disso, em ambas as plataformas carrega produtos de marca própria.

As outras plataformas como Amazon captam avaliações de (4.0), Magazine Luiza (5.0), Americanas (3.9), Extra (4.5).

4.3.7 Concorrentes de tapete

Figura 27. Quadro dos concorrentes de tapete (veludo)

TAPETE (VELUDO)	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	ATACADISTA TAPETES	DECORATS	RVIOTTO ENXOVAIS	RVIOTTO ENXOVAIS	DUDA COMPLETE HOUSE	CASA DONA
PREÇO	R\$ 113,31 a R\$ 125,90	R\$ 73,90 a R\$ 199,00	R\$ 70,99 a R\$ 79,90	R\$ 53,73 a R\$ 83,90	R\$ 71,90 a R\$ 74,90	R\$ 150,49
MARCA	UTILIDADES CARDOSO	DECORATS	RVIOTTO ENXOVAIS	RVIOTTO ENXOVAIS	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	1 ANO NA PLATAFORMA	23 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	24.853 VENDAS	1,9 MIL VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	60.169 AVALIAÇÕES (4.4 ESTRELAS)	970 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	147 AVALIAÇÕES (3.5 ESTRELAS)	50 AVALIAÇÕES (2.7 ESTRELAS)	16 AVALIAÇÕES (2.9 ESTRELAS)	8 AVALIAÇÃO (4.5 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Destaca-se no apuramento os concorrentes que realizam a venda de tapetes de veludo. É possível observar que o concorrente “RVIOTTO” é de forte atuação, pois está localizado na plataforma Amazon e Magazine Luiza, com preços de tapete variados, marca própria e com avaliação mediana. Gerando uma vantagem eficaz diante sua localização em mais de uma plataforma.

Em quesito de maior preço ofertado, Atacadista Tapetes liderando no Mercado Livre em vendas e avaliações, 24.853 vendas e 60.189 avaliações equivalentes a 4.4 estrelas.

Avalia-se, Amazon (3.5), Shopee (5.0), Magazine Luiza (2.7), Americanas (2.9) e Extra (4.5).

4.3.8 Concorrentes de pano de prato

Figura 28. Quadro dos concorrentes de pano de prato (10 unidades)

PANO DE PRATO	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	RONALDO BORDIN	RUBBERSTORE	NEW BÁSICO	RUBBERSTORE	LAR SHOP LAR	OLIST
PREÇO	R\$ 29,43 a R\$ 31,99	R\$ 31,99	R\$ 89,99	R\$ 25,90	R\$ 43,10 a R\$ 44,90	R\$ 31,84
MARCA	OPERA PREMIUM	CAMESA	CENTRAL TOALHAS	RUBBERSTORE	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	10 ANOS NA PLATAFORMA	20 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	37.770 VENDAS	43 MIL VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	1.076 AVALIAÇÕES (4.2 ESTRELAS)	16,1 MIL AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	9 AVALIAÇÕES (4.7 ESTRELAS)	126 AVALIAÇÕES (4.3 ESTRELAS)	23 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	2 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Diante da tabela e a busca de concorrentes de pano de prato contendo 10 unidades, verifica-se a presença do concorrente “RUBBERSTORE” na Shopee com avaliação dadas de clientes, sendo 16,1 mil e na Magazine Luiza 126 avaliações com média altas de estrela entre 4.3 e 5.0 e preço variável.

Vale ressaltar, o concorrente “RONALDO BORDIN”, o qual atua na plataforma do Mercado Livre 10 anos, tem preços entre R\$ 29,43 a R\$ 31,99. Contemplando 37.770 vendas e 1.076 avaliações medianas a 4.2 estrelas.

Em escala de avaliação, a Amazon (4.7, Americanas (4.9) e Extra (5.0).

4.3.9 Concorrentes de toalha de mesa

Figura 29. Quadro dos concorrentes de toalha de mesa (retangular)

TOALHA DE MESA	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	SULEIZE DECORAÇÕES	CRIATIVA DECORA	AMAZON.CO M.BR	GUARU CASA	ZAMPIERI	OLIST
PREÇO	R\$ 38,27 a R\$ 43,00	R\$ 29,90	R\$ 37,51	R\$ 39,90 a R\$ 44,90	R\$ 49,41 a R\$ 54,90	R\$ 46,41
MARCA	SULEIZE DECORAÇÕES	CRIATIVA DECORA	BRANYL	ADMIRARE	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	3 ANOS NA PLATAFORMA	9 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	5.598 VENDAS	1,5 MIL VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	171 AVALIAÇÕES (4.8 ESTRELAS)	529 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	133 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)	49 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	2 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)	1 AVALIAÇÃO (5.0 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

A toalha de mesa utilizada para análise nas plataformas foi a de modelo retangular, o qual se destacou de maneira grandiosa no Mercado Livre.

O concorrente “SULEIZE DECORAÇÕES” pertence a 3 anos na plataforma, contém marca própria, resultante de 5.598 vendas com preço variado de R\$ 38,27 a R\$ 43,00. A média de estrelas é de 4.8 equivalentes a 171 avaliações dos produtos obtidos.

Na Shopee, os produtos foram avaliados em média de (4.9), Amazon (4.5), Magazine Luiza (4.9), Americanas (4.5) e Extra (5.0).

4.3.10 Concorrentes de sapateira

Figura 30. Quadro de concorrentes de sapateira de madeira (vertical)

SAPATEIRA DE MADEIRA	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANA S (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	HRM COMÉRCIOS	UTILIDADES CARDOSO	TOTALBOX10	LOJA DO PINHO	CLICANDO E COMPRANDO	LOJA DO PINHO
PREÇO	R\$ 74,95 a R\$ 78,90	R\$ 54,90 a R\$ 69,90	R\$ 46,89	R\$ 57,90 a R\$ 99,80	R\$ 79,99	R\$ 99,99
MARCA	HRM COMÉRCIOS	UTILIDADES CARDOSO	CASLTA	LOJA DO PINHO	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	12 ANOS NA PLATAFORMA	7 MESES NA PLATAFORMA	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	977 VENDAS	595 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	54 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	287 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	690 AVALIAÇÕES (3.9 ESTRELAS)	15 AVALIAÇÕES (4.1 ESTRELAS)	22 AVALIAÇÕES (3.0 ESTRELAS)	6 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Foi observado e consultado sapateiras de madeira no modelo vertical. No Mercado Livre é o vendedor “HRM COMÉRCIOS” tem 12 anos e 977 vendas na plataforma a um preço de R\$ 74,95 a R\$ 78,90. Junto a isso, 54 avaliações equivalentes a 4.9 estrelas.

Consta com uma avaliação bem positiva, o concorrente “TOTALBOX10” localizado na Amazon acompanha-se de 690 avaliações e 3.9 estrelas e sua precificação de produto em R\$ 46,89.

Em linha de concorrente avaliativa tem a Shopee (4.9), Magazine Luiza (4.1), Americanas (3.0) e Extra (5.0).

4.3.11 Concorrentes de baú

Figura 31. Quadro dos concorrentes de baú (retangular)

BAÚ (RETANGULAR)	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	LOJAS GN	NEGROMONTE STORE	DOCE LAR DECORAÇÃO	VENEZA ESTOFADOS	EXPLANADA	ESPLANADA MÓVEIS
PREÇO	R\$ 293,71 a R\$ 329,90	R\$ 149,00	R\$ 349,90	R\$ 259,00 a R\$ 380,00	R\$ 569,00 a R\$ 669,42	R\$ 387,37
MARCA	LOJAS GN	N/A	DOCE LAR DECORAÇÕES	VENEZA ESTOFADOS	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	1 ANO NA PLATAFORMA	15 MESES	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	885 VENDIDOS	175 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	35 AVALIAÇÕES (4.8 ESTRELAS)	107 AVALIAÇÕES (4.9 ESTRELAS)	5.0 ESTRELAS	6 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	6 AVALIAÇÕES (4.8 ESTRELAS)	1 AVALIAÇÃO (3.0 ESTRELEAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Considerando o Baú grande e retangular como fonte de análise, percebe-se a “LOJAS GN” vista no Mercado Livre, como principal corrente dentro de 1 ano de existência na plataforma e 885 vendas de variação entre R\$ 293,71 a R\$ 329,90 e são vistos em 4.8 estrelas, totalizando 35 avaliações.

É possível ressaltar os concorrentes diante a escalação de média avaliativa da Shopee (4.9), Amazon (5.0), Magazine Luiza (5.0), Americanas (4.8) e Extra (3.0).

4.3.12 Concorrentes de manta de sofá

Figura 32. Quadro dos concorrentes de manta de sofá (retangular)

MANTA DE SOFÁ	1	2	3	4	5	6
PLATAFORMA	MERCADO LIVRE	SHOPEE	AMAZON	MAGAZINE LUIZA	AMERICANAS (SUBMARINO)	EXTRA
CONCORRENTE	VESTHOUSE	TMDECOR	CMC CONFECÇÕES	STORE TÊXTIL	DICAZA	NEW SHOP TEXTIL
PREÇO	R\$ 35,90 a R\$ 58,90	R\$ 118,92 a R\$ 139,90	R\$ 37,89	R\$ 40,70 a R\$ 42,70	R\$ 62,30 a R\$ 64,90	R\$ 49,90
MARCA	VESTHOUSE	TM DECOR	GENÉRICO	STORE TÊXTIL	N/A	N/A
TEMPO DE MERCADO	6 ANOS NA PLATAFORMA	1 ANO E 10 MESES NA PLATAFORMA	N/A	N/A	N/A	N/A
QUANTIDADE DE VENDAS	12.810 VENDAS	113 VENDAS	N/A	N/A	N/A	N/A
AVALIAÇÕES	320 AVALIAÇÕES (4.7 ESTRELAS)	52 AVALIAÇÕES (5.0 ESTRELAS)	89 AVALIAÇÕES (4.6 ESTRELAS)	26 AVALIAÇÕES (4.4 ESTRELAS)	74 AVALIAÇÕES (4.4 ESTRELAS)	5 AVALIAÇÕES (4.5 ESTRELAS)

Fonte: Elaboração própria, 2022

Diante as variedades em manta de sofá é selecionada de base foi no formato retangular.

Dentro da concorrência principal, pode-se verificar “VESTHOUSE”, inserida dentro do Mercado Livre já há 6 anos, liderando 12.810 vendas, com preço de 35,90 a 58,90 reais, 320 avaliações paramentada de 4.7 estrelas e de marca própria.

No tópico de avaliativo segmentado na Shopee (5.0), Amazon (4.6), Magazine Luiza (4.4), Americanas (4.4), Extra (4.5).

Portanto, conclui-se que o que os vendedores concorrentes estão localizados principalmente no Mercado Livre, com preços variados, vendas elevadas e avaliações superiores diante a maioria dos *marketplace* listados, determinando produtos positivos pelos clientes e vistos com qualidade elevada.

4.4 Estudo dos fornecedores

Os fornecedores são parte essencial do processo produtivo de uma empresa. Para que uma companhia consiga se estabelecer no mercado, ela deve possuir parceiros sólidos, pois estes, possuem uma participação no planejamento.

O terceiro artigo do Código de Defesa do Consumidor, estabelece que:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (Código de Defesa do Consumidor, art 3º)

DIAS (2010, p. 312) classifica os fornecedores como: monopolista, habituais e especiais. O autor refere-se o fornecimento monopolista como fabricantes de produtos exclusivos e que, nesses casos, o cliente que tem de manter o interesse na aquisição. Em relação aos fornecedores habituais, o autor alega que são fornecedores tradicionais, que apresenta uma linha de produto padronizado e bastante comercial. Segundo DIAS (2010, p..312), os fornecedores especiais são os que eventualmente poderão prestar serviços e requerem equipamento especiais ou processos específicos nos seus processos de fabricação.

O autor também ressalta a importância de as empresas fazerem uma avaliação e seleção de seus fornecedores. De acordo com DIAS (2010, p. 315):

O objetivo principal é encontrar fornecedores que possuam condições de fornecer os materiais necessários dentro das quantidades, dos padrões de qualidade requeridos, no tempo determinado, com menores preços e/ou competitivos e nas melhores condições de pagamento. (DIAS, p. 315)

DIAS (2010, p. 316) destaca outros parâmetros que também devem ser avaliados, sendo eles: o cumprimento de prazos de entrega estabelecido, a manutenção dos padrões de qualidade, política de preços determinada e a assistência técnica que a empresa oferece no pré e pós-venda.

O autor também apresenta a pesquisa dos fornecedores, que integra as seguintes áreas: estudo de mercado, estudo de materiais, análise de custos, investigação das fontes de fornecimento, inspeção das fontes de fornecimento, inspeção das fábricas, desenvolvimento de fontes de fornecimento e desenvolvimento

de fontes de materiais alternativos. A análise desses fatores faz que ocorra uma construção segura de relacionamento com o fornecedor, gerando assim, uma futura parceria.

A empresa JBL DA SILVA MAGAZINE ME estabelece uma parceria com grandes fornecedores do ramo varejista de artigos para casa, como por exemplo, Ortobom, Lepper, Tapetes Lancer, Sultan, Fort-Lar, Alegrete, Marcolar etc.

As companhias parceiras da loja são referência no mercado. A Ortobom Colchões nesse ano de 2022 celebra seus 53 anos, sendo a maior franqueadora de lojas de colchões do mundo e a maior fabricante da América Latina. A empresa iniciou suas atividades no ramo metalúrgico e anos depois começou a confeccionar colchões. A Casa Bela, Cama, Mesa e Banho é parceira da empresa há dez anos.

Outra companhia de destaque é a Companhia Fabril Lepper. A marca trabalha na fabricação de jogo de cama, jogo de toalha de banho, toalha de mesa, entre outros. Ela está no mercado desde 1907, fruto de cenário de imigrantes europeus empreendedores que confeccionaram uma tecelagem. A Casa Bela trabalha com a companhia desde o início de suas atividades, em 2009.

A Tapetes Lancer é referência no mercado na fabricação de tapetes. A empresa foi fundada em 1996 e possui uma vasta opção de catálogo. A JBL é parceira da empresa há oito anos.

A companhia Sultan, Veste sua Casa, fabrica jogo de cama, toalha de banho, travesseiro, tapete e cortina. A empresa tem mais de 50 anos no mercado, iniciando suas atividades no Líbano e, em 1951, a companhia emigrou para a cidade de São Paulo, abrindo sua primeira loja de atacado na 25 de março. A Casa Bela se fez parceria com a Sultan desde o começo de suas atividades.

Outra fornecedora da JBL DA SILVA é a Fort-Lar. A empresa foi fundada em 1999 e trabalha com uma vasta linha de utensílios domésticos. Com fabricação própria, a companhia fabrica panela de pressão, forma, frigideira, jogo de panela etc. A Fort-Lar é uma das maiores fornecedoras de panelas da loja e é parceira desde 2009.

No mesmo ramo de alumínio, a Casa Bela também tem parceria com a Alegrete. A empresa possui uma vasta opção de produtos ofertados no mercado,

sendo eles: jogo de panela, frigideira, assadeira e forma, panela de pressão etc. A loja começou sua parceria com a empresa há dez anos.

Com mais de 50 anos de mercado, a Marcolar é referência no ramo de laminados e utensílios domésticos de alumínio. A empresa é fornecedora da JBL DA SILVA MAGAZINE desde 2009.

Os principais produtos vendidos da Casa Bela são dos fornecedores listados acima, porém, a loja também trabalha com pequenas empresas. As sapateiras, os *puffs*, os baús e as poltronas infantil são produtos ofertados da empresa Terezinha de Jesus Queiroz Confecções ME. A companhia se trata de uma microempresa familiar que iniciou suas atividades em 2006.

Outra microempresa que a loja tem como fornecedor é a Mistura Fina Enxovais e Aviamentos Ltda. A empresa, de pequeno porte, é um dos parceiros de mantas de sofá que a Casa Bela possui.

A maioria dos contatos de fornecedores da Casa Bela foi feita através de indicação de outras empresas do mesmo ramo. Como o fundador da loja trabalhava em uma empresa varejista de artigos de cama, mesa e banho, o empresário já conhecia alguns representantes dessas companhias. Uma outra forma utilizada por ele para negociar com outras empresas é a participação de feiras de negócios.

As negociações com os fornecedores são feitas por reuniões, ligações e via WhatsApp. Geralmente as reuniões que são para apresentar novos produtos são feitas pessoalmente, pois assim os representantes das empresas trazem os produtos e estes possam passar por uma avaliação.

5. PLATAFORMAS DE MARKETPLACE

As plataformas selecionadas pelo estudo foram escolhidas através de uma pesquisa sobre as empresas de *marketplace* mais acessadas do mercado brasileiro. O intuito é utilizar a visibilidade que essas empresas possuem para ampliar a quantidade de produtos que a empresa Casa Bela vende.

5.1 Mercado Livre

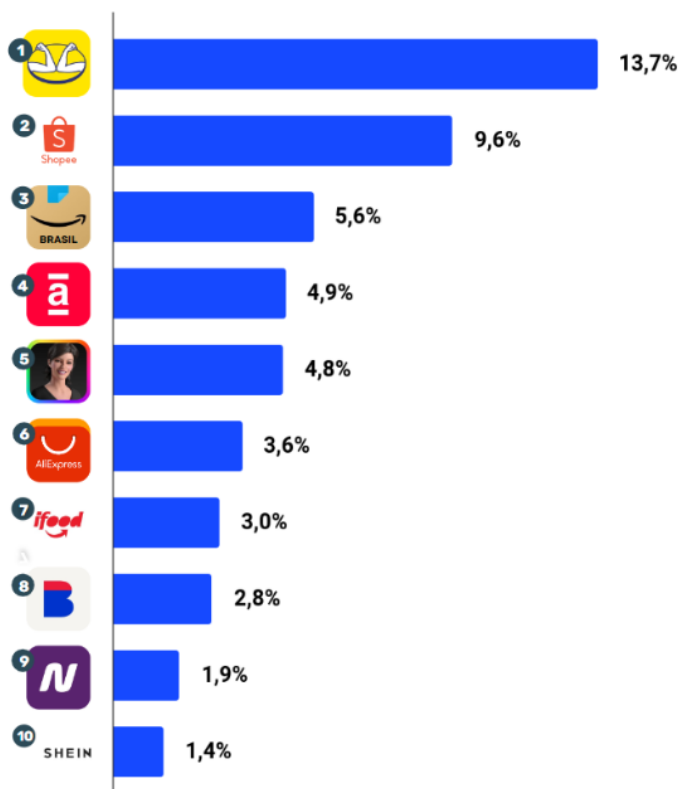
A empresa foi fundada em 1999 pelo empresário argentino Marcos Galperin. Na época, Galperin começou a montar um plano de negócios enquanto obtinha um diploma de MBA na Universidade de Stanford, e, juntamente com uma equipe de profissionais, ele trabalhou para criar um *site* de comércio eletrônico que permitiria qualquer pessoa a anunciar e comprar produtos. A plataforma passou a funcionar em agosto do mesmo ano na Argentina, Buenos Aires e, dois meses depois, Stello Tolda, liderou as operações no Brasil.

Stello Tolda é o co-fundador e, atualmente, o *Chief Executive Officer* (CEO) da empresa. Em 1999, Tolda decidiu deixar o banco Lehman Brothers, onde tinha uma carreira promissora no setor financeiro, para entrar no projeto feito por Galperin e montar uma filial no Brasil.

O Mercado Livre se tornou o maior *marketplace* da América Latina, e atualmente, opera em 18 países. A plataforma reúne milhões de vendedores e compradores e tem mais de 60 milhões de produtos ofertados. No *site* é registrado seis mil buscas e nove vendas por segundo.

Segundo os dados coletados do Relatório Setores do *E-commerce* do Brasil, da *Conversion*, agência de *Search Engine Optimization* (SEO), o Mercado Livre se encontra no primeiro lugar do ranking dos principais *e-commerce* do Brasil.

Figura 33. Ranking dos principais e-commerce do Brasil



Fonte: Conversion, 2022.

De acordo com os dados coletados pela ferramenta de tráfego da Semrush, o Mercado Livre situa-se no décimo quarto lugar dos sites mais acessados no Brasil.

Figura 34. Lista dos principais sites do Brasil classificados por tráfego

Posicionamento	Domínio	Tráfego mensal	Páginas por visitas	Tempo no site (min)
1	youtube.com	3.9B	6.0	33:16:00
2	google.com	3.2B	3.4	19:59
3	xvideos.com	880 M	7.7	12:06
4	globo.com	520 M	2.6	17:42
5	uol.com.br	468 M	2.9	20:07
6	facebook.com	328 M	2.7	16:51
7	pornhub.com	321 M	7.0	10:32
8	twitter.com	267 M	1.7	21:15
9	instagram.com	247 M	2.0	17:17
10	googleadservices.com	227 M	1.5	12:13
11	caixa.gov.br	165 M	4.3	05:21
12	wikipedia.org	159 M	2.3	11:34
13	bet365.com	152 M	1.6	28:48:00
14	google.com.br	147 M	3.5	17:35
15	 xnxx.com	141 M	6.7	10:27
16	mercadolivre.com.br	119 M	3.9	12:51
17	whatsapp.com	114 M	1.6	17:53

Fonte: Semrush, 2022 (adaptado pelas autoras)

Esses números afetam diretamente a economia brasileira, e, com outras plataformas da empresa, sendo elas: Mercado Pago; Mercado Envios; Mercado Shops e Mercado Livre Publicidade, a companhia oferece soluções para que pessoas e empresas consigam comprar, vender, anunciar, enviar e pagar.

O Mercado Pago é o banco digital da companhia, ele oferece soluções de transições financeiras realizadas no Mercado Livre e em outros sites, o banco também está presente no mundo físico com as máquinas de cartão: Mercado Point.

O Mercado Envios é um sistema logístico da empresa, oferecendo soluções de cálculos de frete e impressão de etiquetas pré-pagas, facilitando assim, o envio dos produtos com operadoras de logísticas parceiras. Além disso, ele oferece o serviço de coleta, disponibilizando embalagens próprias aos vendedores, retirando

os produtos em seus endereços, consolidando a carga e entregando as mercadorias aos compradores.

O Mercado Shops é uma plataforma de loja *on-line* com domínio próprio, layout personalizado e sistema de transição financeira Mercado Pago. O Mercado Livre Publicidade é responsável pela publicação de anúncios de publicitários dentro da plataforma do Mercado Livre.

O MercadoLivre.com é a plataforma que abriga o *marketplace* da empresa. Com milhões de acessos diários de usuários, ela garante um alto grau de visibilidade dos anúncios feitos pelas empresas e é possível a venda de seus produtos por todo o país. Na plataforma existe dois tipos de anúncios: os gratuitos e os pagos. A diferença entre eles é a visibilidade e um melhor posicionamento nos resultados de busca que os anúncios pagos oferecem.

O Mercado Livre também oferece dicas e soluções para empresas que buscam trabalhar na plataforma. A “Central de Vendedores” disponibiliza um roteiro de como vender pelo Mercado Livre. No roteiro é apresentada informações desde a apresentação do ecossistema da empresa até de como impulsionar as vendas na plataforma.

A empresa preza pela reputação dos seus vendedores, segundo a plataforma: “a reputação é essencial porque fala da sua qualidade de vendedor”. Há diferentes fatores que influenciam na construção de uma boa reputação, sendo eles: reclamações, vendas despachadas com atraso e vendas canceladas pelo vendedor. Segundo o Mercado Livre a maioria das reclamações ocorrem pela falta de informações no anúncio e é recomendado pela empresa que não excedem 3% do seu total de vendas. Em relação as vendas despachadas com atraso, a empresa orienta que caso o vendedor utiliza o Mercado Envios a plataforma disponibiliza um prazo indicado para enviar os produtos e o vendedor não deve exceder 15% das suas entregas com atraso. Nas vendas canceladas pelo vendedor, o Mercado Livre contabiliza todas as vendas canceladas feitas pelo vendedor, mesmo as que não receberam reclamações, e ressalta a importância de não cancelar mais de 3% de vendas no total. No caso dos vendedores que tenham o selo MercadoLíder, estes não deve cancelar mais de 2% de vendas.

O selo de MercadoLíder representa que o serviço que o vendedor está oferecendo é de alta qualidade, e por isso, está entre os melhores vendedores da plataforma. Há três tipos de selos: MercadoLíder, MercadoLíder Gold e Mercado Platinum. Os benefícios que os selos oferecem são: os anúncios vão ter prioridade e mais visibilidade nas buscas, os vendedores conseguem oferecer frete grátis pelo Mercado Envios, podem contar com o atendimento personalizado do Mercado Livre pelo chat e participa de reuniões de capacitação e aconselhamento oferecidos pela empresa.

Para se tornar MercadoLíder é necessário bater algumas metas feitas pela plataforma: estar cadastrado há, pelo menos, quatro meses, enviar documento de identidade e dados para o cadastro, enviar documentos para comprovação fiscal, estar com termômetro e vendas na cor verde-escuro, ter menos de 1% de reclamações mediadas pelo Mercado Livre sobre o total das vendas e ter menos de 2% do total de vendas canceladas com devolução de dinheiro. Para que o vendedor tenha o selo de MercadoLíder Gold ele precisa cumprir todos os pré-requisitos e seu negócio precisa realizar 150 ou mais vendas e faturar R\$ 80.000 reais de vendas realizadas. Para ter o selo mais alto da plataforma, o MercadoLíder Platinum, o vendedor precisa de mais de 450 vendas feitas e faturar R\$ 200.000 reais, além de ter todos os pré-requisitos estabelecidos pela plataforma.

Figura 35. Selos do MercadoLíder



Fonte: Mercado Livre

As tarifas do Mercado Livre variam de acordo com a categoria, tipo de anúncio e preço do produto que a empresa procura vender. Os Anúncios Grátis, os anúncios são ofertados gratuitamente e o vendedor não paga comissão por venda, porém, há

limitação de tempo e de quantidade de produto vendidos, sendo de 60 dias para a utilização e de até 20 vendas.

No caso dos Anúncios Clássicos, a tarifa por anúncio também é gratuita, mas há uma comissão que varia de 10% a 14% por venda conforme a categoria do produto, nesse caso, a utilização do plano é ilimitada. Já os Anúncios Premium, também é ofertado gratuitamente os anúncios e há uma comissão por venda com uma variação de 15% a 19% dependendo da categoria do produto, esse também é um plano ilimitado.

A figura a seguir mostra a diferenças entre os planos ofertados pelo Mercado Livre:

Figura 36. Planos ofertados pelo Mercado Livre

	Grátis	Clássico	Premium* 
Exposição	Baixa	Média	Alta
Duração	60 dias	Ilimitada	Ilimitada
Oferece parcelamento sem acréscimo	✗	✗	✓
Oferece Mercado Pago	✓	✓	✓

Fonte: Olist.

Além disso, nos produtos abaixo de R\$ 79,00 reais, o vendedor paga um custo fixo de R\$ 5,00 por unidade vendida, exceto livros e produtos de supermercado.

Nos casos dos anúncios que se trata de categorias especiais, como Carros, Motos, Imóveis e Serviços, precisam pagar uma tarifa por anúncio, com isso, se o vendedor não realizar o pagamento da taxa, ele não pode anunciar no Mercado Livre.

A plataforma disponibiliza um Simulador de Custos para que as empresas que procuram trabalhar com o Mercado Livre possam ter uma estimativa do quanto receberá por cada venda e o quanto de tarifa será cobrado por anunciar.

O custo de envio está a cargo do comprador, porém, se a empresa procura disponibilizar frete grátis, sendo isso uma forma de melhorar a sua reputação, o custo é do vendedor. O preço depende do peso do pacote, que é calculado a partir das dimensões e peso físico. Após o lojista ter despachado o produto, o Mercado Envios é responsável em medi-lo e pesá-lo para obter as dimensões exatas. Para os envios despachados pelo Full, será atribuído o envelope ou caixa que mais se adequa ao produto. O tamanho da embalagem o custo de envio do produto pois é calculado as dimensões com o produto já embalado. A localização da empresa também interfere no custo de envio da mercadoria.

Figura 37. Quadro custo frete grátis regiões sul/ sudeste do país

Peso*	Produtos novos de menos de R\$ 79, usados e Grátis no Mercado Livre ou Clássico no Mercado Shops		Produtos novos a partir de R\$ 79 ou Premium no Mercado Shops		Categorias especiais	
			50% de desconto		25% de desconto	
	Full	Outros	Full	Outros	Full	Outros
Até 500 g	R\$ 34,90	R\$ 34,90	R\$ 17,45	R\$ 17,45	R\$ 26,18	R\$ 26,18
De 500 g a 1 kg	R\$ 37,90	R\$ 37,90	R\$ 18,95	R\$ 18,95	R\$ 28,43	R\$ 28,43
De 1 kg a 2 kg	R\$ 38,90	R\$ 38,90	R\$ 19,45	R\$ 19,45	R\$ 29,18	R\$ 29,18
De 2 kg a 5 kg	R\$ 47,90	R\$ 47,90	R\$ 23,95	R\$ 23,95	R\$ 35,93	R\$ 35,93
De 5 kg a 9 kg	R\$ 71,90	R\$ 71,90	R\$ 35,95	R\$ 35,95	R\$ 53,93	R\$ 53,93
De 9 kg a 13 kg	R\$ 112,90	R\$ 112,90	R\$ 56,45	R\$ 56,45	R\$ 84,68	R\$ 84,68
De 13 kg a 17 kg	R\$ 125,90	R\$ 125,90	R\$ 62,95	R\$ 62,95	R\$ 94,43	R\$ 94,43
De 17 kg a 23 kg	R\$ 146,90	R\$ 146,90	R\$ 73,45	R\$ 73,45	R\$ 110,18	R\$ 110,18
De 23 kg a 30 kg	R\$ 169,90	R\$ 169,90	R\$ 84,95	R\$ 84,95	R\$ 127,43	R\$ 127,43
De 30 kg a 40 Kg	R\$ 192,90	R\$ 192,90	R\$ 96,45	R\$ 96,45	R\$ 144,68	R\$ 144,68
De 40 kg a 50 kg	R\$ 205,90	R\$ 205,90	R\$ 102,95	R\$ 102,95	R\$ 154,43	R\$ 154,43
De 50 kg a 60 kg	R\$ 220,90	R\$ 220,90	R\$ 110,45	R\$ 110,45	R\$ 165,68	R\$ 165,68
De 60 kg a 70 kg	R\$ 237,90	R\$ 237,90	R\$ 118,95	R\$ 118,95	R\$ 178,43	R\$ 178,43
De 70 kg a 80 kg	R\$ 252,90	R\$ 252,90	R\$ 126,45	R\$ 126,45	R\$ 189,68	R\$ 189,68
De 80 kg a 90 kg	R\$ 269,90	R\$ 269,90	R\$ 134,95	R\$ 134,95	R\$ 202,43	R\$ 202,43
De 90 kg a 100 kg	R\$ 284,90	R\$ 284,90	R\$ 142,45	R\$ 142,45	R\$ 213,68	R\$ 213,68
De 100 kg a 125 kg	R\$ 305,90	R\$ 305,90	R\$ 152,95	R\$ 152,95	R\$ 229,43	R\$ 229,43
De 125 kg a 150 kg	R\$ 324,90	R\$ 324,90	R\$ 162,45	R\$ 162,45	R\$ 243,68	R\$ 243,68
Maior que 150 kg	R\$ 341,90	R\$ 341,90	R\$ 170,95	R\$ 170,95	R\$ 256,43	R\$ 256,43

Fonte: Mercado Livre (adaptado pelas autoras)

O Mercado Livre Full é o serviço de armazenamento de estoque que a empresa oferece, com isso, a companhia fica responsável em embalar e enviar os produtos, garantindo que cheguem no dia seguinte ou no mesmo dia. Além disso, a plataforma se responsabiliza pelo atendimento pós-venda. Os benefícios oferecidos pelo Mercado Livre Full são: otimização nas operações, ou seja, ao enviar os produtos para os centros de distribuição, o vendedor não precisa se preocupar com a logística; o lojista oferecendo esse tipo de logística garante uma melhor experiência para os seus compradores, reduzindo assim, o tempo de despacho da mercadoria e as tarifas para o frete grátis são mais baixas. Vale ressaltar que os produtos anunciados com o selo Full, possuem um ícone diferenciado para que os compradores possam identificá-lo e saberão que esse tipo de produto, são enviados rapidamente.

O custo para possuir esse selo varia por quantidade de tempo que o estoque do vendedor está no centro de distribuição. Os itens que estiverem sem vendas há mais de 60 dias desde sua chegada no armazenamento, irão gerar um custo mensal por estoque antigo, sendo que, o custo é por unidade e submete ao tempo que está no centro e o seu tamanho.

Figura 38. Quadro tarifa por estoque antigo

	Produto pequeno (0 a 1.200 cm ³) Ex.: mouse.	Produto médio (1.201 a 30.000 cm ³) Ex.: notebook.	Produto grande (mais de 30.000 cm ³) Ex.: micro-ondas.
Até 2 meses	Sem custo por estoque antigo	Sem custo por estoque antigo	Sem custo por estoque antigo
De 2 a 4 meses	R\$ 1,50	R\$ 3,60	R\$ 13,75
De 4 a 6 meses	R\$ 3,40	R\$ 7,50	R\$ 25,50
De 6 a 12 meses	R\$ 5	R\$ 11,25	R\$ 37,50
Mais de 12 meses	R\$ 8	R\$ 17,50	R\$ 60

Fonte: Mercado Livre (adaptado pelas autoras)

Se o vendedor optar para retirada do estoque antigo no centro de distribuição, o Mercado Livre irá cobrar uma tarifa fixa que depende do volume total dos produtos. A empresa disponibiliza descontos na retirada quanto maior for o volume de estoque e, por isso, ela recomenda que o vendedor faça uma única retirada todos os itens que não vendem como o esperado.

Figura 39. Quadro custo por envio de retirada de estoque antigo

Volume	Custo por descarte	Custo por envio de retirada para o endereço
Até 0.01 m ³	R\$ 4	R\$ 59
De 0.01 a 0.025 m ³	Entre R\$ 4 e R\$ 10	Entre R\$ 61 e R\$ 153
De 0.025 a 0.05 m ³	Entre R\$ 10 e R\$ 20	Entre R\$ 153 e R\$ 306
	Entre R\$ 7 e R\$ 14	Entre R\$ 90 e R\$ 180
	33% OFF	41% OFF
De 0.05 a 0.1 m ³	Entre R\$ 20 e R\$ 40	Entre R\$ 306 e R\$ 613
	Entre R\$ 13 e R\$ 25	Entre R\$ 145 e R\$ 290
	38% OFF	53% OFF
De 0.1 a 0.25 m ³	Entre R\$ 40 e R\$ 101	Entre R\$ 613 e R\$ 1.531
	Entre R\$ 18 e R\$ 44	Entre R\$ 193 e R\$ 482
	56% OFF	69% OFF
De 0.25 a 0.50 m ³	Entre R\$ 101 e R\$ 202	Entre R\$ 1.531 e R\$ 3.063
	Entre R\$ 34 e R\$ 68	Entre R\$ 362 e R\$ 724
	66% OFF	76% OFF
De 0.50 a 1 m ³	Entre R\$ 202 e R\$ 404	Entre R\$ 3.063 e R\$ 6.125
	Entre R\$ 56 e R\$ 111	Entre R\$ 569 e R\$ 1.138
	73% OFF	81% OFF
De 1 a 2 m ³	Entre R\$ 404 e R\$ 808	Entre R\$ 6.125 e R\$ 12.250
	Entre R\$ 94 e R\$ 188	Entre R\$ 971 e R\$ 1.942
	77% OFF	84% OFF
De 2 a 5 m ³	Entre R\$ 808 e R\$ 2.020	Entre R\$ 12.250 e R\$ 30.625
	Entre R\$ 180 e R\$ 450	Entre R\$ 1.856 e R\$ 4.640
	78% OFF	85% OFF
De 5 a 10 m ³	Entre R\$ 2.020 e R\$ 4.040	Entre R\$ 30.625 e R\$ 61.250
	Entre R\$ 410 e R\$ 820	Entre R\$ 4.140 e R\$ 8.280
	80% OFF	86% OFF
De 10 a 20 m ³	Entre R\$ 4.040 e R\$ 8.080	Entre R\$ 61.250 e R\$ 122.500
	Entre R\$ 700 e R\$ 1.400	Entre R\$ 7.240 e R\$ 14.480
	83% OFF	88% OFF
De 20 a 50 m ³	Entre R\$ 8.080 e R\$ 20.200	Entre R\$ 122.500 e R\$ 306.250
	Entre R\$ 840 e R\$ 2.100	Entre R\$ 10.480 e R\$ 26.200
	90% OFF	91% OFF
Mais de 50 m ³	Desde R\$ 20.200	Desde R\$ 306.250
	Desde R\$ 950	Desde R\$ 11.500
	95% OFF	96% OFF

Fonte: Mercado Livre (adaptado pelas autoras)

A empresa aconselha aos vendedores que calcule a quantidade ideal que é planejado para vender em 60 dias e que revise periodicamente o tempo das unidades no Full, assim o vendedor tem a opção de retirar os itens no prazo em que os produtos não se tornam estoque antigo.

No serviço de coleta, o Mercado Livre busca os produtos diretamente no endereço do vendedor. O vendedor prepara todos os itens, embalando-os, emitindo e anexando as notas fiscais feitas no exterior dos pacotes. A empresa disponibiliza para compra as embalagens oficiais do Mercado Livre na loja oficial de embalagens. Para a realização da coleta, é necessário que o vendedor emita as notas fiscais de todas as suas vendas, vale ressaltar que o Mercado Livre possui um emissor de NF-e gratuito. Também é indispensável as etiquetas de envio, que estarão disponíveis para imprimir após a emissão da nota fiscal. Após o motorista escanear as etiquetas, será enviado o comprovante por e-mail do vendedor com a quantidade de pacotes entregue e o horário da entrega.

5.2 Shopee

A Shopee é uma plataforma de comércio eletrônico asiática, fundada em 2015 em Singapura, expandindo para Malásia, Tailândia, Taiwan, Indonésia, Vietnã, Filipinas e chegou no Brasil em meados de 2019, ganhando força e sendo concorrente direta das empresas Wish e Aliexpress.

Seus produtos são diversificados dentre as categorias de celulares, acessórios, moda, saúde e beleza, roupas femininas e masculinas, casa, cozinha e decoração, inclusos com diversas promoções e frete grátis.

A Shopee está crescendo diariamente como *marketplace* e esteve expandindo inicialmente no Brasil diante seu famoso frete grátis, rápida entrega, preços baixos, aplicativo de fácil navegação e produtos diversificados e chamativos, atraindo muitos e diversos tipos de consumidores.

Suas necessidades para efetuar vendas pelo *site* ou aplicativo é estar cadastrado com pessoa jurídica ou física, portar informações adicionais como CNPJ, CPF, endereço, e-mail e imagens de seus produtos, para que possa ser feito a validação de identidade e sua marca de loja. Investir na Shopee como *marketplace* vai além dos benefícios de produtos e preço, vale ressaltar o quão a empresa está proposta a alcançar em quesitos de logística, estoque, mão de obra e taxa de comissão.

Segundo Alexandre Nogueira, da Universidade *Marketplace*, a Shopee está favorecendo o lado do lojista com uma taxa de 12% ou até 18% em casos de ofertas com frete grátis e 3 cupons de desconto aos clientes. Em caso de mercadorias com valor de 50 reais e o frete 15 reais, a comissão será apenas cobrada em cima do valor do produto, sendo um grande diferencial diante os outros *marketplace*, o qual estão considerando o valor do produto junto ao frete, além disso, a plataforma estabeleceu uma nova tarifa de 12% para compras acima de 850 reais e comissão fixa de 100 reais, e os que adquirirem o pacote de frete grátis com a tarifa de 18%, compras acima de 500 reais será sempre considerado 100 reais de comissão fixa, portanto trazendo um aumento do ticket médio e favorecendo o vendedor. Nos seus produtos visados em ticket baixo, trazem uns bons incentivos para os vendedores que estão prestes a investir no *marketplace*, devido as quantidades de vendas alavancarem.

As vantagens estratégicas para o vendedor é a facilidade para iniciar seu cadastro na plataforma, além dela estar fortemente vinculada com marketing e propaganda, trazendo mais visibilidade ao aplicativo e as operações. Diante disso, a taxa de 12% de comissão é um ponto de vantagem juntamente aos custos de envio, podendo ofertar os descontos para compras de mais um item, kits e cupom para quem seguir a loja. Além disso, podendo crescer em todos os canais de venda diante as diversas buscas dos consumidores e itens vantajosos para ambos os lados.

Vale ressaltar que a Shopee traz diversos tipos de fretes variedades e aberturas nos métodos de forma de pagamento como cartão de crédito, cartão de débito, boleto e pix.

Os clientes ainda podem ter a Garantia Shopee, o qual o dinheiro do comprador é armazenado e protegido e só é dado ao vendedor quando o seu pedido é entregue e em bom estado, junto aos sistemas de segurança de pagamento, garantindo

antifraude nas compras *on-line*. Com isso, o vendedor é creditado quando o consumidor confirmar a entrega do produto ou caso ao contrário demorará até 7 dias úteis para receber quantia da venda efetuada.

Os vendedores contam com o apoio de parceiros para auxiliar na entrega do produto, sendo parceiros solicitados pelo aplicativo, correios ou podem efetuar a dinâmica do produto a ser enviado.

Figura 40. Método de logística Shopee

	Shopee Envios	Não é Shopee Envios
Envio	Vendedor pode providenciar envio pelo app ou Central do Vendedor	Vendedor deve providenciar o próprio envio
Código de rastreio	Compartilhado automaticamente no sistema da Shopee	Vendedor deve atualizar manualmente o código de rastreio
Envio realizado	Parceiro logístico enviará notificação de "envio realizado"	Vendedor deve apertar no botão de enviar para disparar a notificação de "envio realizado"
Detalhes de rastreio	Disponível no sistema da Shopee	Vendedor e comprador acompanham em outra plataforma logística
Cálculo de frete	Calculado automaticamente pelo sistema	Informação alterada manualmente

Fonte: Shopee

Além disso, atualmente a plataforma conta com 6 centros de distribuição. Segundo dados da revista TecMundo em julho de 2022, a Shopee anunciou a expansão das centrais de distribuição, contabilizando 6 centros com o intuito de atender demandas de mais de 2 milhões de vendedores brasileiros. Sendo eles localizados em Barueri, Campinas, Ribeirão Preto, Santana do Parnaíba pertencentes ao estado de São Paulo e São João do Meriti localizado no Rio de Janeiro, e Contagem em Minas Gerais.

5.3 Amazon

A Amazon é uma líder mundial do *e-commerce*. A empresa iniciou suas atividades em 1994 e seu fundador Jeff Bezos deixou sua carreira bem-sucedida como analista na Wall Street para investir no seu próprio negócio. A companhia começou apenas como uma livraria *on-line* e posteriormente abriu seu *site* para mais produtos e outros vendedores. Com o passar do tempo, a Amazon expandiu seus negócios na computação na nuvem, leitor de livros digitais e *streaming* de jogos e filmes.

A companhia sempre foi visionária e os compradores se surpreendia pela quantidade de produtos disponíveis em seu catálogo e pela entrega rápida. Segundo a empresa, 60% do total das vendas pela Amazon são feitas por pequenas e médias empresas, além disso, grandes marcas já vendem pela empresa e a plataforma possui centenas de milhares de clientes pelo mundo todo.

A plataforma de *marketplace* da Amazon disponibiliza dois tipos de planos: profissional e individual. O plano profissional possui uma taxa fixa de assinatura mensal no valor de R\$ 19,00 reais e possui mais benefícios do que o individual, sendo eles: adicionar produtos novos no catálogo, ter suporte da plataforma, acessar os treinamentos disponíveis, recebimento a vista das compras parceladas, venda de mais produtos em categorias adicionais, otimizar tempo adicionando produtos em massa no inventário, utilizar o programa Logístico da Amazon (FBA), gerenciar o inventário com planilhas e relatórios, personalizar as taxas de envio, criar promoções que aparecerão na página de oferta do *site*, adicionar vários usuários a uma conta de vendedor e aumentar a visibilidade e as vendas na Amazon com publicidade.

O plano individual possui uma tarifa por venda de R\$ 2,00 reais por cada item vendendo, sendo que possui menos benefícios do que o plano profissional: adicionar produtos novos no catálogo, ter suporte da plataforma, acessar os treinamentos disponíveis, recebimento a vista das compras parceladas e a venda de mais produtos em categorias adicionais.

Além da taxa para anunciar na plataforma, a Amazon cobra uma comissão por cada item vendido. Essa comissão varia de acordo com a categoria do produto e o valor mínimo por comissão é de R\$ 1,00 real, sendo que, a empresa desconta o que

for maior: a porcentagem da comissão ou a comissão mínima por item em relação ao preço total de venda do produto. O preço total de venda é o valor total pago pelo comprador, sendo incluso o preço do produto, o envio, embalagem etc.

A figura a seguir apresenta as comissões por categoria:

Figura 41. Tabela de comissão da Amazon

Categoria	% de comissão por categoria**	Comissão mínima aplicável
Roupas e acessórios	15%	R\$ 1,00
Calçados, bolsas e óculos escuros	15%	R\$ 1,00
Bagagem e acessórios de viagem	14%	R\$ 1,00
Relógios	15%	R\$ 1,00
Joias	15%	R\$ 1,00
Livros	15%	R\$ 1,00
TV, áudio e cinema em casa	12%	R\$ 1,00
Eletrônicos portáteis	12%	R\$ 1,00
Celulares	13%	R\$ 1,00
Câmera e fotografia	13%	R\$ 1,00
Acessórios para eletrônicos e para PC ¹	15% até R\$ 100,00 - 10% para o excedente acima de R\$ 100,00	R\$ 1,00
Videogames e consoles	13%	R\$ 1,00
Casa	13%	R\$ 1,00
Ferramentas e Construção	13%	R\$ 1,00
Cozinha	12%	R\$ 1,00
PC	12%	R\$ 1,00
Papelaria e Escritório	14%	R\$ 1,00
Esportes, aventura e lazer	13%	R\$ 1,00
Eletrodomésticos de linha branca	8%	R\$ 1,00
Ar-Condicionado	8%	R\$ 1,00
Móveis ²	15% até R\$ 200,00 - 9% para o excedente acima de R\$ 200,00	R\$ 1,00
Brinquedos e jogos	12%	R\$ 1,00
Produtos para bebês	11%	R\$ 1,00
Saúde e cuidados pessoais	10%	R\$ 1,00
Beleza	13%	R\$ 1,00
Eletrônicos portáteis de cuidado pessoal	11%	R\$ 1,00
Jardim e Piscina	12%	R\$ 1,00
Vídeo e DVD	15%	R\$ 1,00
Música (CDs, LPs etc)	15%	R\$ 1,00
Instrumentos musicais e acessórios	15%	R\$ 1,00
Peças e acessórios automotivos	12%	R\$ 1,00
Pneus e rodas	10%	R\$ 1,00
Produtos para animais de estimação	11%	R\$ 1,00
Comidas e bebidas	8%	R\$ 1,00
Bebidas alcoólicas	10%	R\$ 1,00
Indústria e Ciência	10%	R\$ 1,00
Demais categorias	15%	R\$ 1,00

Fonte: Amazon (adaptado pelas autoras)

A Amazon descreve os seguintes produtos que se enquadram nas categorias de casa: “cozinha, sala de jantar, animais de estimação, móveis, decoração, roupa de cama, banheiro, artesanato, passatempos, eletrodomésticos, armazenamento, ar livre”. Com isso os produtos da Casa Bela teriam uma taxa de comissão de 13% por item.

Em relação a política de pagamento do vendedor, a Amazon deposita os saldos gerados pelas vendas a cada duas semanas. O depósito já vem descontado as taxas correspondentes dos produtos vendidos. No caso de o vendedor não ter feito nenhuma venda, a empresa cobra as taxas no cartão de crédito cadastrado pelo lojista.

O selo prime é um diferencial para os clientes que compram pela Amazon, pois produtos que contêm esse tipo de selo são itens recomendados pela empresa e a entrega é mais rápida, em alguns casos o produto pode chegar em 24h na casa do comprador. Vale ressaltar que os clientes que possuem o Prime Video, serviço de assinatura da Amazon, não paga pelo frete dos produtos com selo prime.

Para que os produtos possuem uma experiência prime, o lojista tem que entrar no programa de logística da Amazon. Além dos produtos possuírem o selo prime, o FBA (Logística da Amazon), se responsabiliza pelo pós-venda e pela logística dos itens vendidos.

O vendedor que procura esse tipo de serviço tem que se enquadrar em alguns requisitos, sendo eles: conta registrada com o CNPJ, ser ativo no SEFAZ para emitir NF- es e ser optante por um dos Regimes Fiscais: Simples Nacional, com endereço e Inscrição Estadual nos estados de SP, PR ou RJ; Regime Normal, com endereço e Inscrição Estadual no estado em SP (apenas para vendedores convidados). É necessário que o lojista se inscreva na lista de interesse e que envie as mercadorias ao Centro de Distribuição da Amazon.

A figura a seguir apresenta a tarifa de logística do programa FBA:

Figura 42. Tarifa de logística da Amazon

Peso	Tarifa de logística (BRL por unidade)
0 a 250 g	8,78
250 a 500 g	9,32
500 g a 1 kg	10,13
1 kg a 2 kg	11,48
1 kg a 2 kg	15,53
3 kg a 4 kg	16,88
4 kg a 5 kg	17,42
5 kg a 6 kg	19,58
6 kg a 7 kg	20,93
7 kg a 8 kg	22,82
8 kg a 9 kg	26,33
9 kg a 10 kg	31,73
Kg adicional	2,03

Fonte: Amazon (adaptado pelas autoras)

Diferente do FBA que o serviço de entrega é 100% terceirizadas pela logística de entrega dos produtos oferecidos pela plataforma, o serviço FBA *Onsite* é quando o lojista se interessa terceirizar uma parte do processo, ou seja, o vendedor mantém seus produtos no seu próprio estoque e, quando o pedido é realizado, a Amazon retira o item do endereço indicado pelo lojista. O FBA *Onsite* é um serviço limitado a alguns parceiros, ou seja, para que o vendedor tenha esse serviço ele precisa se inscrever e passar por uma avaliação interna.

O DBA (Delivery by Amazon) é um serviço de entrega pela empresa. A responsabilidade em preparar o produto é do vendedor e a Amazon apenas entrega

o item ao cliente. Para que o lojista possua o frete grátis em seus produtos, cabe a ele pagar pelo frete.

Figura 43. Tarifa para frete grátis da Amazon

Peso	SP-Zona 1	SP-Zona 2
0 a 249g	15,94	15,94
250g a 499g	16,94	16,94
500g a 999g	17,94	17,94
1,00 kg a 1,99 kg	18,44	18,44
2,00 kg a 2,99 kg	21,69	21,69
3,00 kg a 3,99 kg	22,94	22,94
4,00 kg a 4,99 kg	28,44	28,44
5,00 kg a 5,99 kg	31,30	31,30
6,00 kg a 6,99 kg	33,13	33,13
7,00 kg a 7,99 kg	33,94	33,94
8,00 kg a 8,99 kg	40,29	43,68
9,00 kg a 9,99 kg	46,65	53,43
Kg adicional	3,50	3,50

Fonte: Amazon

A tarifa por unidade enviada para os produtos com o preço de até R\$ 79,00 reais é fixa, sendo R\$ 5,00 reais em todos os estados e válidos para todas as faixas de preço.

Não é obrigatório o uso dos serviços de entrega disponíveis pela plataforma, com isso, o vendedor pode ter entrega própria, ficando responsável pela entrega do

seu produto e pelo valor cobrado. Vale destacar que a comissão de venda da Amazon é do valor total do item (preço e frete somados).

5.4 Americanas S.A

A empresa começou suas atividades em 1929. Visando atender um grupo de pessoas com renda estável, a Americanas contava com preços mais baixos e com um slogan que dizia “Nada mais de 2 mil réis”. Foi em 1999 que a companhia ingressou no *on-line* através da Americanas.com, sendo que, o lançamento do *site* no Brasil foi em fevereiro de 2000.

Além do *site*, a empresa contava com lojas físicas e possuía mais de 175 mil clientes. Sendo considerada na época a companhia com o comércio eletrônico mais complexo do país e um dos melhores sistemas de entrega.

Em 2005, a Americanas investiu na aquisição do Shoptime adicionando dois novos canais de venda para a empresa: TV e catálogo e em dezembro de 2006, ocorreu a criação da B2W, atual Americanas S.A, que reuniu os três portais de comércio *on-line*: Americanas, Shoptime e Submarino. A duração da fusão das empresas durou até 2012, resultando uma operação e distribuição de produtos em massa.

A Americanas S.A lançou seu primeiro *site* de vendas corporativas em 2019. O *site* foi desenvolvido e focado nas vendas B2B, com uma possibilidade de atender uma maior demanda no atacado. No mesmo ano, a companhia lançou a Americanas Mundo, possibilitando que os compradores comprem produtos do mundo todo.

A empresa foi a primeira a trazer o formato de *live commerce*, um modelo muito utilizado na China onde consiste em uma estratégia de vender os produtos ao vivo e *on-line*, e em 2021 a Americanas lançou uma plataforma exclusiva de *live e-commerce* no Brasil.

A Americanas *Marketplace* é uma plataforma que consiste em um shopping virtual onde lojistas podem anunciar seus produtos nos catálogos Americanas, Americanas Empresas, Submarino e Shoptime. Segundo a empresa, o *site* conta com mais de 1 bilhão de visitas e mais de 60% das vendas são feitas por parceiros, além

de praticidade para o lojista em anunciar em quatro *sites* diferentes utilizando apenas um cadastro.

Os requisitos para vender na Americanas são: a loja precisa possuir CNPJ ativo e sem restrições, inscrição no Sintegra (exceto MEI), CNAE de varejista, Capital Social ou superior de R\$ 1.000,00 e deve emitir nota fiscal eletrônica.

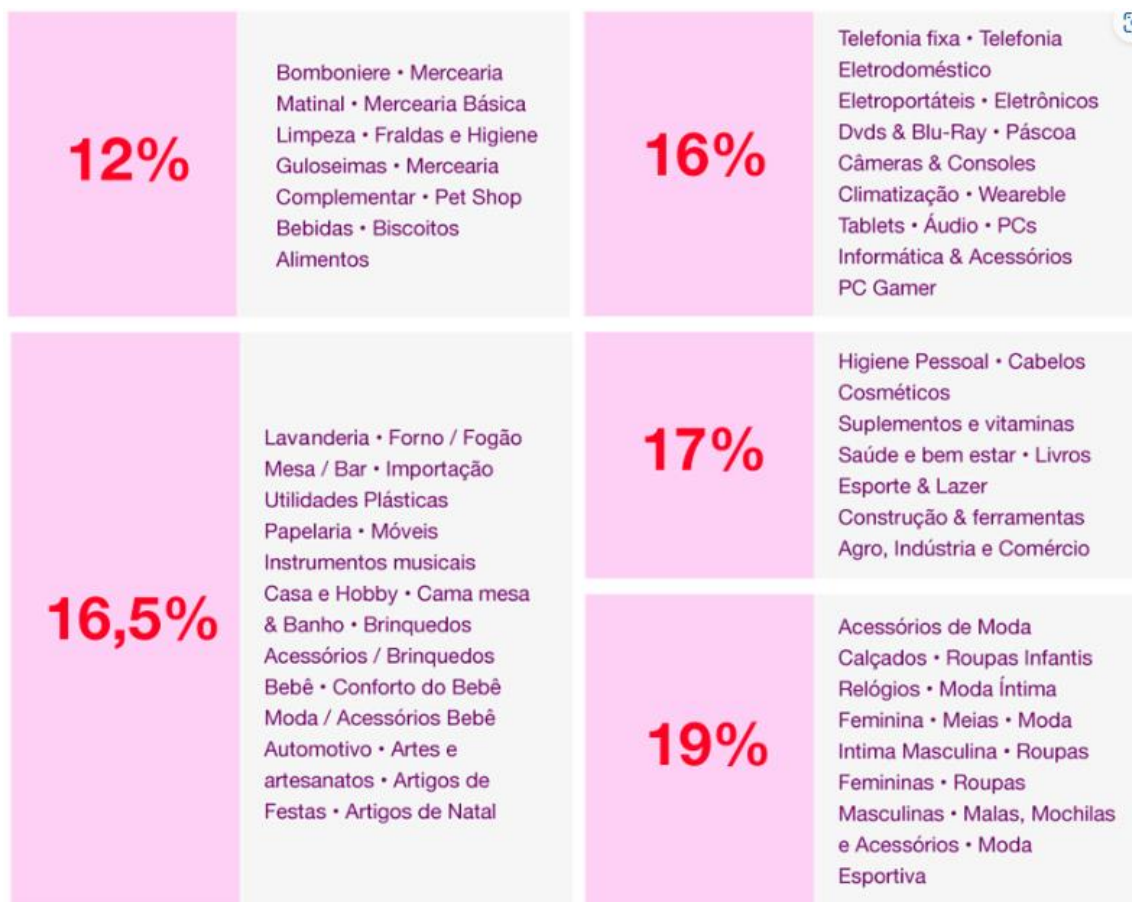
Para iniciar a parceria com a Americanas S.A é necessário que o lojista faça os seguintes passos: preencha o cadastro, informando o CNPJ, os dados da mesma e os dados do dono da empresa e configurar o catálogo inserido os produtos que irão ser anunciados.

O cadastro e a divulgação dos produtos anunciados em todos os *sites* da empresa são gratuitos, porém, a companhia cobra uma comissão que varia de 12% e 19% de acordo com o departamento que está inserido o seu produto.

A comissão por departamento que o item está inserido começou no dia 01 de fevereiro de 2022. Antes a empresa cobrava uma tarifa fixa de 16% para todos os produtos. Vale ressaltar que a Americanas cobra uma taxa fixa de R\$ 5,00 reais itens com valor abaixo de R\$ 40,00 reais.

A figura a seguir apresenta as comissões cobradas por departamento:

Figura 44. Comissão por venda realizada da Americanas S.A



Fonte: Americanas S.A

Nota-se que seria cobrada da Casa Bela uma comissão de 16,5% por item, por se tratar de uma empresa que vende produtos de cama, mesa e banho.

A Americanas tem seu próprio sistema de logística e quando o lojista passa a ter uma parceria com o *Marketplace* da empresa ele conta com o Americanas Entrega. Para que os produtos sejam enviados através desse modelo, ele precisa enquadrar com alguns requisitos, sendo eles: custar até R\$ 10.000,00 reais e a soma da largura, altura e comprimento do item não passar de 200 cm e o peso inferior a 30 kg. Os produtos foram desses parâmetros deverão ser enviados por conta própria, ou seja, o lojista precisara contratar uma transportadora à parte para realizar o envio.

O Americanas *Fulfillment* é um serviço que a empresa presta onde ela se responsabiliza pelo recebimento de mercadoria no centro de distribuição das Americanas, armazenagem do estoque, separação do pedido, embalagem, expedição

do produto até o consumidor e, caso houver necessidade, atendimento pós-venda. A plataforma não disponibiliza os preços para usar esse serviço publicamente.

A empresa também possui o serviço de Entrega na Vizinhança. Essa modalidade de entrega rápida pode ser habilitada no painel no Portal Americanas *Marketplace*. Fazendo isso, os produtos do lojista aparecem em uma seção diferenciada, para que quando o cliente informar o CEP, a plataforma informa as lojas disponíveis nas redondezas. Com esse serviço a empresa disponibiliza o serviço de entrega rápida (*AME Flash*). O vendedor também tem a opção dele mesmo fazer a entrega e, se tiver loja física, o cliente tem a opção de retirar pessoalmente.

A *AME Flash* é um aplicativo desenvolvido pelas Americanas que permite que o produto seja entregue no mesmo dia. Por se tratar de um serviço de entrega rápida, o aplicativo prioriza entregadores que se localizam próximos ao local de retirada.

A política de frete grátis da empresa foi atualizada e os lojistas que possui parceria com a *Fulfillment* passa a ter 80% de desconto nos itens leves, e 55% nos itens pesados. Os descontos também são de acordo com as notas que o vendedor recebe, sendo que, o lojista que recebe nota 5 possui mais desconto.

Figura 45. Tarifa para frete grátis da Americanas S.A

origem de expedição: sul e sudeste

peso	faixa	nota seller index 1, 2 e 3 sem desconto	nota seller index 4 desconto de 40%	nota seller index 5 desconto de 50%	americanas entrega full desconto de 80%
	até 499 g	R\$ 32,90	R\$ 19,74	R\$ 16,45	R\$ 6,58
	de 500 a 999 g	R\$ 35,90	R\$ 21,54	R\$ 17,95	R\$ 7,18
	de 1 a 1,999 kg	R\$ 36,90	R\$ 22,14	R\$ 18,45	R\$ 7,38
	de 2 a 4,999 kg	R\$ 45,90	R\$ 27,54	R\$ 22,95	R\$ 9,18
	de 5 a 8,999 kg	R\$ 67,90	R\$ 40,74	R\$ 33,95	R\$ 13,58
	de 9 a 12,999 kg	R\$ 91,90	R\$ 55,14	R\$ 45,95	R\$ 18,38
	de 13 a 16,999 kg	R\$ 104,90	R\$ 62,94	R\$ 52,45	R\$ 20,98
	de 17 a 22,999 kg	R\$ 112,90	R\$ 67,74	R\$ 56,45	R\$ 22,58
	de 23 a 28,999 kg	R\$ 119,90	R\$ 71,94	R\$ 59,95	R\$ 23,98

Fonte: Americanas S.A

Os produtos de R\$ 40,00 a R\$ 79,99 passam a fazer parte da política do frete subsidiado. Esse tipo de frete o valor é dividido entre o vendedor e a Americanas, nos casos de frete grátis.

Figura 46. Tarifa para frete subsidiado da Americanas S.A

	origem do envio: Sul e Sudeste	origem do envio: Centro-oeste, Norte e Nordeste
nota seller index 1,2 e 3		
sem subsídio	R\$ 12,90	R\$ 17,90
nota seller index 4		
leves: 40% de subsídio	R\$ 7,74	R\$ 10,74
pesados: 15% de subsídio	R\$ 10,96	R\$ 15,21
nota seller index 5		
leves: 50% de subsídio	R\$ 6,45	R\$ 8,95
pesados: 25% de subsídio	R\$ 9,67	R\$ 13,42
americanas entrega full		
leves: 80% de subsídio*	R\$ 2,58	R\$ 3,58
pesados: 55% de subsídio	R\$ 5,80	R\$ 8,05

Fonte: Americanas S.A

O pagamento dos lojistas nas Americanas S.A são realizados quinzenalmente, nos dias 01 e 15 de cada mês e a data do pagamento começa a ser contada após a confirmação da entrega para o cliente. Em caso de parcelamento da compra, o vendedor o valor total das parcelas de uma vez, sendo descontado a comissão.

5.5 Magazine Luiza

A empresa foi fundada em 1957 pelo casal Luiza e Pelegrino Donato no interior de São Paulo, e a ideia para construir um negócio era que gerasse emprego para toda família. Em 1976 a empresa adquiriu a Lojas Mercantil abrindo as primeiras filiais em Franca, interior de SP. Luiza Helena Trajado, sobrinha da fundadora, assume a

liderança da empresa em 1991, e no próximo ano de sua direção, a Magazine Luiza inaugura suas lojas virtuais.

Com o passar dos anos, a empresa se destacou pelo seu crescimento no ramo varejista, tornando-se uma empresa de capital aberto, estando liderada no ranking da Bovespa, adquirindo a Netshoes (maior e-commerce esportivo do Brasil), comprando a Kabum! (e-commerce referência em tecnologias e games) etc. Em 2021 a empresa captou cerca de R\$ 4 bilhões de reais.

A estratégia da Magazine Luiza é transformar o mercado digital varejista brasileiro. Nota-se que a companhia passou de uma empresa varejista tradicional com uma plataforma digital para uma empresa digital com pontos físicos.

No final de junho de 2022, a empresa oferecia mais de 73 milhões de produtos para seus 37 milhões de clientes. Segunda a empresa, o aplicativo de venda, criado em 2015, se tornou o mais baixados nos sistemas de iOS e Android.

A plataforma de *marketplace* da Magalu não possui taxa de adesão e mensalidade, e ela também está disponível para as empresas que apenas queiram utilizar para gerenciar suas vendas físicas, sendo essa forma de utilização gratuita. Para aqueles que procuram vender *on-line*, o custo por utilização é cobrado através da comissão de venda realizada.

A comissão por venda depende da categoria que o produto está inserido e a forma de pagamento que o vendedor escolhe receber da plataforma, sendo que, o modelo de pagamento parcelado ou modelo fluxo é aquele que respeita o cronograma de entrada de pagamentos, ou seja, se a venda for em 10 parcelas, o vendedor recebe conforme os débitos vencem.

A figura a seguir apresenta a taxa de comissão que a empresa oferece para vendas de modelo parcelado.

Figura 47. Comissão para venda no modelo parcelado da Magazine Luiza

COMISSÃO - Modelo No fluxo (parcelado)	
CATEGORIA	COMISSÃO
Livros	12,80%
Mercado	12,80%
Pet Shop	12,80%
Automotivo	12,80%
Casa e Construção	12,80%
Móveis e Decoração	12,80%
Útilidades Domésticas	12,80%
Comércio e Indústria	12,80%
Eletrodoméstico	12,80%
Bebê	12,80%
Beleza e Perfumaria	12,80%
Papelaria	12,80%
Esporte e Lazer	12,80%
Recém Chegados	12,80%
Acessórios de Tecnologia	12,80%
Eletroportáteis	12,80%
Saúde e Cuidados Pessoais	12,80%
Armarinhos	12,80%
Ar e Ventilação	12,80%
TV e Vídeo	12,80%
Informática	12,80%
Celulares e Smartphones	12,80%
Moda e Acessórios	16%

Fonte: Magazine Luiza

Já o modelo antecipado ou comissão antecipada é uma forma de adiantar os recebimentos, ou seja, o vendedor recebe o valor total das parcelas de uma vez. A figura a seguir mostra a taxa de comissão nesse tipo de modelo:

Figura 48. Comissão para venda no modelo antecipado da Magazine Luiza

COMISSÃO - Modelo Antecipado	
CATEGORIA	COMISSÃO
Livros	18%
Mercado	18%
Pet shop	18%
Automotivo	18%
Casa e Construção	18%
Móveis e Decoração	18%
Utilidades Domésticas	18%
Comércio e Indústria	18%
Eletrodomésticos	18%
Bebê	18%
Beleza e Perfumaria	18%
Papelaria	18%
Esporte e Lazer	18%
Recém Chegados	18%
Acessórios de Tecnologia	18%
Eletroportáteis	18%
Saúde e Cuidados Pessoais	18%
Armarinhos	18%
Ar e ventilação	18%
TV e vídeo	18%
Informática	18%
Celulares e Smartphones	18%
Moda e Acessórios	20%

Fonte: Magazine Luiza

Com as figuras apresentadas, nota-se que a taxa de comissão dos produtos vendidos pela Casa Bela seria de 12,80% se o modelo de recebimento de pagamento fosse parcelado, e de 18% se o modelo de pagamento fosse antecipado.

A plataforma de *marketplace* da Magalu também cobra um custo fixo de R\$ 3,00 reais. Essa cobrança é aplicada por unidade de produto vendido, somado ao valor da comissão.

A Magalu Entregas é um serviço oferecido pela plataforma de *marketplace* para os parceiros da empresa, para que o lojista não precise se preocupar com a logística de entrega. Dentro desse serviço existe três modalidades disponíveis para o despacho e entrega dos produtos, sendo elas: Magalu Coletas, Entrega Ultra Rápida e as Agências Magalu.

A Magalu Coletas é um serviço de coleta da empresa que retira as mercadorias no centro de distribuição ou loja do lojista. Essa modalidade não tem custo adicional, porém, o vendedor precisa atingir algumas um mínimo de vendas diárias e estar na área de abrangência.

A Entrega Ultra Rápida é a modalidade onde os produtos são coletados e entregue no mesmo dia, ou no máximo no dia seguinte. Os pedidos com o pagamento aprovado até as 11h são despachados no mesmo dia.

Na modalidade de Agências Magalu é um serviço que os vendedores têm a possibilidade de despachar os produtos nas lojas habilitadas como agência. A empresa recomenda esse serviço para novos parceiros, pois eles ainda possuem um número menor de vendas.

A política de frete grátis é atrelada ao serviço do Magalu Entregas, então a empresa que começar a vender pelo *marketplace* da Magazine Luiza passará a oferecer automaticamente esse serviço. O desconto pelo frete é dado dependendo da reputação do vendedor, ou seja, quanto maior o nível de indicador, mais o lojista terá desconto. O indicador refere-se as vendas despachadas no prazo.

A figura a seguir demonstra o valor do frete de acordo com a porcentagem de indicador do vendedor.

Figura 49. Tarifa para frete grátis da Magazine Luiza

Faixa de Peso	Despacho no Prazo		
	<87% (sem desconto)	Entre 87% e 97% (40% desc)	>97% (75% desc)
até 500 gr	R\$ 27,90	R\$ 16,74	R\$ 6,98
De 500 gr a 1 kg	R\$ 32,90	R\$ 19,74	R\$ 8,23
De 1 Kg a 2 kg	R\$ 35,90	R\$ 21,54	R\$ 8,98
De 2 Kg a 5 kg	R\$ 44,90	R\$ 26,94	R\$ 11,23
De 5 Kg a 9 kg	R\$ 47,90	R\$ 28,74	R\$ 11,98
De 9 Kg a 13 kg	R\$ 52,90	R\$ 31,74	R\$ 13,23
De 13 Kg a 17 kg	R\$ 57,90	R\$ 34,74	R\$ 14,48
De 17 kg a 23 kg	R\$ 62,90	R\$ 37,74	R\$ 15,73
De 23 kg a 29 kg	R\$ 67,90	R\$ 40,74	R\$ 16,98
Maior que 29 Kg	R\$ 69,90	R\$ 41,94	R\$ 17,48

Fonte: Magazine Luiza

De acordo com a empresa, os vendedores que não fizeram nenhuma venda estarão com a melhor faixa de desconto, assim, as chances de venda irão aumentar e basta continuar a despachar os produtos no prazo certo para continuar com o melhor desconto.

A plataforma oferece dois tipos de opção de recebimento de pagamento para o vendedor, mensal ou semanal, e fica preferência do lojista.

5.6 Via Varejo

Casas Bahia, Pontofrio e Extra são algumas das empresas subsidiária da Via Varejo. A empresa possui um enorme *marketplace* responsável pela comercialização de eletrodomésticos, móveis, eletrônicos etc. A companhia foi fundada em 1946 e na época era responsável pelo Pontofrio. Em 2010 a Casas Bahia e o Extra foram transferidas para o Via.

Com mais de 60 anos de atuação, a Casas Bahia possui um dos apps mais baixados e tem mais de 900 lojas espalhadas pelo Brasil, além de ser uma marca com uma forte conexão com os brasileiros. A Pontofrio, renomeado atualmente como Ponto, é uma das líderes varejistas do mercado, se destacando principalmente no Rio de Janeiro. O Extra possui mais de 17 no mercado nacional oferece um amplo número de SKUs, como por exemplo, itens automáticos, utensílios de casa, móveis etc.

A plataforma de *marketplace* da Via Varejo conta com mais de 280 milhões de visitas por mês e mais de 15 milhões de usuários ativos nos aplicativos das marcas. É necessário que o lojista apenas faça um cadastro para que ele venda seus produtos nas três marcas.

A empresa apenas cobra o valor de comissão das vendas realizadas, sendo que, a percentual muda de acordo com a categoria do produto. A figura a seguir apresenta as taxas de comissão da plataforma.

Figura 50. Comissão por venda da Via Varejo

Taxa de 18,5%	Ar e ventilação, áudio, eletrodomésticos, eletroportáteis, informática, tablets, telefones e celulares, TV e vídeo.
Taxa de 19%	Acessórios e inovações, automotivo
Taxa de 19,5%	Gift card, serviços, viagens
Taxa de 20%	Agro, indústria e comércio, bebidas
Taxa de 21%	Alameda de serviços, alimentos, artesanato, artigos para festas, bebês, beleza e saúde, brinquedos, calçados, cama, mesa e banho, casa e construção, decoração, DVDs e blu-ray, esporte e lazer, ferramentas, flores, games, instrumentos musicais, joias e bijuterias, livros, malas e mochilas, marketplace, moda, móveis, natal, papelaria, perfumaria e cosméticos, petshop, produtos de limpeza, relógios, utilidades domésticas

Fonte: Via Varejo

Com a figura apresentada nota-se que a taxa de comissão dos produtos ofertados pela Casa Bela seria de 21%.

A empresa também ressalta: “Caso o cliente cancele a compra por arrependimento dentro do prazo de sete dias, é cobrada 50% da comissão sobre o valor do pedido”.

O Envvias é o serviço de logística de entrega da Via Varejo. Há três modalidades desse serviço, sendo: Envvias Postagem nos Correios, Envvias Postagem na Via e Envvias Coleta. A modalidade de Envvias Postagens nos Correios, o vendedor posta seus pedidos em qualquer agência dos Correios. O Envvias Postagem na Via é a modalidade onde o lojista posta seus pedidos em uma das lojas físicas habilitadas para esse serviço, tendo o benefício de utilizar toda a logística da empresa pois os produtos serão entregues junto com os produtos das Casas Bahia, Ponto e Extra. A modalidade de Envvios Coletas, os pedidos são retirados na loja do vendedor e levado aos centros de distribuição da Via, com esse serviço os produtos do lojista utilizam toda a logística da empresa. Esse serviço de coleta está disponível em algumas regiões.

A Via Varejo oferece uma tabela de contingência para quando o frete não é calculado de forma automática, quando isso acontece, o sistema busca outra fonte de informações e é nesse momento que a tabela é utilizada. A tabela está disponível no *site* para o lojista preenchê-la.




A empresa não disponibiliza publicamente a tabela de frete grátis do serviço de entrega do Envvias.

O repasse de pagamento acontece três vezes por mês (dias 05,10 e 20) e é de acordo com o ciclo de pagamento dos pedidos.

6. ANÁLISE DAS PLATAFORMAS

O intuito da pesquisa realizada das principais plataformas é identificar o *marketplace* que mais se adequa aos produtos ofertados pela empresa Casa Bela. O quadro a seguir destaca variáveis que diferenciam as empresas de *marketplace*.

Figura 51. Análise das plataformas marketplace

	PLATAFORMAS	VISIBILIDADE	TAXA DE COMISSÃO	ENTREGA	CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO
	MERCADO LIVRE	E-COMMERCE MAIS ACESSADO NO BRASIL	11,5% / 16,5%	MERCADO LIVRE COLETA MERCADO LIVRE FULL	✓
	SHOPEE	2º E-COMMERCE MAIS ACESSADO DO BRASIL	12%	SHOPEE ENVIOS	✓
	AMAZON	3º E-COMMERCE MAIS ACESSADO DO BRASIL	13% + R\$ 19 (assinatura de plano)	FBA FBA ONSITE DBA	✓
	AMERICANAS S.A	4º E-COMMERCE MAIS ACESSADO DO BRASIL	16,5%	FULFILLMENT ENTREGA NA VIZINHAÇA	✓
	MAGAZINE LUIZA	5º E-COMMERCE MAIS ACESSADO DO BRASIL	12,8% + R\$ 3 (custo fixo)	MAGALU COLETAS, ENTREGA ULTRA RÁPIDA AGENCIAS MAGALU	✓
	VIA VAREJO	8º E-COMMERCE MAIS ACESSADO DO BRASIL	21%	POSTAGEM NOS CORREIOS, POSTAGEM NA VIA E ENVIAS COLETA	✓

Fonte: Elaboração própria, 2022

As plataformas selecionadas para essa pesquisa são conhecidas no mercado nacional e internacional, considerando o alto nível de acessos que elas possuem. Entre as empresas pesquisadas, no Brasil, o Mercado Livre se destaca como o e-commerce que possui a maior visibilidade, e a Via Varejo a empresa que possui a menor visibilidade no momento, estando a Casas Bahia posicionada no oitavo lugar.

A taxa de comissão mais baixa é a da Shopee sendo uma comissão fixa de 12%, porém, se houver oferta de frete grátis no *site* a taxa muda para 18% por produto vendido. A segunda comissão mais baixa é a da Magazine Luiza, sendo de 12.8%, mas essa taxa só é válida no modelo de pagamento parcelado, no modelo antecipado

a taxa é de 18%. Vale destacar que a Magalu também cobra um custo de R\$ 3,00 reais por produto vendido.

A Amazon é a terceira empresa que oferece a comissão de venda mais baixa, 13%, mas diferente das outras, a plataforma cobra o valor de R\$ 19,00 somente para anunciar os produtos. Esse valor condiz com o plano profissional que é indicado para empresas que buscam fazer um número considerado de vendas.

A plataforma de *marketplace* do Mercado Livre cobra uma comissão que varia entre 10% e 19% dependendo da categoria do produto e do plano que o vendedor escolhe comercializar os seus produtos. Segundo a categoria dos produtos ofertados na Casa Bela, a taxa seria de 11,5% no Plano Clássico e no Plano Premium seria de 16,5%. Vale ressaltar que os produtos com o valor inferior ou igual à de R\$ 79, a empresa acrescenta um custo fixo de R\$ 5 reais por produto vendido.

A Americanas S.A cobra o valor de 16.5% de taxa, sendo que os produtos com o valor inferior à de R\$ 50,00 reais, é uma taxa fixa de R\$ 5,00 reais por produto vendido.

A taxa de comissão mais alta das empresas pesquisadas é a da Via Varejo. A empresa possui uma comissão de 21% por produtos de categoria cama, mesa e banho.

As empresas que possuem o serviço de entrega com a opção de armazenamento das mercadorias nos centros de distribuição, onde fica de responsabilidade da plataforma a armazenagem, separação do pedido, embalagem e entrega, são: Mercado Livre (Mercado Livre Full), Shopee (Shopee Envios), Amazon (FBA) e Americanas S.A (Americanas *Fulfillment*). O serviço de coleta dos produtos na loja ou centro de distribuição do vendedor, são ofertadas pelas empresas: Mercado Livre (Mercado Livre Coletas), Amazon (FBA *Onsite*), Americanas S.A (Entrega na Vizinhaça), Magazine Luiza (Magalu Coletas e Entrega Ultra Rápida) e Via Varejo (Envias Coleta). O serviço de coleta da Amazon só é disponível para alguns lojistas selecionados pela empresa.

Com base na pesquisa realizada sobre as plataformas e pela pesquisa de mercado, observa-se uma preferência por parte dos consumidores a empresa Mercado Livre. A companhia é uma ótima opção para empresa Casa Bela iniciar suas

vendas via *marketplace*. Mesmo que não seja a comissão mais barata, a escolha pelo Plano Premium pode impactar positivamente as vendas, pois, o plano oferece uma alta exposição dos anúncios do vendedor. Além disso, a empresa disponibiliza um serviço de coleta, otimizando assim o processo de logística de entrega.

7. PLANO DE MARKETING

O intuito da utilização do *marketplace* é para que a empresa consiga alcançar um considerado número de vendas utilizando a visibilidade das companhias que oferecem esse serviço. A confiabilidade dos consumidores quando se realiza a compra nessas plataformas é maior do que quando se realiza uma compra no *site* próprio de empresas pequenas, isso se sucede por conta da segurança e a visibilidade que as plataformas possuem no mercado. Além disso, a maioria das plataformas oferecem serviços para otimizar a logística de entrega, permitindo que o lojista apenas se preocupe em promover seus anúncios e aumentar o número de vendas.

7.1 Descrição dos principais produtos

A Casa Bela comercializa um vasto catálogo de artigos de cama, mesa e banho. A escolha de produtos para iniciar as vendas *on-line* foi através de um estudo realizado dos itens mais vendidos na empresa, com isso, houve uma seleção de 12 categorias de produtos, sendo eles: baú, jogo de cama, jogo de panela, jogo de toalha de banho, manta para sofá, pano de prato, poltrona infantil, *puff*, sapateira, tapete, toalha de mesa e travesseiro.

A tabela a seguir apresenta a descrição dos produtos, os fornecedores de cada item descrito, o custo, o preço de venda da loja física e o lucro recebido.

Tabela 18. Descrição dos produtos

DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS	FORNECEDOR	CUSTO	PREÇO DE VENDA LOJA FÍSICA	LUCRO
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	Terezinha Confecções ME	R\$ 57,00	R\$ 139,90	R\$ 82,90
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	Marcelino Textil	R\$ 43,00	R\$ 98,00	R\$ 55,00
Jogo Panela Polida 5 peças	Fortlar	R\$ 89,00	R\$ 189,90	R\$100,90
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	Mafratex	R\$ 54,00	R\$ 114,00	R\$ 60,00
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	Lepper	R\$ 45,00	R\$ 109,90	R\$ 64,90
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	Malha Fina	R\$ 36,00	R\$ 73,90	R\$ 37,90
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	Malha Fina	R\$ 28,00	R\$ 56,90	R\$ 28,90
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	Lepper	R\$ 36,00	R\$ 54,90	R\$ 18,90
Poltrona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	Terezinha Confecções ME	R\$ 27,00	R\$ 63,90	R\$ 36,90
Puff Corino 40 cm x 40 cm	Terezinha Confecções ME	R\$ 14,00	R\$ 30,00 e 2 por R\$ 50,00	R\$ 16,00
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	Terezinha Confecções ME	R\$ 50,00	R\$ 98,90	R\$ 48,90
Sapateira Corino 1.08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	Terezinha Confecções ME	R\$ 38,00	R\$ 79,90	R\$ 41,90
Tapete de Pelo Corttex 1,00 x 1,50	Corttex	R\$ 35,00	R\$ 79,90	R\$ 44,90
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada 4 cadeiras	Lepper	R\$ 17,00	R\$ 37,90	R\$ 20,90
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	Portal dos Sonhos	R\$ 9,00	R\$ 20,00	R\$ 11,00
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliéster	Salehtex	R\$ 16,90	R\$ 24,90	R\$ 8,00
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	Portal dos Sonhos	R\$ 15,00	R\$ 34,90	R\$ 19,90

Fonte: Elaboração própria, 2022

É importante ressaltar que os produtos selecionados são aqueles que sobressai pela quantidade de venda na sua categoria, porém esses itens não são os únicos que loja oferece.

Os produtos que se destacam pela maior margem de lucro na loja física são: o jogo de panela da Fort-lar (obtendo R\$ 100,00 reais de lucro), o puff/baú com tecido suede (tendo R\$ 82,90 reais) e o jogo de toalha felpuda da Lepper (R\$ 64,90 reais de lucro). Os produtos que possuem a menor margem de lucro são travesseiro poliéster (R\$ 8,00 reais), travesseiro tecido desfibrado (R\$ 11,00 reais) e o puff courino (R\$ 16,00 reais).

7.2 Estratégia promocional Mercado Livre

A plataforma de *marketplace* do Mercado Livre possui algumas estratégias para promover os produtos anunciados, sendo que a principal é a escolha pelo plano do anúncio. A companhia oferece 2 tipos de planos profissionais, o Anúncio Clássico e o Anúncio Premium. A diferença entre eles é a forma que o produto vai ficar visível para os clientes, sendo que, o Premium oferece maior destaque do que o Clássico. Além disso, o Anúncio Premium possui a forma de pagamento sem juros, estando esse serviço indisponível no Clássico.

O Mercado Livre frisa a importância de as empresas elaborar seus anúncios com títulos claros, seguindo um padrão de escrita: Produto + Marca + Modelo, adicionando também, se necessário, dados extras como especificações técnicas relevantes para o anúncio. O uso de fotos de qualidade também é um elemento chave para aumentar o número de vendas, e por isso, a plataforma ressalta a importância de os vendedores adicionar várias fotos mostrando diferentes ângulos de seus produtos, sendo a primeira foto com fundo totalmente branca e sem sombra e mostrando outras opções de cores ou estampas que está disponível para venda. Segundo a companhia, as empresas que adotam esses métodos aumentaram o faturamento de produto entre 15% e 30%.

As fotos a seguir são exemplos de como a empresa aconselha que seus vendedores anunciem seus produtos:

Figura 52. Fotos dos anúncios Mercado Livre



Fonte: Mercado Livre

Pensando na importância de possuir fotos de qualidade nos anúncios e no impacto positivo que a Casa Bela irá ter, a empresa se comprometeu em contratar um fotógrafo para fazer as fotos de qualidade de seus produtos.

A plataforma destaca a importância de informar o número correto de estoque disponível, o preenchimento da ficha técnica corretamente e o oferecimento de parcelamento sem juros, sendo este, parte do Anúncio Premium. Esses métodos é um diferencial para converter visitantes em compradores, reduz o número de perguntas feitos pelos consumidores e passa confiança para o cliente em potencial.

7.3 Localização do negócio

A empresa se localiza na zona norte de São Paulo na Avenida Deputado Cantídio Sampaio. Situando-se em um lugar movimentado, a companhia se destaque por ser uma das principais fornecedoras de ramo varejista de cama, mesa e banho do bairro.

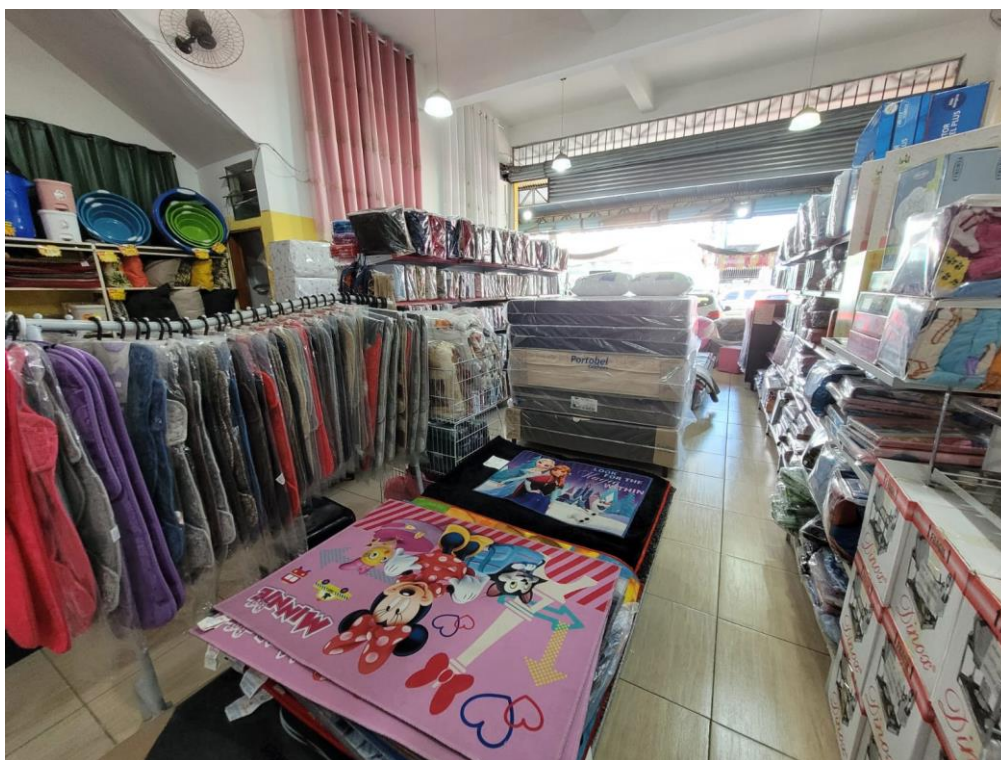
As fotos apresentadas a seguir são fotos tiradas na loja Casa Bela, feitas com a autorização do proprietário.

Figura 53. Fotos da loja Casa Bela



Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 54. Fotos do interior da loja Casa Bela



Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 55. Fotos das prateleiras da loja Casa Bela



Fonte: Elaboração própria, 2022

Figura 56. Fotos do interior da loja Casa Bela



Fonte: Elaboração própria, 2022

A loja possui um espaço de 65 metros quadrado onde contêm 7 prateleiras para a exposição dos seus variados produtos.

A empresa possui estoque próprio detendo um espaço adequado de aproximadamente 50 metros quadrados para armazenamento de mercadorias. Com isso, a empresa tem o total controle dos processos de estocagem dos produtos, integralizando diariamente as informações de vendas realizadas com o estoque.

A área onde será realizada toda a gestão de vendas *on-line* será na loja onde irá ser destinado um espaço no estoque com mesa, cadeira e computador. Importante ressaltar que a empresa já possuiu os móveis necessários e o computador, e por isso, esses equipamentos não estará contabilizado nos investimentos do plano de negócio.

8. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional da empresa é parte da estratégica que a companhia pretende alcançar, ou seja, é a transformação de metas em tarefas executáveis. O planejamento lida com processos operacionais, onde é influenciado pelo fluxo de trabalho diário que tem impacto diretamente nos objetivos que a empresa procura atingir.

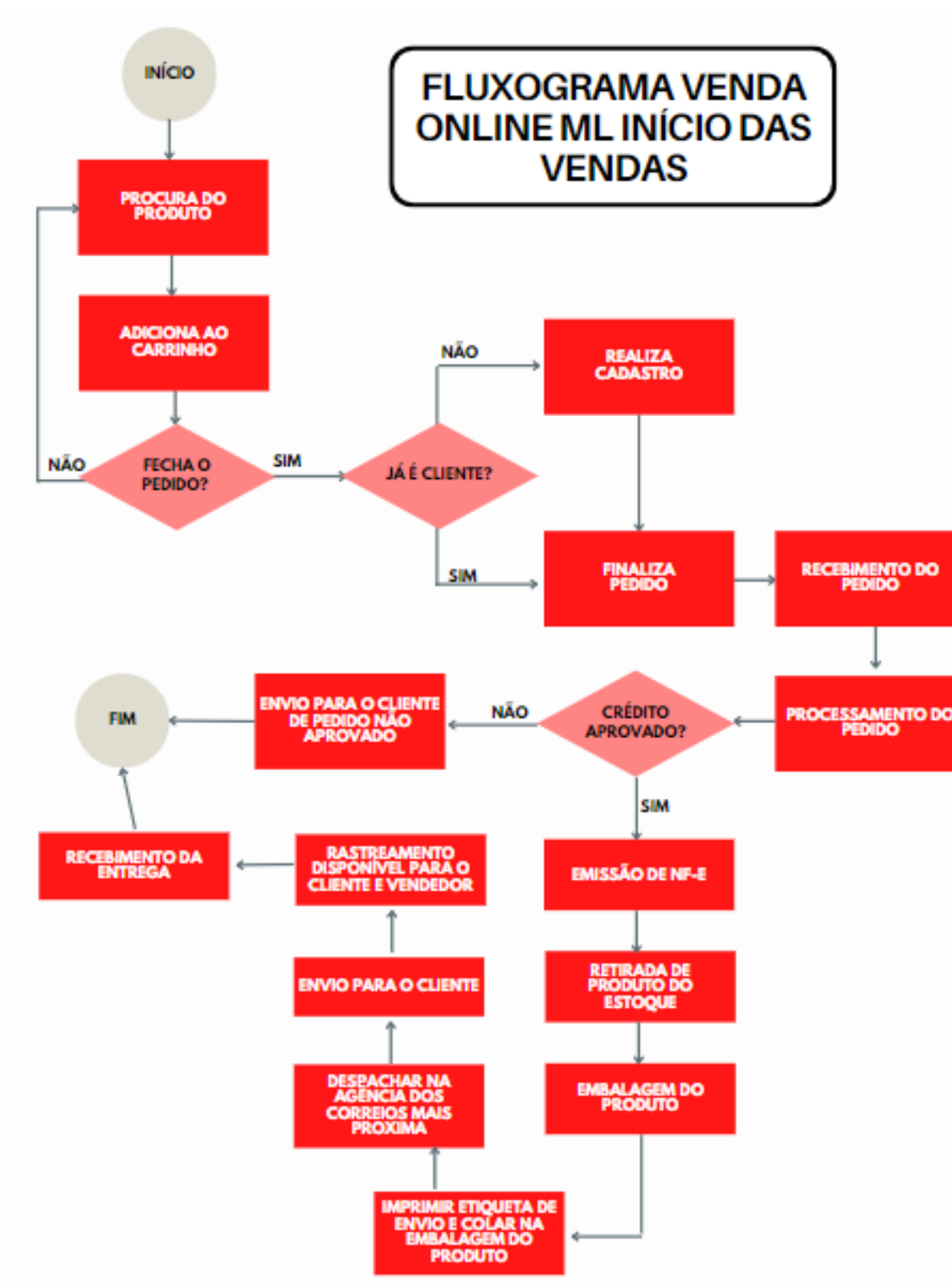
8.1 Processos operacionais

Os processos operacionais correspondem no conjunto de tarefas interligadas para alcançar o objetivo da empresa.

Quando a empresa passa a vender no Mercado Livre, o lojista precisa alcançar o número de 10 vendas para assim receber uma cor pela sua reputação, os serviços de entrega Flex (entrega em até 24h) só estará disponível para os vendedores que tiver reputação amarela e verde. A visibilidade dos anúncios também aumentará se o lojista apresentar uma melhor reputação e se oferecer serviços como entrega no mesmo dia ou no dia seguinte.

O fluxograma a seguir apresenta os processos que o lojista irá ter nas suas primeiras vendas:

Figura 57. Fluxograma da logística do início das vendas no Mercado Livre



Fonte: Elaboração própria, 2022

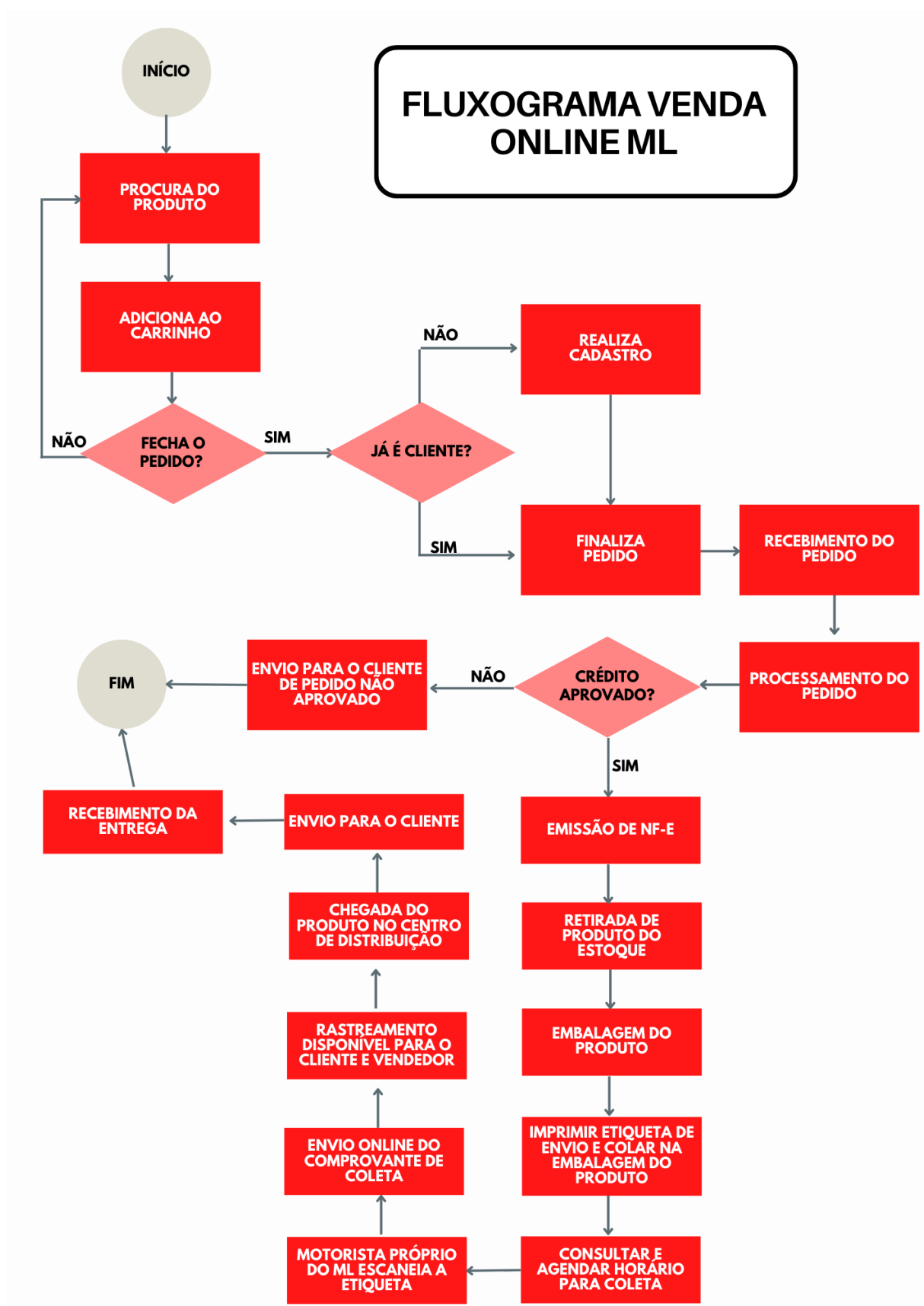
Os processos de venda *on-line* iniciam-se com o cadastramento dos produtos na plataforma. Essa etapa corresponde a definição do que a empresa vai anunciar, no caso da Casa Bela produtos da categoria de cama, mesa e banho, a criação do título, a escolha do anúncio (Clássico ou Premium), e o preenchimento das informações sobre o produto. A etapa seguinte é anunciar os itens e acompanhar as vendas. A plataforma disponibiliza a opção de estoque automático, onde atualiza automaticamente a quantidade de produtos disponível. Além disso, o Mercado Livre proporciona a opção de pausa do anúncio, onde o vendedor consegue ter um período de férias e mesmo assim manter sua reputação.

Com o anúncio finalizado, o cliente poderá realizar a compra do produto. Após a ocorrência da compra, uma notificação é encaminhada para o vendedor, para que ele realize o processamento do pedido. Nessa parte de processo, o lojista irá analisar se houve a aprovação do crédito, se houver, será feita a emissão da Nf-e, a retirada do produto do estoque da loja, o processo de embalar e etiquetar o produto.

Após essa etapa, o vendedor irá se encaminhar a uma agência mais próxima do Correios para realizar o despacho da mercadoria. A plataforma do Mercado Livre oferece embalagens personalizadas para a compra, porém, se o lojista preferir, os Correios vendem embalagens e embala o produto na hora do despacho.

Para os processos de coleta da mercadoria, há outro fluxograma:

Figura 58. Fluxograma da logística de venda no Mercado Livre



Fonte: Elaboração própria, 2022

O processo logístico de coleta e envio do produto inicia-se com a emissão da Nf-e do pedido. Após a emissão o vendedor prepara o item embalando-o e imprimindo a etiqueta de envio. Para realizar a coleta é preciso consultar e agendar um horário disponível, assim o Mercado Livre encaminha um motorista para a loja ou centro de distribuição do vendedor. Feita a coleta, o produto é encaminhado para o centro de distribuição e enviado para o cliente.

O Mercado Livre Full é o serviço de *crossdocking* da empresa, sendo o armazenamento de mercadorias no centro de distribuição e despacho para o cliente quando se realiza a compra. A empresa cobra um custo por armazenamento diário por produto, com isso, é válido analisar quais produtos que terão maior rotação. Dessa forma, conclui-se, que inicialmente a empresa não terá esse serviço, pois será necessária uma seleção de quais produtos são benéficos trabalhar com o *crossdocking*.

8.2 Necessidade de Funcionários

Para o plano de inserir a empresa nas vendas *on-line*, inicialmente será preciso de um fotógrafo para tirar as fotos dos produtos que serão vendidos. Serão fotografados 17 produtos, variando a quantidade de foto por cada.

A tabela a seguir apresenta a quantidade de fotos e vídeo por item.

Tabela 19. Quantidade de foto por produto

	TIPOS DE FOTO POR PRODUTO					QUANTIDADE DE VÍDEO POR PRODUTO
	QUANTIDADE DE FOTOS	FOTO 1	FOTO 2	FOTO 3	FOTO 4	
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	4	fundo branco	contexto que o produto está inserido	aberto (parte interna)	citando as dimensões	1
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Jogo Panela Polida 5 peças	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	2	fundo branco	contexto que o produto está inserido	N/A	N/A	1
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	2	fundo branco	contexto que o produto está inserido	N/A	N/A	1
Manta para Sofá 1,50 x 2.00	2	fundo branco	contexto que o produto está inserido	N/A	N/A	1
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	2	fundo branco	contexto que o produto está inserido	N/A	N/A	1
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	2	fundo branco	contexto que o produto está inserido	N/A	N/A	1
Poltrona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Puff Corino 40 cm x 40 cm	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	4	fundo branco	contexto que o produto está inserido	parte interna	citando as dimensões	1
Sapateira Corino 1.08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	4	fundo branco	contexto que o produto está inserido	parte interna	citando as dimensões	1
Tapete de Pelo Cortex 1,00 x 1,50	2	fundo branco	contexto que o produto está inserido	N/A	N/A	1
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada 4 cadeiras	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliéster	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	3	fundo branco	contexto que o produto está inserido	citando as dimensões	N/A	1

Fonte: Elaboração própria, 2022

Como já citado, a plataforma do Mercado Livre ressalta a importância da quantidade e da qualidade das fotos e o impacto positivo que terá nos resultados de vendas, para isso, foi consultado um profissional para fazer o levantamento da quantidade e os tipos de fotos. A primeira foto será de fundo branco para que não seja tirado a atenção do cliente. A segunda foto é o produto inserido no seu contexto, como por exemplo, tapete em uma sala de estar ou o travesseiro na cama. A terceira foto será mostrado as dimensões do produto e, se necessário, a parte interna dele.

Com o crescimento de venda *on-line*, a empresa pretende contratar funcionário para auxiliar nesse ramo, porém, a contratação será feita baseada na quantidade de demanda que será preciso. Inicialmente, haverá apenas a contratação do fotógrafo.

9. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro consiste no apontamento da rentabilidade que a empresa terá, o investimento que será necessário para a sua realização, as despesas e o custos e para assegurar a saúde do fluxo de caixa da companhia.

Analisando os custos de venda da plataforma, foi necessário um aumento de preço do produto para que não houvesse prejuízo. Para isso, foi realizado um estudo de comparação de valor dos concorrentes que ofertam os mesmos produtos da loja Casa Bela, para que mesmo que há o aumento do preço, a empresa seja uma forte concorrente no mercado.

Segunda a Terra, os *marketplace* estão mudando o *e-commerce* do Brasil. Um estudo recente elaborado pela CupomValido destaca que o mercado brasileiro lidera o crescimento de vendas *on-line* do mundo. Segundo a pesquisa, o Brasil teve um aumento de 22,2% nesse ano e deve aumentar 20,73% entre 2022 e 2025.

Com os dados citados, observa-se um crescimento de interesse dos consumidores nas vendas *on-line*. O ambiente virtual se destaca pela sua visibilidade, possibilitando assim as vendas para um grande público.

A implantação desse meio de venda irá impulsionar os produtos ofertados pela Casa Bela e irá gerar as vendas em larga escala.

9.1 Investimento Total

O proprietário da empresa Casa Bela não autorizou o compartilhamento dos dados financeiro da companhia, logo, terá carência de material para a construção do plano financeiro.

Figura 59. Quadro investimentos

INVESTIMENTO/ITEM	CUSTO UNITÁRIO	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL
FOTOS	R\$ 9,00	48	R\$ 432,00
VÍDEOS	R\$ 15,00	17	R\$ 255,00
Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb Xxg 60x90cm	R\$ 2,91	75	R\$ 218,25
Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb M 30x41cm	R\$ 0,85	200	R\$ 170,00
Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb G 50x40cm	R\$ 1,33	200	R\$ 266,50
Rolos De Fita Adesiva Transp. Mercado Livre 48 Mmx100 Mt	R\$ 13,06	18	R\$ 235,00
Plástico Bolha - Bobina 65 Cm X 100 Metros 25 Micras	R\$ 40,00	3	R\$ 120,00
Papel Semi Craft Pardo Rolo Bobina 90cm 3kg Embalagem Caixa	R\$ 33,41	5	R\$ 167,05
			R\$ 1.863,80

Fonte: Elaboração própria, 2022

Com o intuito de introduzir os produtos na plataforma do mercado livre, é preciso estar de acordo com os investimentos iniciais para anunciar os itens de maneira estratégica, com segurança e qualidade até o momento de recebimento da mercadoria.

Para isso, foi feito orçamento com fotógrafo para lidar com os custos dos produtos que serão anunciados, contudo, totalizaram 48 fotos, acompanhado de um preço unitário de R\$ 9,00 e totalizando o custo de R\$ 432 reais. Vale ressaltar que as fotos retiradas são orientadas pelo modelo da própria plataforma, foto com fundo branco, foto com contexto, foto de produtos que necessitam a visualização interna e uma foto com destacando a dimensão dos produtos, determinando seus centímetros, altura, largura e profundidade. Contando com um destaque no anúncio, foi feito a cotação de realização de vídeo de cada item, totalizando 17 vídeos com precificação de R\$ 255,00 reais.

Além disso, para estabelecer total segurança dos produtos, foi buscado a análise de embalagens a serem utilizadas no momento da logística. Sendo envelopes de variados tamanhos, com um preço de total de R\$ 218,25 reais (75 unidades) e R\$ 170,00 reais (200 unidades) e R\$ 266,50 reais (200 unidades). Considerando o investimento com rolos de fita adesiva com valor total de R\$ 235,00 reais (18

unidades), junto ao plástico bolha de R\$ 120 reais (3 unidades), por fim, a embalagem de papel semi craft com custo de R\$ 167,05 (5 unidades).

Portanto, o investimento total para se introduzir de maneira atrativa e correta no Mercado Livre será de R\$ 1.863,80 reais.

Os detalhes mais abrangentes sobre a quantidade de fotos por produto, o custo por unidade de foto e vídeo e o custo de embalagem se encontra no Apêndice B e C.

9.2 Estimativa de Lucro

Figura 60. Quadro de estimativa de lucro bruto

Produtos	Preço loja física	Preço ML	Média de venda na loja física		Resultado médio bruto no loja física		Crescimento de 10% no ML		Crescimento de 20% no ML		Crescimento de 30% no ML		Crescimento de 40% no ML		Crescimento de 50% no ML		Crescimento de 60% no ML		Crescimento de 70% no ML		Crescimento de 80% no ML		Crescimento de 90% no ML		Crescimento de 100% no ML	
			Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor	Unid.	Valor
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	139,90	179,90	10	R\$ 1.399,00	1	R\$ 179,90	2	R\$ 359,80	3	R\$ 539,70	4	R\$ 719,60	5	R\$ 899,50	6	R\$ 1.079,40	7	R\$ 1.259,30	8	R\$ 1.439,20	9	R\$ 1.619,10	10	R\$ 1.799,00		
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 4C	98,00	130,00	7	R\$ 686,00	1	R\$ 130,00	1	R\$ 130,00	2	R\$ 260,00	3	R\$ 390,00	4	R\$ 520,00	4	R\$ 520,00	5	R\$ 650,00	6	R\$ 780,00	6	R\$ 780,00	7	R\$ 910,00		
Jogo Panela Polida 5 peças	189,90	220,00	5	R\$ 949,50	1	R\$ 220,00	1	R\$ 220,00	2	R\$ 440,00	2	R\$ 440,00	3	R\$ 660,00	3	R\$ 660,00	4	R\$ 880,00	4	R\$ 880,00	5	R\$ 1.100,00	5	R\$ 1.100,00		
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100%	114,00	140,00	5	R\$ 570,00	1	R\$ 140,00	1	R\$ 140,00	2	R\$ 280,00	2	R\$ 280,00	3	R\$ 420,00	3	R\$ 420,00	4	R\$ 560,00	4	R\$ 560,00	5	R\$ 700,00	5	R\$ 700,00		
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Esta	109,90	120,00	8	R\$ 879,20	1	R\$ 120,00	2	R\$ 240,00	2	R\$ 240,00	3	R\$ 360,00	4	R\$ 480,00	5	R\$ 600,00	6	R\$ 720,00	6	R\$ 720,00	7	R\$ 840,00	8	R\$ 960,00		
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	73,90	120,00	5	R\$ 369,50	1	R\$ 120,00	1	R\$ 120,00	2	R\$ 240,00	2	R\$ 240,00	3	R\$ 360,00	3	R\$ 360,00	4	R\$ 480,00	4	R\$ 480,00	5	R\$ 600,00	5	R\$ 600,00		
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	56,90	100,00	5	R\$ 284,50	1	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00	2	R\$ 200,00	2	R\$ 200,00	3	R\$ 300,00	3	R\$ 300,00	4	R\$ 400,00	4	R\$ 400,00	5	R\$ 500,00	5	R\$ 500,00		
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão	54,90	62,00	2	R\$ 109,80	1	R\$ 62,00	1	R\$ 62,00	1	R\$ 62,00	1	R\$ 62,00	1	R\$ 62,00	1	R\$ 62,00	1	R\$ 62,00	2	R\$ 124,00	2	R\$ 124,00	2	R\$ 124,00		
Poltrona Infantil Corino Estampada 0,4	63,90	70,00	15	R\$ 958,50	2	R\$ 140,00	3	R\$ 210,00	5	R\$ 350,00	6	R\$ 420,00	8	R\$ 560,00	9	R\$ 630,00	11	R\$ 770,00	12	R\$ 840,00	14	R\$ 980,00	15	R\$ 1.050,00		
Puff Corino 40 cm x 40 cm	30,00	39,00	30	R\$ 900,00	3	R\$ 117,00	6	R\$ 234,00	9	R\$ 351,00	12	R\$ 468,00	15	R\$ 585,00	18	R\$ 702,00	21	R\$ 819,00	24	R\$ 936,00	27	R\$ 1.053,00	30	R\$ 1.170,00		
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4	98,90	98,90	18	R\$ 1.780,20	2	R\$ 197,80	4	R\$ 395,60	5	R\$ 494,50	7	R\$ 692,30	9	R\$ 890,10	11	R\$ 1.087,90	13	R\$ 1.285,70	14	R\$ 1.384,60	16	R\$ 1.582,40	18	R\$ 1.780,20		
Sapateira Corino 1.08 alt x 0,62 larg 4	79,90	79,90	22	R\$ 1.757,80	2	R\$ 159,80	4	R\$ 319,60	7	R\$ 559,30	9	R\$ 719,10	11	R\$ 878,90	13	R\$ 1.038,70	15	R\$ 1.198,50	18	R\$ 1.438,20	20	R\$ 1.598,00	22	R\$ 1.757,80		
Tapete de Pelo Corttex 1,00 x 1,50	79,90	120,00	15	R\$ 1.198,50	2	R\$ 240,00	3	R\$ 360,00	5	R\$ 600,00	6	R\$ 720,00	8	R\$ 960,00	9	R\$ 1.080,00	11	R\$ 1.320,00	12	R\$ 1.440,00	14	R\$ 1.680,00	15	R\$ 1.800,00		
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada	37,90	40,00	8	R\$ 303,20	1	R\$ 40,00	2	R\$ 80,00	2	R\$ 80,00	3	R\$ 120,00	4	R\$ 160,00	5	R\$ 200,00	6	R\$ 240,00	6	R\$ 240,00	7	R\$ 280,00	8	R\$ 320,00		
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento	20,00	30,00	25	R\$ 500,00	3	R\$ 90,00	5	R\$ 150,00	8	R\$ 240,00	10	R\$ 300,00	13	R\$ 390,00	15	R\$ 450,00	18	R\$ 540,00	20	R\$ 600,00	23	R\$ 690,00	25	R\$ 750,00		
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento	24,90	34,90	20	R\$ 498,00	2	R\$ 69,80	4	R\$ 139,60	6	R\$ 209,40	8	R\$ 279,20	10	R\$ 349,00	12	R\$ 418,80	14	R\$ 488,60	16	R\$ 558,40	18	R\$ 628,20	20	R\$ 698,00		
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento	34,90	54,90	15	R\$ 523,50	2	R\$ 109,80	3	R\$ 164,70	5	R\$ 274,50	6	R\$ 329,40	8	R\$ 439,20	9	R\$ 494,10	11	R\$ 603,90	12	R\$ 658,80	14	R\$ 768,60	15	R\$ 823,50		
				R\$ 13.667,20		R\$ 2.236,10		R\$ 3.425,30		R\$ 5.420,40		R\$ 6.739,60		R\$ 8.913,70		R\$ 10.102,90		R\$ 12.277,00		R\$ 13.479,20		R\$ 15.523,30		R\$ 16.842,50		

Todos os resultados são dados brutos, sem dedução de impostos, frete ou custos operacionais (os dados detalhados da loja física não foram compartilhados, logo a comparação é feita sobre resultado bruto)

Fonte: Elaboração própria, 2022

No quadro apresentado foram feitas estimativas de receita ligadas diretamente aos resultados brutos do plano em questão, sendo feito sem a dedução de impostos, custos operacionais e sem vínculo a loja física. Contudo foram estimados o resultado médio de valor bruto de vendas físicas, considerando os produtos listados e com isso resultando de aproximadamente R\$ 13.667,20 reais.

Visando um crescimento de vendas *on-line* no Mercado Livre e um resultado bruto aproximadamente igualado aos resultados da loja física, foi estimado um crescimento nas vendas elevando de maneira recorrente 10%, para isso, aumentando a unidade de produtos vendidos.

Foi mapeado os valores totais com o crescimento de até 100%. Na primeira projeção o aumento de 10%, elevando suas vendas e finalizando com resultado bruto para R\$ 2.236,10 reais. Na de 20% de aumento com um total de R\$ 3.425,30 reais. Em 30% é totalizado no valor de R\$ 5.420,40 reais. Os 40% com total de R\$ 6.739,60 reais. Na projeção de 50% e um resultado de R\$ 8.913,70 reais. No aumento de 60% e R\$ 10.102,90 reais. Considerando crescimento de 70%, contabilizou R\$ 12.277,00 reais. Com o aumento referente a 80%, foi notado total de R\$ 13.479,00 reais. Aos 90% de crescimento, elevou a R\$ 15.523,30 reais e por fim com um aumento de 100% totalizando R\$ 16.842,50 reais.

Portanto, conclui-se que é visto um resultado médio bruto de vendas no comércio on-line no tópico de crescimento de 80% com um total de R\$ 13.479,00 reais, verificando um ponto de equilíbrio aproximado relação ao valor bruto da loja física correspondente a R\$ 13.667,20 reais.

Figura 61. Quadro de estimativa de lucro líquido

Produtos	Preço ML	Lucro Líquido		Crescimento de 20% no ML			Crescimento de 40% no ML			Crescimento de 60% no ML			Crescimento de 80% no ML			Crescimento de 100% no ML		
		ML Clássico	ML Premium	Unid.	Clássico	Premium	Unid.	Clássico	Premium	Unid.	Clássico	Premium	Unid.	Clássico	Premium	Unid.	Clássico	Premium
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	R\$ 179,90	R\$ 46,57	R\$ 37,58	2	R\$ 93,14	R\$ 75,15	4	R\$ 186,29	R\$ 150,31	6	R\$ 279,43	R\$ 225,46	8	R\$ 372,57	R\$ 300,61	10	R\$ 465,72	R\$ 375,77
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	R\$ 130,00	R\$ 40,40	R\$ 33,90	1	R\$ 40,40	R\$ 33,90	3	R\$ 121,20	R\$ 101,70	4	R\$ 161,60	R\$ 135,60	6	R\$ 242,40	R\$ 203,40	7	R\$ 282,80	R\$ 237,30
Jogo Panela Polida 5 peças	R\$ 220,00	R\$ 50,06	R\$ 39,06	1	R\$ 50,06	R\$ 39,06	2	R\$ 100,12	R\$ 78,12	3	R\$ 150,18	R\$ 117,18	4	R\$ 200,24	R\$ 156,24	5	R\$ 250,30	R\$ 195,30
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	R\$ 140,00	R\$ 39,83	R\$ 32,83	1	R\$ 39,83	R\$ 32,83	2	R\$ 79,66	R\$ 65,66	3	R\$ 119,49	R\$ 98,49	4	R\$ 159,32	R\$ 131,32	5	R\$ 199,15	R\$ 164,15
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	R\$ 120,00	R\$ 31,13	R\$ 25,13	2	R\$ 62,26	R\$ 50,26	3	R\$ 93,39	R\$ 75,39	5	R\$ 155,65	R\$ 125,65	6	R\$ 186,78	R\$ 150,78	8	R\$ 249,04	R\$ 201,04
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	R\$ 120,00	R\$ 29,97	R\$ 23,97	1	R\$ 29,97	R\$ 23,97	2	R\$ 59,94	R\$ 47,94	3	R\$ 89,91	R\$ 71,91	4	R\$ 119,88	R\$ 95,88	5	R\$ 149,85	R\$ 119,85
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	R\$ 100,00	R\$ 20,27	R\$ 15,27	1	R\$ 20,27	R\$ 15,27	2	R\$ 40,54	R\$ 30,54	3	R\$ 60,81	R\$ 45,81	4	R\$ 81,08	R\$ 61,08	5	R\$ 101,35	R\$ 76,35
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	R\$ 62,00	R\$ 8,02	R\$ 4,92	1	R\$ 8,02	R\$ 4,92	1	R\$ 8,02	R\$ 4,92	1	R\$ 8,02	R\$ 4,92	2	R\$ 16,04	R\$ 9,84	2	R\$ 16,04	R\$ 9,84
Poltona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	R\$ 70,00	R\$ 19,95	R\$ 16,45	3	R\$ 59,85	R\$ 49,35	6	R\$ 119,70	R\$ 98,70	9	R\$ 179,55	R\$ 148,05	12	R\$ 239,40	R\$ 197,40	15	R\$ 299,25	R\$ 246,75
Puff Corino 40 cm x 40 cm	R\$ 39,00	R\$ 5,52	R\$ 3,57	6	R\$ 33,09	R\$ 21,39	12	R\$ 66,18	R\$ 42,78	18	R\$ 99,27	R\$ 64,17	24	R\$ 132,36	R\$ 85,56	30	R\$ 165,45	R\$ 106,95
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	R\$ 98,90	R\$ 27,53	R\$ 22,58	4	R\$ 110,11	R\$ 90,33	7	R\$ 192,69	R\$ 158,07	11	R\$ 302,79	R\$ 248,40	14	R\$ 385,37	R\$ 316,14	18	R\$ 495,48	R\$ 406,47
Sapateira Corino 1.08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	R\$ 79,90	R\$ 22,71	R\$ 18,72	4	R\$ 90,85	R\$ 74,87	9	R\$ 204,40	R\$ 168,45	13	R\$ 295,25	R\$ 243,31	18	R\$ 408,81	R\$ 336,90	22	R\$ 499,65	R\$ 411,76
Tapete de Pelo Corttex 1,00 x 1,50	R\$ 120,00	R\$ 25,15	R\$ 19,15	3	R\$ 75,45	R\$ 57,45	6	R\$ 150,90	R\$ 114,90	9	R\$ 226,35	R\$ 172,35	12	R\$ 301,80	R\$ 229,80	15	R\$ 377,25	R\$ 287,25
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada 4 cadeiras	R\$ 40,00	R\$ 7,55	R\$ 10,55	2	R\$ 15,10	R\$ 21,10	3	R\$ 22,65	R\$ 31,65	5	R\$ 37,75	R\$ 52,75	6	R\$ 45,30	R\$ 63,30	8	R\$ 60,40	R\$ 84,40
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	R\$ 30,00	R\$ 4,64	R\$ 8,14	5	R\$ 23,20	R\$ 40,70	10	R\$ 46,40	R\$ 81,40	15	R\$ 69,60	R\$ 122,10	20	R\$ 92,80	R\$ 162,80	25	R\$ 116,00	R\$ 203,50
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliéster	R\$ 34,90	R\$ 1,08	R\$ 4,33	4	R\$ 4,31	R\$ 17,33	8	R\$ 8,61	R\$ 34,65	12	R\$ 12,92	R\$ 51,98	16	R\$ 17,22	R\$ 69,30	20	R\$ 21,53	R\$ 86,63
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	R\$ 54,90	R\$ 20,68	R\$ 22,93	3	R\$ 62,03	R\$ 68,79	6	R\$ 124,06	R\$ 137,59	9	R\$ 186,09	R\$ 206,38	12	R\$ 248,12	R\$ 275,18	15	R\$ 310,15	R\$ 343,97
		R\$ 401,05	R\$ 339,07		R\$ 817,93	R\$ 716,67		R\$ 1.624,75	R\$ 1.422,77		R\$ 2.434,66	R\$ 2.134,51		R\$ 3.249,49	R\$ 2.845,53		R\$ 4.059,40	R\$ 3.557,28

Fonte: Elaboração própria, 2022

Com base em uma projeção de lucro líquido baseado nos produtos inseridos na plataforma, é possível visualizar duas vertentes, a do plano do Mercado Líder Clássico com um total de R\$ 401,05 reais e o Premium com R\$ 339,07 reais e com isso projetando o aumento de forma recorrente a 20% ao longo do tempo.

Sendo assim, o crescimento de 20% será referente a R\$ 817,93 reais no Clássico e no Premium R\$ 716,67 reais. Consecutivamente em escala de 40%, R\$ 1.624,75 reais (Clássico) e R\$ 1.422,77 reais (Premium), em 60% correspondente a R\$ 2.434,66 reais (Clássico) e R\$ 2.134,51 reais (Premium), em crescimento 80% terá R\$ 3.249,49 reais (Clássico) e R\$ 2.845,53 reais (Premium), finalizando com uma margem de 100% de crescimento com R\$ 4.059,40 reais (Clássico) e R\$ 3.557,28 reais (Premium).

Em virtude de detalhes mais abrangentes diante preço mercado livre, lucro líquido, podem ser encontrados no Apêndice D e E.

9.3 Estimativa de custo

Figura 62. Quadro de resultado líquido por produto

RESUMO DE PRECIFICAÇÃO E RESULTADO LÍQUIDO POR PRODUTO NO MERCADO LÍDER CLÁSSICO E MERCADO LÍDER PREMIUM											
DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS	CUSTO	PREÇO DE VENDA LOJA FÍSICA	MARGEM BRUTA LOJA FÍSICA	LUCRO BRUTO LOJA FÍSICA	PREÇO VENDA ML	MARGEM BRUTA ML	LUCRO BRUTO ML	TAXAS, COMISSÕES, CUSTO PLATAFORMA CUSTO DE ENVIO E EMBALAGEM ML CLÁSSICO	TAXAS, COMISSÕES, CUSTO PLATAFORMA CUSTO DE ENVIO E EMBALAGEM ML PREMIUM	RESULTADO LÍQUIDO ML CLÁSSICO	RESULTADO LÍQUIDO ML PREMIUM
Puff/bau 90 cm x 40 cm Suede	R\$ 57,00	R\$ 139,90	145,44%	R\$ 82,90	R\$ 179,90	215,61%	R\$ 122,90	R\$ 76,33	R\$ 85,32	R\$ 46,57	R\$ 37,58
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	R\$ 43,00	R\$ 98,00	127,91%	R\$ 55,00	R\$ 130,00	202,33%	R\$ 87,00	R\$ 46,60	R\$ 53,10	R\$ 40,40	R\$ 33,90
Jogo Panela Polida 5 peças	R\$ 89,00	R\$ 189,90	113,37%	R\$ 100,90	R\$ 220,00	147,19%	R\$ 131,00	R\$ 80,94	R\$ 91,94	R\$ 50,06	R\$ 39,06
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	R\$ 54,00	R\$ 114,00	111,11%	R\$ 60,00	R\$ 140,00	159,26%	R\$ 86,00	R\$ 46,17	R\$ 53,17	R\$ 39,83	R\$ 32,83
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	R\$ 45,00	R\$ 109,90	144,22%	R\$ 64,90	R\$ 120,00	166,67%	R\$ 75,00	R\$ 43,87	R\$ 49,87	R\$ 31,13	R\$ 25,13
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	R\$ 36,00	R\$ 73,90	105,28%	R\$ 37,90	R\$ 120,00	233,33%	R\$ 84,00	R\$ 54,03	R\$ 60,03	R\$ 29,97	R\$ 23,97
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	R\$ 28,00	R\$ 56,90	103,21%	R\$ 28,90	R\$ 100,00	257,14%	R\$ 72,00	R\$ 51,73	R\$ 56,73	R\$ 20,27	R\$ 15,27
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	R\$ 36,00	R\$ 54,90	52,50%	R\$ 18,90	R\$ 62,00	72,22%	R\$ 26,00	R\$ 17,98	R\$ 21,08	R\$ 8,02	R\$ 4,92
Poltrona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	R\$ 27,00	R\$ 63,90	136,67%	R\$ 36,90	R\$ 70,00	159,26%	R\$ 43,00	R\$ 23,05	R\$ 26,55	R\$ 19,95	R\$ 16,45
Puff Corino 40 cm x 40 cm	R\$ 14,00	R\$ 30,00	114,29%	R\$ 16,00	R\$ 39,00	178,57%	R\$ 25,00	R\$ 19,49	R\$ 21,44	R\$ 5,52	R\$ 3,57
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	R\$ 50,00	R\$ 98,90	97,80%	R\$ 48,90	R\$ 98,90	97,80%	R\$ 48,90	R\$ 21,37	R\$ 26,32	R\$ 27,53	R\$ 22,58
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	R\$ 38,00	R\$ 79,90	110,26%	R\$ 41,90	R\$ 79,90	110,26%	R\$ 41,90	R\$ 19,19	R\$ 23,18	R\$ 22,71	R\$ 18,72
Tapete de Pelo Corttex 1,00 x 1,50	R\$ 35,00	R\$ 79,90	128,29%	R\$ 44,90	R\$ 120,00	242,86%	R\$ 85,00	R\$ 59,85	R\$ 65,85	R\$ 25,15	R\$ 19,15
Toalha de Mesa 1,40 x 1,40 Estampada 4 cadeiras	R\$ 17,00	R\$ 37,90	122,94%	R\$ 20,90	R\$ 40,00	135,29%	R\$ 23,00	R\$ 15,45	R\$ 12,45	R\$ 7,55	R\$ 10,55
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	R\$ 9,00	R\$ 20,00	122,22%	R\$ 11,00	R\$ 30,00	233,33%	R\$ 21,00	R\$ 16,36	R\$ 12,86	R\$ 4,64	R\$ 8,14
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliéster	R\$ 16,90	R\$ 24,90	47,34%	R\$ 8,00	R\$ 34,90	106,51%	R\$ 18,00	R\$ 16,92	R\$ 13,67	R\$ 1,08	R\$ 4,33
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	R\$ 15,00	R\$ 34,90	132,67%	R\$ 19,90	R\$ 54,90	266,00%	R\$ 39,90	R\$ 19,22	R\$ 16,97	R\$ 20,68	R\$ 22,93

Fonte: Elaboração própria, 2022.

Observando-se as estimativas gerais, podemos concluir que diante cada produto, houve um custo e uma margem de preço de venda para que se determine o lucro bruto de vendas na plataforma.

Junto as análises feitas, é destacável precificações de taxa, comissões, custo plataforma, custo envio e embalagem, sendo diferenciado para cada plano, Mercado Líder Clássico e Mercado Líder Premium, o qual junto ao lucro, é determinado o resultado líquido de cada item citado.

10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

O objetivo das empresas é atingir suas metas e competir de forma positiva no mercado, diante disso deve-se buscar boas estratégias para aplicar no negócio. Uma ferramenta de gestão para auxiliar na realização deste, é a Análise SWOT.

O termo SWOT é a abreviação das palavras em inglês: *Strengths* (Forças) responsável por tópicos internos que agregam valor a determinada organização, *Weaknesses* (Fraquezas) o qual não trazem pontos positivos, *Opportunities* (Oportunidades) externamente interligadas a ocasiões que trazem benefícios a empresa e *Threats* (Ameaças) são possíveis questões prejudiciais ao negócio, esses quatro fatores permitem realizar análises de determinado cenário ou de ambiente, seja ele interno ou externo, como representado na tabela a seguir.

Figura 63. Quadro da Análise Swot

<u>FORTALEZAS (INTERNO)</u>	<u>FRAQUEZAS (INTERNO)</u>
<ul style="list-style-type: none">• VARIEDADES DE PRODUTOS• PRODUTOS DE QUALIDADE• ESTOQUE FÍSICO (CROSSDOCKING)• FORNECEDORES FIXOS• TEMPO DE MERCADO ACIMA DE 20 ANOS• CANAL DE DISTRIBUIÇÃO FÍSICO	<ul style="list-style-type: none">• POUCA MÃO DE OBRA• TAXAS ELEVADAS• FALTA DE EXPERIÊNCIA NO COMÉRCIO ONLINE• AINDA SEM AVALIAÇÕES DE USUÁRIOS
<u>OPORTUNIDADES (EXTERNO)</u>	<u>AMEAÇAS (EXTERNO)</u>
<ul style="list-style-type: none">• EXPANSÃO DO NEGÓCIO EM OUTRAS PLATAFORMAS• MERCADO EM CRESCIMENTO• RETORNO FINANCEIRO POSITIVO• LEADS E CLIENTES	<ul style="list-style-type: none">• TAXAS ELEVADAS• CONCORRENTES FORTES NA PLATAFORMA• CUSTO X GANHO• ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES

Fonte: Elaboração própria, 2022

Os pontos fortes são fatores internos que visam listar os pontos positivos do negócio, o tempo de experiência no mercado, que ultrapassa mais de 20 anos no ramo de comércio. Além disso, variedade de produtos e contam qualidade, o qual são

armazenados através de um estoque físico (*crossdocking*). Válido ressaltar são itens comprados de fornecedores fixos, ou seja, o qual se faz compras dos produtos de forma recorrente.

Algumas fraquezas apresentadas internamente, é a pouca mão de obra envolvida no comércio fazendo com que as demandas sejam sobrecarregadas ou com o risco de não administrarem todo o pedido que entre dentro da plataforma *marketplace*. Dessa forma, pode ser feito um estudo de custo e com isso elaborando projetos de contratação de novos colaboradores no negócio e assim dividindo melhor os serviços ao longo do tempo.

Outro ponto negativo, seriam as taxas elevadas para introdução de vendas que cada plataforma pede, sendo preciso estudar todos os custos de venda e despesas, a ponto de ter a elevação de preço de determinado produto.

Além disso, uma fraqueza inicial é a falta de conhecimento em comércio *on-line* causando algum tipo de dúvida durante a introdução e saída de vendas. Este tópico seria resolvido com estudo intensivo.

Em quesitos de oportunos, a passagem do negócio via *marketplace*, elevando as vendas, retendo clientes e elevando a renda financeira da empresa.

Por fim, as ameaças constantes seriam as taxas elevadas, os fortes concorrentes já atuantes na plataforma e o custo versus ganho, sendo preciso calcular as despesas com lucro retornado na plataforma.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em busca de conhecer e escolher a melhor plataforma e mais adaptável para distribuição dos itens de comércio popular via *marketplace* por meio de pesquisas e estudos desta, a plataforma escolhida foi o Mercado Livre.

O Mercado Livre é plataforma mais vantajosa para se vender devido ao seu grande nome no mercado, sendo o primeiro no ranking de e-commerce, sua navegação é abordada de maneira prática, fácil e intuitiva, facilitando o no momento de compra e o fato de ser bem reconhecido pelo público diante a pesquisa realizada. Vem acompanhada de uma entrega rápida, possibilitando o seu pedido estar em mãos no um dia após a compra. Constitui-se de sistemas próprios, como o Mercado Pago, Mercado Envios, Mercado Shops e a Central do Vendedor o qual dá suporte direto ao vendedor no momento de introdução e impulsionamento de vendas, pagamentos e sistema logístico.

Além disso, é ofertado diversos tipos de benefícios e planos para os vendedores que estão atrelados ao *marketplace*. A taxa de comissão em questão, é variada pelo tipo de produto vendido e o anúncio escolhido, como por exemplo os Anúncios Clássicos com variação de 10% a 14%, Anúncios Premium de 15% a 19%.

Entretanto, o posicionamento inicial pode conter dificuldades, devido ao vendedor estar diretamente atrelado ao seu tempo e desempenho interno na plataforma, devido aos selos apresentados pela organização, o MercadoLíder atribui aos vendedores com no mínimo 4 meses de plataforma, ter abaixo de 1% de reclamações e abaixo de 2% de vendas canceladas, comprovantes e documentações fiscais e permanecer com termômetro e vendas no verde escuro, que condiz com melhoras em seu *status* e benefícios. O selo de MercadoLíder Gold, conta com esses fatores e acrescenta a precisão de 150 vendas ou mais, faturando 80.000 reais. Enquanto o MercadoLíder necessita de 450 vendas ou mais apoiado em um faturamento 200.000 reais.

Os selos dão uma margem importante devido aos benefícios com a visibilidade anúncios, oferecimento de frete grátis e atendimentos exclusivos, portanto, o vendedor se incorpora com diversos desafios iniciais, determinados a uma empresa de pequena visibilidade e ao decorrer do tempo, se tornando mais reconhecida no Mercado Livre.

Além disso, foi possível observar que há uma dificuldade de ser um canal distribuir no Mercado Livre, por conta dos custos que a plataforma cobra e pelos fornecedores, que estão anunciando os mesmos produtos, terem os mesmos custos e conseguirem ofertar os itens com preços mais baixos.

Portanto, o seu plano inicial é vender via o Mercado Livre diante seus benefícios e reconhecimento. Futuramente a pretensão é expandir para outras plataformas como Shopee, Americanas e Magazine Luiza. Como analisadas, as empresas se destacam pelas suas baixas taxas de comissão, de 12% da Shopee e de 12.8% da Magazine Luiza, e pela disponibilidade de entrega na vizinhança, que no caso a Americanas possuiu.

As metodologias de pesquisa foram essenciais para a análise geral do plano, considerando resultados relevantes e satisfatórios. Vale ressaltar que o estudo feito, foi designado a conhecer as etapas e métodos de vendas on-line para que as inserções de produtos sejam feitas de maneira eficiente e eficaz e com um vasto conhecimento no mercado em questão.

Esse estudo também se sugere que entre 06 meses e 01 ano de vendas desses itens, para que eles sejam colocados em uma matriz BCG, o qual analisa o ciclo de vida de produtos e assim verificar quais precisam ser mantidos e quais retirados do comercio on-line.

Outro ponto para dar continuidade nesse estudo é uma nova reavaliação das plataformas para escolher uma segunda plataforma para oferecer os produtos que já foram testados anteriormente, assim aumentando a chance de sucesso em outras plataformas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMAZON CELLER CENTRAL. **Tarifas do Delivery pela Amazon.** Amazon.com.br. Disponível em: <<https://sellercentral.amazon.com.br/help/hub/reference/external/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Jogo De Cama Lençol Premium Casal King Com 04 Peças Estampado 100% Algodão Percal 180 Fios Cinza | Amazon.com.br.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Len%C3%A7ol-Premium-Estampado-Algod%C3%A3o-Percal/dp/B09H8Q1S3P/ref=sr_1_26?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=1XBIB59Z31R00&keywords=jogo+de+cama+len%C3%A7ol+fronha+edredom&qid=1666452862&qu=eyJxc2MiOilwLjI3IiwicXNhIjoIMC4wMCIsInFzcCI6IjAuMDAifQ%3D%3D&refinements=p_72%3A17833786011&rnid=5560472011&sprefix=jogo+de+cama+len%C3%A7ol+fronha+edredom%2Caps%2C243&sr=8-26&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.6121c6c4-c969-43ae-92f7-cc248fc6181d>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Travesseiro Suporte Firme, Top Flocos de Espuma, P/ fronhas 50x70 cm, Fibrasca, Branco | Amazon.com.br.** Amazon.com.br. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Travesseiro-Fibrasca-Revestimento-Poliester-Matell%C3%AA/dp/B077C4S6BT/ref=zg_bs_17100817011_sccl_1/132-9467517-4204928?pd_rd_i=B077C4S6BT&pvc=1>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Jogo de Panelas Elegan com Tampa Vidro 8 Peças- Rosa.** Amazon.com.br. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Panelas-Elegan-Tampa-Vidro-Pe%C3%A7as/dp/B08PC73GZR/ref=zg_bs_17124949011_sccl_1/132-9467517-4204928?pd_rd_i=B08PC73GZR&pvc=1>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Jogo Toalhas de Banho com 5 peças de 500g/m² Fio Penteadado de Algodão PREMIUM - Carré Rosé | Amazon.com.br.** Amazon.com.br. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Toalhas-Banho-Penteadado-Algod%C3%A3o-PREMIUM/dp/B09VLBLCF2/ref=zg_bs_17100889011_sccl_8/132-9467517-4204928?pd_rd_i=B09VLBLCF2&th=1>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Tapete Dallas Para Sala Ou Quarto Antiderrapante Jacquard 1,35m x 1,00m Preto | Amazon.com.br.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Tapete-Dallas-Quarto-Antiderrapante-Jacquard/dp/B091FXB2KZ/ref=zg_bs_17100700011_sccl_14/132-9467517-4204928?pd_rd_i=B091FXB2KZ&pssc=1>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Kit 10 Panos de Prato Copa Transfer Estampado 43cm X 63cm - 100% Algodão.** Amazon.com.br. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Panos-Prato-Copa-Transfer-Estampado/dp/B0B5S4N971/ref=sr_1_3?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=Y61DE56FSVDJ&keywords=PANO+DE+PRATO&qid=1666571224&qu=eyJxc2MiOil2LjQ0liwicXNhIjoiNi40NSIsInFzcCI6IjYuMTEifQ%3D%3D&s=home&sprefix=pano+de+prato%2Chome%2C232&sr=1-3>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Branyl Facilita Calém Toalha de Mesa, Bege, 1.4 x 1.4 m | Amazon.com.br.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Toalha-Facilita-Calem-Branyl-Poli%C3%A9ster/dp/B07FK4KHKD/ref=sr_1_3?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=39ZJX3WXX4CPX&keywords=TOALHA+DE+MESA&qid=1666571537&qu=eyJxc2MiOil3LjA0liwicXNhIjoiNy4wNSIsInFzcCI6IjYuMzlfQ%3D%3D&s=home&sprefix=toalha+de+mes%2Chome%2C263&sr=1-3>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Organizador Sapateira Pequeno para 8 pares sapato Versátil: Amazon.com.br: Casa.** Amazon.com.br. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Organizador-Sapateira-Pequena-Sapato->

Versatil/dp/B07GH2PB8L/ref=sr_1_7?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crid=2O9TULTDMC4HD&keywords=SAPATEIRA&qid=1666573610&qu=eyJxc2MiOil3LjA3liwicXNhIjoiNi43MyIsInFzcCI6IjYuMTAifQ%3D%3D&s=home&sprefix=sapateira%2C285&sr=1-7&th=1>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Calçadeira Baú P/Box Casal 140cm Mirage c/Capitonê Suede Bege DI Decor.** Amazon.com.br. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Cal%C3%A7adeira-Casal-140cm-Mirage-Capiton%C3%AA/dp/B08FBHVCQX/ref=sr_1_15?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crid=3G4XJOLGMD7JJ&keywords=BA%C3%9A&qid=1666573951&qu=eyJxc2MiOil1LjY5liwicXNhIjoiNS4xMCI6IjluMzlfifQ%3D%3D&s=home&sprefix=ba%C3%BA+%2C311&sr=1-15&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.fcd6d665-32ba-4479-9f21-b774e276a678>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMAZON.COM.BR. **Manta Para Sofá Gigante Decorativa Azul Escuro 240x180.** Amazon.com.br. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Manta-Gigante-Decorativa-Escuro-240x180/dp/B09SKY39ZW/ref=zg_bs_17101024011_sccl_1/132-9467517-4204928?pd_rd_i=B09SKY39ZW&psc=1>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. **Americanas Marketplace | Comece a vender on-line nas maiores lojas!** Americanasmarketplace.com.br. Disponível em: <<https://americanasmarketplace.com.br/ajuda>>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS MARKETPLACE. **Americanas: saiba tudo sobre a marca mais querida do Brasil.** Blog | Americanas Marketplace - tudo sobre vendas. Disponível em: <<https://blog.americanasmarketplace.com.br/2021/06/07/americanas/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS MARKETPLACE. **tudo o que você precisa saber sobre as nossas regras.** Americanasmarketplace.com.br. Disponível em: <<https://info.americanasmarketplace.com.br/regras-de-comissao>>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. **Jogo de Cama Casal com Edredom Lençol Fronha Função Cobre Leito e Cobertor em Promoção | Ofertas na Americanas.** Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/4399850276?pfm_carac=jogo-de-cama-lencol-fronha-edredom&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=61a63efbd9fd6edeec390876&chave=b2wads_630dff4ad09d080017fb641d_29537195000195_4399850276_2e7c5d50-e128-4ffd-a567-f828881fbdd2&cor=Branco&condition=NEW>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. **Jogo de Painéis Tramontina Turim Alumínio 5 Peças Vermelho em Promoção | Ofertas na Americanas.** Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/122605850?pfm_carac=jogo-de-panela&pfm_index=4&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=6153097509c351890d735b8f&buyboxToken=smartbuybox-acom-v2-d25c7f8c-7fa0-4047-84b4-8d8847b6a6f0-2022-11-05%2015%3A18%3A51%200000>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. **Manta Para Sofá Gigante Decorativa Em Algodão em Promoção | Ofertas na Americanas.** Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/3463299467?pfm_carac=manta-de-sofa&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=60d6562e52131c3c814d1c84&chave=b2wads_630ea659b56b8c0017264ae2_41860987000100_3463299467_7cdaac61-1b37-48d2-82fc-0d0474d8f481&cor=Rosa&condition=NEW>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Sofa Kids Poltrona Infantil Personagens (poltrona Sofazinho) em Promoção | Ofertas na Americanas. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/5683627581?pfm_carac=poltrona-infantil&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=62fe3fd9adbc5f39b9a93c02>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Sapateira De Madeira 60 Cm em Promoção | Ofertas na Americanas. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/1974904948?pfm_carac=sapateira-de-madeira&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=610ae3d252131c3c81f8e456&buyboxToken=smartbuybox-acom-v2-821b7d86-2c96-45ed-8403-0f8b9b5c4897-2022-11-03%2007%3A14%3A29%200000>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Tapetes Para Sala Antiderrapante Geometrico 200x135 Barato em Promoção | Ofertas na Americanas. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/4872375539?pfm_carac=tapete&pfm_index=4&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=624723d687c00289c2f5276f&cor=Amarelo%20geom%C3%A9trico&condition=NEW>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Toalha de Mesa Retangular 6 Lugares Cozinha e Salas Estampado Floral Terraço 140x210 em Promoção | Ofertas na Americanas. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/3196227804?pfm_carac=toalha-de-mesa&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=6197ede0d9fd6edeec5c5402&tamanho=Retangular&cor=Rosa&condition=NEW>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Pano de Prato barrado Pé de galinha Kit C/10 peças em Promoção

| **Ofertas na Americanas.** Disponível em:

<https://www.amERICANAS.com.br/produto/4226389397?pfm_carac=voc%C3%AA%20tamb%C3%A9m%20pode%20gostar%20disso&pfm_index=4&pfm_page=product&pfm_pos=item_page.rr1&pfm_type=vit_recommendation&DCSext.recom=RR_item_page.rr1-

[mars_ClickCP%3AP%3A94%3A%3Aads%3Dtrue%3AorderAdsTest%3Dmotor_high_ads&nm_origem=rec_item_page.rr1-](https://www.amERICANAS.com.br/produto/4226389397?pfm_carac=voc%C3%AA%20tamb%C3%A9m%20pode%20gostar%20disso&pfm_index=4&pfm_page=product&pfm_pos=item_page.rr1&pfm_type=vit_recommendation&DCSext.recom=RR_item_page.rr1-mars_ClickCP%3AP%3A94%3A%3Aads%3Dtrue%3AorderAdsTest%3Dmotor_high_ads&nm_origem=rec_item_page.rr1-)

[mars_ClickCP%3AP%3A94%3A%3Aads%3Dtrue%3AorderAdsTest%3Dmotor_high_ads&nm_ranking_rec=4&offerId=61757e32d9fd6edeecb18dc7](https://www.amERICANAS.com.br/produto/4226389397?pfm_carac=voc%C3%AA%20tamb%C3%A9m%20pode%20gostar%20disso&pfm_index=4&pfm_page=product&pfm_pos=item_page.rr1&pfm_type=vit_recommendation&DCSext.recom=RR_item_page.rr1-mars_ClickCP%3AP%3A94%3A%3Aads%3Dtrue%3AorderAdsTest%3Dmotor_high_ads&nm_ranking_rec=4&offerId=61757e32d9fd6edeecb18dc7)>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Puff pufe quadrado couro decorativo 34X34 sala quarto em

Promoção | **Ofertas na Americanas.** Disponível em:

<https://www.amERICANAS.com.br/produto/3995761181?pfm_carac=puff-quadrado&pfm_index=10&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=617b8ed9d9fd6edeec6d2e81&cor=Rosa-Claro&condition=NEW>. Acesso em: 22 out. 2022.

AMERICANAS. Jogo De Toalha - 2 Peças Banho + Rosto Aveludado Para Bordar - Bella Dohler - Emcompre em Promoção | Ofertas na Americanas. Disponível em:

<[https://www.amERICANAS.com.br/produto/2680648643?pfm_carac=jogo-de-toalha-2-](https://www.amERICANAS.com.br/produto/2680648643?pfm_carac=jogo-de-toalha-2-banho-2-)

[rostro&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=5fe3a7be0c070442663ecfc4&cor=Azul&condition=NEW](https://www.amERICANAS.com.br/produto/2680648643?pfm_carac=jogo-de-toalha-2-rostro&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=5fe3a7be0c070442663ecfc4&cor=Azul&condition=NEW)>. Acesso em: 22 out. 2022.

BAZI FILHO, Jorge. A importância do Marketing Digital no contexto de pandemia.

Goiás, 2021. Disponível em:

<<http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/18123/1/TCC%20FINAL%20JORGE%20E%20BAZI%20FILHO.pdf>> Acesso em: 23 jun. 2022.

CASAGRANDE, ERICH. Semrush Blog. **Top 100 sites mais acessados no Brasil [Edição 2022]**. Disponível em: <<https://pt.semrush.com/blog/top-100-sites-mais-visitados/>>. Acesso em: 03 mai. 2022.

GOVERNO DE SÃO PAULO. **Decreto nº 64.881, de 22 de março de 2020**. Sp.gov.br. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2020/decreto-64881-22.03.2020.html>>. Acesso em: 16 jun. 2022.

BRITO, David Santos; MALHEIROS, Taís de Carvalho. **A importância das mídias sociais e das ferramentas gratuitas do google no mercado de e-commerce no Brasil para microempresas**. C@LEA – Revista Cadernos de Aulas do LEA, Ilhéus, n. 2, p. 1 – 18, nov. 2013. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/calea/edicoes/rev2_1.pdf> Acesso em: 23 jun. 2022.

DINIZ, Eduardo. **Comércio Eletrônico: Fazendo Negócios por meio da Internet**. 1999. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/ZXfv7Xjdg6nfTKpbxYWdjxg/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 23 jun. 2022.

DORNELAS, JOSÉ. **Empreendedorismo** – Transformando Ideias em Negócios. 5. Ed. 2015.

Endeavor. **O que é empreendedorismo: Da inspiração à prática**. Endeavor. Org, 2022. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a-pratica/>> Acesso em: 16 jun. 2022.

EXTRA.COM.BR. **Conjunto de Painéis 5 Peças Brinox Ruby com Revestimento Interno Antiaderente Pro-Flon e Tampas de Vidro com Saída de Vapor -**

Vermelho. extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/conjunto-de-panelas-5-pecas-brinox-ruby-com-revestimento-interno-antiaderente-pro-flon-e-tampas-de-vidro-com-saida-de-vapor-vermelho-55003717/p/55003717>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. Toalha Mesa Sala Jantar Retangular Jacquard Pérola 4 Lugares. extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/cama-mesa-banho/mesa/toalharetangular/toalha-mesa-sala-jantar-retangular-jacquard-perola-4-lugares-14531576.html?idsku=14531576>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. Pano De Prato Liso Pé De Galinha O Legitimo Kit Com 10 Peças. extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/cama-mesa-banho/mesa/panosdecopa/pano-de-prato-liso-pe-de-galinha-o-legitimo-kit-com-10-pecas-1514469523.html?idsku=1514469523>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. Tapete Roma Sala Quarto Antiderrapante Geométrico Casa Dona. extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/decoracao/tapete/tapete-sala/tapete-roma-sala-quarto-antiderrapante-geometrico-casa-dona-1504519144.html?idsku=1504519095>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. Sapateira Banco de Madeira Maciça Porta Calçados 65cm. extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/moveis/quartos/sapateiras/sapateira-banco-de-madeira-macica-porta-calcados-65cm-1504494031.html?idsku=1504494031>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. Baú Calçadeira Istambul Dobuê Chocolate 1,60M Suede. extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/moveis/quartos/calcadeiras/bau-calcadeira-istambul-dobue-chocolate-160m-suede-13701594.html?idsku=13701594>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. **Manta Para Sofá Em Algodão Marrom Mesclado 2,40 X 1,80.** extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/decoracao/almofadasemantasparasofas/mantasdesofa/manta-para-sofa-em-algodao-marrom-mesclado-240-x-180-1501370679.html?idsku=1501370679>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. **Travesseiro 50x70cm Silk Touch Altenburg.** extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/travesseiro-50x70cm-silk-touch-altenburg-13124253/p/13124253>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. **Jogo de cama Casal 6 peças com Edredom e Lençol Casa Dona.** extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/cama-mesa-banho/jogodecama/jogodecamacasal/jogo-de-cama-casal-6-pecas-com-edredom-e-lencol-casa-dona/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. **Puff Siena Bege.** extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/decoracao/puffs/puff-siena-bege-1507282078.html?idsku=1507282078>>. Acesso em: 22 out. 2022.

EXTRA.COM.BR. **Jogo De Toalha 5 Peças Jogo De Banho Kit Toalha Banho Cinza.** extra.com. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/cama-mesa-banho/toalhasdebanho/5pecas/jogo-de-toalha-5-pecas-jogo-de-banho-kit-toalha-banho-cinza-1505806648.html?idsku=1505806648>>. Acesso em: 22 out. 2022.

FELIPINI, Dailton; eCommerce Org; **O e-Commerce decola, também no Brasil;** Publicado em: 14/12/2015; Disponível em: <<http://www.e-commerce.org.br/ecommerce-decola/>>. Acesso em: 23 jun. 2022.

GARRIDO, Ricardo. **Como empreendedores menores podem se beneficiar com marketplaces.** EcommerceBrasil. 04 mai. 2022. Disponível em: <

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/empreendedores-marketplaces/>>.

Acesso em: 14 jun. 2022.

GOMES, R. C. O. **Empreendedor X E-Empreendedor** Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM) - ISSN 1677-7387 Faculdade Cenecista de Campo Largo - Coordenação do Curso de Administração v. 2, n. 1, maio/2003 . Disponível em <<http://revistas.facecla.com.br/index.php/recadm/>>. Acesso em: 4 de mai. 2022

HUFFORD, Jillian. **5 Risks of Selling on *On-line Marketplace Sites***. In: HUFFORD, Jillian. nChannel. (Local de publi- [S.l.], may. 2016. Disponível em: <<https://www.nchannel.com/blog/risks-of-selling-on-on-line-marketplace-sites/>>.

Acesso em: 14 jun. 2022.

KOTLER, PHILIP. **Administração de Marketing**. 13ª Edição. São Paulo, Prentice Hall. 2022

KOVACS, Michelle Helena, & MENEZES DA SILVA, Janaynna, & ALENCAR DE FARIAS, Salomão (2008). **Comportamento do Consumidor *On-line*: a perspectiva da teoria do fluxo**. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios - RBGN**, 10(26),27-44.[fecha de Consulta 13 de Junio de 2022]. ISSN: 1806-4892. Disponível em:<<https://www.redalyc.org/pdf/947/94702604.pdf>> Acesso em: 23 jun. 2022.

LERSCH, Henrique. **Adoção de Comércio Eletrônico via *Marketplace*: um estudo realizado em micro e pequenas empresas do Rio Grande do Sul**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Administração da Universidade de Santa Cruz do Sul). Disponível em: <<https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/2976/1/Henrique%20Silveira%20Lersch.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Toalha de mesa Jacquard 6 Lugares Admirare**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/toalha-de-mesa-jacquard-6-lugares-admirare/p/bj44kb7ff2/cm/ctmt/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Travesseiro TOP - Fibrasca**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/travesseiro-top-fibrasca/p/jg6c2da89d/cm/trve/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Jogo De Panelas 08 Peças Cereja Antiaderente Remaza**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/jogo-de-panelas-08-pecas-cereja-antiaderente-remaza/p/jj0ckgb9k1/ud/cjpn/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Mini Sofa Infantil Poltrona Criança 1 A 7 Anos Estampa De Carros**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/mini-sofa-infantil-poltrona-crianca-1-a-7-anos-estampa-de-carros-jota-store/p/gfh86kk1jf/mo/mpol/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Tapete Dallas Para Sala Ou Quarto Antiderrapante Jacquard 1,35m x 1,00m Caramelo**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/tapete-dallas-para-sala-ou-quarto-antiderrapante-jacquard-135m-x-100m-caramelo-rviotto-enxovais/p/dgjj92a9cd/cm/ctap/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Pano De Prato Atacado Color Estampado Kit Com 10 Peças**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/pano-de-prato-atacado-color-estampado-kit-com-10-pecas-rubber-store/p/dehc8h76h5/cm/cmpp/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Sapateira 3 Prateleiras Madeira Maciça - Solteiro E Casal**. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/sapateira-3-prateleiras-madeira-macica-solteiro-e-casal-loja-do-pinho/p/aj5j1egf9g/mo/sapt/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Recamier Calçadeira Puff Baú Estofada Capitone Casal Tecido Suede Bege Claro.** Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/recamier-calcadeira-puff-bau-estofada-capitone-casal-tecido-suede-bege-claro-veneza-estofados/p/fc1e2e9k0e/mo/rera/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Manta Para Sofá Gigantes Tipo Capa De Sofa Cinza.** Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/manta-para-sofa-gigantes-tipo-capa-de-sofa-cinza-store-textil/p/cjc24d2f64/cm/maso/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Jogo de Toalha de Banho Atlântica Delicata.** Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/jogo-de-toalha-de-banho-atlantica-delicata-garden-valentino-4-pecas/p/220559600/cm/joto/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Jogo de Cama 6 Peças Kit Edredom Dupla Face Lençol Fronha Porta Travesseiro Casal Queen 100% Poliéster PRETO.** Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/jogo-de-cama-6-pecas-kit-edredom-dupla-face-lencol-fronha-porta-travesseiro-casal-queen-100-poliester-preto-uniart-casa-enxovais/p/fd7725j122/cm/cedt/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Magazine Luiza - Relações com Investidores.** Magazineluiza.com.br. Disponível em: <<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nossa-Historia?=maMhsoEQNCOOr/Wxrb98OXA==>>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Magazine Luiza - Relações com Investidores.** Magazineluiza.com.br. Disponível em: <<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nossa-Estrategia?=LZKRKYC4fKjk6oPPJL7+xw==>>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Quanto custa vender no Magalu Marketplace? – FAQ Magalu Marketplace.** Magazineluiza.com.br. Disponível em: <<https://marketplace-faq.magazineluiza.com.br/faq/quanto-custa-vender-no-magalu-marketplace>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGAZINE LUIZA. **Quais as mudanças que terão na Tabela de Coparticipação de frete do Magalu Entregas? – FAQ Magalu Marketplace.** Magazineluiza.com.br. Disponível em: <<https://marketplace-faq.magazineluiza.com.br/faq/quais-as-mudancas-que-terao-na-tabela-de-coparticipacao-de-frete-do-magalu-entregas>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MAGALU MARKETPLACE. **Conheça como funciona o Magalu Entregas.** Conteúdos Magalu Marketplace: tudo o que você sempre quis saber para suas vendas on-line. Disponível em: <https://marketplace.magazineluiza.com.br/magalu-entregas/?_ga=2.232035935.1152671001.1666457569-1868659891.1596304511>. Acesso em: 22 out. 2022.

MERCADO LIVRE. **Tudo o que você precisa saber sobre o Mercado Livre.** Mercado Livre. Disponível em: <<https://www.mercadolivre.com.br/institucional/nos-comunicamos/noticia/tudo-sobre-o-mercado-livre/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Como começar a vender pela internet com o Mercado Livre.** Como começar a vender pela internet com o Mercado Livre. Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/como-comecar-a-vender-pela-internet-com-o-mercado-livre/#1-introduo-venda-no-mercado-livre>>. Acesso em: 22 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Ecosistema Mercado Livre: soluções para os seus negócios.** Ecosistema Mercado Livre: soluções para os seus negócios. Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/ecossistema-mercado-livre-solucoes-para-os-seus-negocios#:~:text=O%20Mercado%20Livre%20tem%20uma,Confira!&text=O%20ecossistema%20do%20Mercado%20Livre,de%20log%C3%ADstica%2C%20financiamento%20e%20publicidade.>>>. Acesso em: 08 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Como criar anúncios eficientes no Mercado Livre.** Como criar anúncios eficientes no Mercado Livre. Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/como-criar-anuncios-eficientes-no-mercado-livre/>>. Acesso em: 08 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Quais são os custos por armazenar estoque no Full.** Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/quais-sao-os-custos-por-armazenar-estoque-no-full>>. Acesso em: 09 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Como fazer um bom título para o seu anúncio.** Como fazer um bom título para o seu anúncio. Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/notas/como-criar-um-titulo-atrativo/>>. Acesso em: 09 out. 2022.

MERCADO, Platform. **As fotos são a sua vitrine. Capriche!** As fotos são a sua vitrine. Capriche! Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/as-fotos-sao-a-sua-vitrine-capriche/>>. Acesso em: 09 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Por que a reputação do vendedor é importante?** Por que a reputação do vendedor é importante? Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/por-que-a-reputacao-do-vendedor-e-importante/>>. Acesso em: 08 out. 2022.

MERCADO, Platform. **Como ser um MercadoLíder?** Como ser um MercadoLíder? Disponível em: <<https://vendedores.mercadolivre.com.br/nota/como-ser-um-mercadolider/>>. Acesso em: 01 out. 2022.

MERCADO LIVRE. **Custos para vender no Mercado Livre.** MercadoLivre.com.br. Disponível em: <<https://www.mercadolivre.com.br/landing/custos-de-venda>>. Acesso em: 01 out. 2022.

MERCADO LIVRE. **Simulador de custos - Mercado Livre.** Mercadolivre.com.br. Disponível em: <<https://www.mercadolivre.com.br/simulador-de-custos#source=landing>>. Acesso em: 01 out. 2022.

MERCADO LIVRE. **Recamier Báu Cama Casal 138cm Estofada Envio Ja Sapateira.** Mercadolivre.com.br. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2629268610-recamier-bau-cama-casal-138cm-estofada-envio-ja-sapateira-_JM?variation=174499684798&hide_psmb=true#reco_item_pos=1&reco_backend=best-seller&reco_backend_type=low_level&reco_client=highlights-rankings&reco_id=0bdcda39-4f7f-451d-b029-d06a49e9b6cc&tendency_print_id=31452030-7c37-4cf9-b1f0-e3df3a28c3a6>. Acesso em: 22 out. 2022.

MERCADO LIVRE. **Manta Para Sofá Gigante Decorativa Protetora 2,40x1,80.** Mercadolivre.com.br. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2033917770-manta-para-sofa-gigante-decorativa-protetora-240x180-_JM#position=1&search_layout=grid&type=item&tracking_id=efe812af-3ff6-4395-a9f8-f538c703615b>. Acesso em: 22 out. 2022.

MERCADO LIVRE. **75 Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb Xxg 60x90cm.** Mercadolivre.com.br. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2116583812-75-envelopes-de-seguranca-mercado-livre-sawb-xxg-60x90cm-_JM#position=12&search_layout=grid&type=item&tracking_id=ef410443-e30a-479b-b3d8-8d7f2bb115ab>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MERCADO LIVRE. **200 Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb M 30x41cm.** Mercadolivre.com.br. Disponível em: <<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2116306001-200-envelopes-de-seguranca-mercado-livre-sawb-m-30x41cm->

_JM?#position=6&search_layout=grid&type=item&tracking_id=b604c6ef-df52-4c35-951f-e35dd92b0506>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MERCADO LIVRE. **_200 Envelopes De Seguranca Mercado Livre S/awb G 50x40cm.** Mercadolivre.com.br. Disponível em:

<<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2116345321-200-envelopes-de-seguranca-mercado-livre-sawb-g-50x40cm->

_JM#position%20=10&search_layout=grid&type=item&tracking_id=e308380d-1544-4d40-8ca4-1bf8f0785d2a>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MERCADO LIVRE. **18 Rolos De Fita Adesiva Transp. Mercado Livre 48 Mmx100 Mt.** Mercadolivre.com.br. Disponível em:

<<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1130069575-18-rolos-de-fita-adesiva-transp-mercado-livre-48-mmx100-mt->

_JM#position=4&search_layout=grid&type=item&tracking_id=00f84aeb-3bcb-477d-b052-25cd59dafd11>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MERCADO LIVRE. **Plástico Bolha Para Embalagem 20 Cm X 10 Mts. | Parcelamento sem juros (mercadolivre.com.br) - Pesquisa Google.** Google.com.

Disponível em:

<[https://www.google.com/search?q=Pl%C3%A1stico+Bolha+Para+Embalagem+20+Cm+X+10+Mts.+%7C+Parcelamento+sem+juros+\(mercadolivre.com.br\)&rlz=1C1BNSD_pt-](https://www.google.com/search?q=Pl%C3%A1stico+Bolha+Para+Embalagem+20+Cm+X+10+Mts.+%7C+Parcelamento+sem+juros+(mercadolivre.com.br)&rlz=1C1BNSD_pt-)

BRBR989BR989&oq=Pl%C3%A1stico+Bolha+Para+Embalagem+20+Cm+X+10+Mts.+%7C+Parcelamento+sem+juros+(mercadolivre.com.br)&aqs=chrome..69i57.622j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MERCADO LIVRE. **Papel Craft Puro Embrulho Correio Rolo 60cm Larg X 150 Mts.** Mercadolivre.com.br. Disponível em:

<<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-2723776623-papel-craft-puro-embrulho-correio-rolo-60cm-larg-x-150-mts->

_JM#position=24&search_layout=stack&type=item&tracking_id=b28618c0-69b6-46a5-b7b8-40688a7a4fc8>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MERCADO LIVRE. **Papel Semi Craft Pardo Rolo Bobina 90cm 3kg Embalagem Caixa.** Mercadolivre.com.br. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1376380241-papel-semi-craft-pardo-rolo-bobina-90cm-3kg-embalagem-caixa-_JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=9a55b736-7b4d-4359-8af3-89523498f968>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MATTOS DE SOUZA, Gabriela; OLIVEIRA, Claudinéia. **MARKETING DIGITAL: Um estudo de caso na empresa MKS ENGENHARIA LTDA.** Fucap Faculdade Capivari, 2012. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/77621916-Marketing-digital-gabriela-mattos-de-souza-claudineia-da-silva-de-oliveira.html>> Acesso em: 14 jun. 2022

MORAES DO NASCIMENTO, RAFAEL. **E-commerce no brasil: perfil do mercado e do e-consumidor brasileiro.** 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Administração Pública da Universidade FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS). Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8182/Rafael%20Moraes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 16 jun. 2022.

NAKAGAWA, Marcelo. **Ferramenta: 5 Forças de Porter (Clássico).** SEBRAE. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_5-Forcas-Porter.PDF com.br)>. Acesso em: 06 jul. 2022.

Nossas Marcas - VIA RI. VIA RI. Disponível em: <<https://ri.via.com.br/a-companhia/nossas-marcas/>>. Acesso em: 11 ago. 2022.

Nossa História - VIA RI. VIA RI. Disponível em: <<https://ri.via.com.br/a-companhia/nossa-historia/>>. Acesso em: 11 ago. 2022.

OLIVEIRA, Camila De. **Anúncio Grátis, Clássico e Premium do Mercado Livre: saiba tudo.** Olist Blog. Disponível em: <<https://olist.com/blog/pt/como-vender-mais/em-marketplaces/anuncios-mercado-livre/>>. Acesso em: 22 out. 2022.

QUARESMA, Giovanna. **4 MOTIVOS pelos quais você deve INVESTIR EM MARKETPLACE.** Iset.com.br. Disponível em: <https://www.iset.com.br/blog/motivos_investir_marketplace/>. Acesso em: 14 jun. 2022.

REDAÇÃO HOMEWORK. **Marketplaces estão mudando a cara do e-commerce no Brasil.** Terra. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/dinheiro-em-dia/marketplaces-estao-mudando-a-cara-do-e-commerce-no-brasil,2fdc36241c7c3c9fbf57cf44540484c9ln8ul9lx.html>>. Acesso em: 09 nov. 2022.

RODRIGUES, Gessinária; ESPANHOL, Cintia. **Comportamento do consumidor online: fatores que influenciam na decisão de compra.** 2021. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo: Bacharelado em Administração. Disponível em: <<https://repositorio.ifes.edu.br/bitstream/handle/123456789/776/TCC%20-%20COMPORTAMENTO%20DO%20CONSUMIDOR%20ON-LINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 3 mai. 2022

SANTOS, Lucas Vinicius. **Shopee expande no Brasil e chega a 6 centros de distribuição.** Tecmundo.com.br. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/241354-shopee-expande-brasil-chega-6-centros-distribuicao.htm>>. Acesso em: 13 ago. 2022.

Sebrae. **Aprenda a identificar seus concorrentes.** Sebrae.com.br. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/aprenda-como-identificar->

seus-concorrentes,bf8b4cd7eb34f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 22 out. 2022.

Sebrae. **Marketing Digital: empresas apostam cada vez mais na estratégia.** SEBRAE, 2022. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/marketing-digital-empresas-apostam-cada-vez-mais-na-estrategia,4a85103e3b88f710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=O%20Marketing%20Digital%20est%C3%A1%20dominando,companhias%20em%20suas%20a%C3%A7%C3%B5es%20digitais>> Acesso em: 30 out. 2022.

SILVA, Janaína Tenório Trancoso Tavares da. **MARKETPLACE: A grande salvação das lojas virtuais.** ANO. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-graduação Lato Sensu em Marketing Digital) - Centro Universitário de Brasília (Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento – ICPD); Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/12300/1/51500417.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Kit 6 Peças Edredom Oliveira + Jogo De Lençol Queen Padrão.** Disponível em: <https://shopee.com.br/Kit-6-Pe%C3%A7as-Edredom-Oliveira-Jogo-De-Len%C3%A7ol-Queen-Adr%C3%A3o-i.326771427.9039147798?sp_atk=fb68b740-f0a1-45d5-8140-9f06999804b3&xptdk=fb68b740-f0a1-45d5-8140-9f06999804b3>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Travesseiro Extra Firme Percal 180 Fios 100% Algodão 50x70cm Altenburg – Branco.** Disponível em: <https://shopee.com.br/Travesseiro-Extra-Firme-Percal-180-Fios-100-Algod%C3%A3o-50x70cm-Altenburg-Branco-i.328205807.15551059229?sp_atk=8095644b-40fe-4563-8ffd->

d79e6086b0fa&xptdk=8095644b-40fe-4563-8ffd-d79e6086b0fa>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Manta Para Sofá Extra Gigante Marrom Medalhão 3,50 X 2,80.**

Disponível em: <<https://shopee.com.br/Manta-Para-Sof%C3%A1-Extra-Gigante-Marrom-Medalh%C3%A3o-3-50-X-2-80->

[i.352634678.10454857422?sp_atk=bcda53c4-171b-4e45-8cee-](https://shopee.com.br/Manta-Para-Sof%C3%A1-Extra-Gigante-Marrom-Medalh%C3%A3o-3-50-X-2-80-i.352634678.10454857422?sp_atk=bcda53c4-171b-4e45-8cee-86613a2d237e&xptdk=bcda53c4-171b-4e45-8cee-86613a2d237e)

[86613a2d237e&xptdk=bcda53c4-171b-4e45-8cee-86613a2d237e](https://shopee.com.br/Manta-Para-Sof%C3%A1-Extra-Gigante-Marrom-Medalh%C3%A3o-3-50-X-2-80-i.352634678.10454857422?sp_atk=bcda53c4-171b-4e45-8cee-86613a2d237e&xptdk=bcda53c4-171b-4e45-8cee-86613a2d237e)>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Puff Baú Retangular Organizador Estofado c/ Pistão a Gás - Rosa Claro.**

Disponível em: <<https://shopee.com.br/Puff-Ba%C3%BA-Retangular-Organizador-Estofado-c-Pist%C3%A3o-a-G%C3%A1s-Rosa-Claro->

[i.504022535.11123590516?sp_atk=5e2f1edf-6e13-4495-8702-](https://shopee.com.br/Puff-Ba%C3%BA-Retangular-Organizador-Estofado-c-Pist%C3%A3o-a-G%C3%A1s-Rosa-Claro-i.504022535.11123590516?sp_atk=5e2f1edf-6e13-4495-8702-ccbfeee3a649&xptdk=5e2f1edf-6e13-4495-8702-ccbfeee3a649)

[ccbfeee3a649&xptdk=5e2f1edf-6e13-4495-8702-ccbfeee3a649](https://shopee.com.br/Puff-Ba%C3%BA-Retangular-Organizador-Estofado-c-Pist%C3%A3o-a-G%C3%A1s-Rosa-Claro-i.504022535.11123590516?sp_atk=5e2f1edf-6e13-4495-8702-ccbfeee3a649&xptdk=5e2f1edf-6e13-4495-8702-ccbfeee3a649)>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Toalha De Mesa Luxo 6 Lugares Jacquard Tecido Grosso 1,40m x 2,00m.**

Disponível em: <<https://shopee.com.br/Toalha-De-Mesa-Luxo-6-Lugares-Jacquard-Tecido-Grosso-1-40m-x-2-00m->

[i.660652243.11585804761?sp_atk=859036b7-6c99-44db-b731-](https://shopee.com.br/Toalha-De-Mesa-Luxo-6-Lugares-Jacquard-Tecido-Grosso-1-40m-x-2-00m-i.660652243.11585804761?sp_atk=859036b7-6c99-44db-b731-4e7e8f2cb023&xptdk=859036b7-6c99-44db-b731-4e7e8f2cb023)

[4e7e8f2cb023&xptdk=859036b7-6c99-44db-b731-4e7e8f2cb023](https://shopee.com.br/Toalha-De-Mesa-Luxo-6-Lugares-Jacquard-Tecido-Grosso-1-40m-x-2-00m-i.660652243.11585804761?sp_atk=859036b7-6c99-44db-b731-4e7e8f2cb023&xptdk=859036b7-6c99-44db-b731-4e7e8f2cb023)>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Pano De Prato Atoalhado Atacado Felpudo Kit Com 10 Peças.**

Disponível em: <[https://shopee.com.br/Pano-De-Prato-Atoalhado-Atacado-Felpudo-Kit-Com-10-Pe%C3%A7as-i.388739239.16117812990?sp_atk=d4032700-](https://shopee.com.br/Pano-De-Prato-Atoalhado-Atacado-Felpudo-Kit-Com-10-Pe%C3%A7as-i.388739239.16117812990?sp_atk=d4032700-f590-4626-9942-196d94a46448&xptdk=d4032700-f590-4626-9942-196d94a46448)

[f590-4626-9942-196d94a46448&xptdk=d4032700-f590-4626-9942-196d94a46448](https://shopee.com.br/Pano-De-Prato-Atoalhado-Atacado-Felpudo-Kit-Com-10-Pe%C3%A7as-i.388739239.16117812990?sp_atk=d4032700-f590-4626-9942-196d94a46448&xptdk=d4032700-f590-4626-9942-196d94a46448)>.

Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **tapete sala geométrico preto para quarto tapetes para sala varejo e atacado tapete quarto menina emborrachado.** Disponível em: <https://shopee.com.br/tapete-sala-geom%C3%A9trico-preto-para-quarto-tapetes-para-sala-varejo-e-atacado-tapete-quarto-menina-emborrachado-i.349608193.9454610912?sp_atk=f81aba20-3fe3-4601-9e8a-10fd2e24e62a&xptdk=f81aba20-3fe3-4601-9e8a-10fd2e24e62a>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Jogo Banho Kit Com 04 Peças 100% Algodão 02 Banho 02 Rosto - Dianneli Premium Com Barra Para Bordar.** Disponível em: <https://shopee.com.br/Jogo-Banho-Kit-Com-04-Pe%C3%A7as-100-Algod%C3%A3o-02-Banho-02-Rosto-Dianneli-Premium-Com-Barra-Para-Bordar-i.430637881.10100641739?sp_atk=9d998562-c376-4785-8be7-66a88e7a4abd&xptdk=9d998562-c376-4785-8be7-66a88e7a4abd>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Sofazinho Infantil mini Sofa Poltrona Menino e Menina Brinquedo.** Disponível em: <https://shopee.com.br/Sofazinho-Infantil-mini-Sofa-Poltrona-Menino-e-Menina-Brinquedo-i.369802635.11600382198?sp_atk=0fd705bd-be8c-4d63-a489-8adf92a62720&xptdk=0fd705bd-be8c-4d63-a489-8adf92a62720>. Acesso em: 22 out. 2022.

SHOPEE.COM.BR. **Jogo De Panela Alumínio 5 Pçs Preto Craqueado + Fervedor N12.** Disponível em: <https://shopee.com.br/Jogo-De-Panela-Alum%C3%ADnio-5-P%C3%A7s-Preto-Craqueado-Fervedor-N12-i.583326427.10168895717?sp_atk=9ca9dd93-2df7-44ee-85e9-563763dd1f7a&xptdk=9ca9dd93-2df7-44ee-85e9-563763dd1f7a>. Acesso em: 22 out. 2022.

TIDD, Joe; BESSANT, John. **Gestão da Inovação.** [tradução: Félix Nonnenmacher]. 5. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2015. 689 p. Disponível em: <

https://www.academia.edu/40626871/Tidd_Bessant_2015_Gesta_o_da_Inovac_a_o
>. Acesso em: 03 mai. 2022.

TORRES, Claudio. **A bíblia do marketing digital: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo, SP: Novatec Editora Ltda, 2009; Disponível em: <<https://sopublicando.com.br/loja/wp-content/uploads/2019/02/A-Biblia-do-Marketing-Digital-Claudio-Torres.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2022

UNIVERSIDADE MARKETPLACE. **Home**. [Universidademarketplaces.com.br](https://universidademarketplaces.com.br). Disponível em: <<https://pg.universidademarketplaces.com.br/home?s=shopee>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

UNIVERSIDADE MARKETPLACE. **Como funciona o frete na Shopee – Universidade Marketplaces**. [Universidademarketplaces.com.br](https://universidademarketplaces.com.br). Disponível em: <<https://universidademarketplaces.com.br/blog/como-funciona-o-frete-na-shopee/>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

UNIVERSIDADE MARKETPLACE. **Como vender na Shopee – Universidade Marketplaces**. [Universidademarketplaces.com.br](https://universidademarketplaces.com.br). Disponível em: <<https://universidademarketplaces.com.br/blog/como-vender-na-shopee/>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

UNIVERSIDADE MARKETPLACE. **Quanto custa vender na Shopee? – Universidade Marketplaces**. [Universidademarketplaces.com.br](https://universidademarketplaces.com.br). Disponível em: <<https://universidademarketplaces.com.br/blog/quanto-custa-vender-na-shopee/>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

UNIVERSIDADE MARKETPLACE. **Devo investir em vender na Shopee em 2022? – Universidade Marketplaces**. [Universidademarketplaces.com.br](https://universidademarketplaces.com.br). Disponível em:

<<https://universidademarketplaces.com.br/blog/devo-investir-em-vender-na-shopee-em-2022/>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

UNIVERSIDADE MARKETPLACE. **Como criar conta na Shopee – Universidade Marketplaces.** Universidademarketplaces.com.br. Disponível em: <<https://universidademarketplaces.com.br/blog/como-criar-conta-na-shopee/>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

VENDA NA AMAZON. **PMEs aumente suas vendas com a Amazon marketplace | Venda na Amazon.** Venda na Amazon. Disponível em: <<https://venda.amazon.com.br/venda/pequenos-e-medios-negocios>>. Acesso em: 8 out. 2022.

VENDA NA AMAZON. **Quanto custa vender na Amazon? | Venda na Amazon.** Amazon.com.br. Disponível em: <<https://venda.amazon.com.br/precos#fulfillment-fees>>. Acesso em: 16 out. 2022.

VENDA NA AMAZON. **Como vender na Amazon | Venda na Amazon.** Amazon.com.br. Disponível em: <<https://venda.amazon.com.br/venda>>. Acesso em: 22 out. 2022.

VIA VAREJO. **Artigo Lojista - Via | Marketplace.** Viavarejo.com.br. Disponível em: <<https://suportemarketplace.viavarejo.com.br/pt-BR/lojista/artigo/?kbid=KA-01071&title=O%20que%20%C3%A9%20uma%20Tabela%20de%20Conting%C3%Aancia?&cat=Gest%C3%A3o%20de%20frete>>. Acesso em: 11 ago. 2022.

VIA VAREJO. **Via Marketplace.** Via.com.br. Disponível em: <https://marketplace.via.com.br/?utm_source=gp_search&utm_medium=cpc&utm_campaign=search_marcas&utm_source=gp_search&utm_medium=cpc&utm_campaign=ex_sellers_marca&gclid=Cj0KCQjwqc6aBhC4ARIsAN06NmOzT5CDcgW93nYh_JB_ZFY1fgGngLIt5_plaDBNqtSjsrVAB63vDqsaAjclEALw_wcB>. Acesso em: 11 ago. 2022.

VIA VAREJO. **FAQ Detalhes da Categoria - Via | Marketplace.** Viavarejo.com.br. Disponível em: <<https://suportemarketplace.viavarejo.com.br/pt-BR/lojista/categoria/?id=CAT-01028>>. Acesso em: 11 ago. 2022.

APÊNDICE A – Perguntas das pesquisas de mercado

PESQUISA DE MERCADO – MARKETPLACE

Olá,
Tudo bem?

Essa pesquisa visa buscar qual a plataforma Marketplace mais usada pelas pessoas quando falamos de compras online.

Obrigada!

*Obrigatório

1. Faixa Etária *

Marcar apenas uma oval.

- 17 anos ou menos
- 18 a 28 anos *Pular para a pergunta 2*
- 29 a 38 anos *Pular para a pergunta 2*
- 39 a 48 anos *Pular para a pergunta 2*
- 49 a 59 anos *Pular para a pergunta 2*
- 60 anos ou mais *Pular para a pergunta 2*

2. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não informar
- Outro: _____

3. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)
- Outro: _____

4. Escolaridade *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Pós-Graduação

5. Ocupação *

Marcar apenas uma oval.

- Desempregado
- Estudante
- Estagiário
- Celetista - CLT
- Estatutário
- Autônomo
- Aposentado
- Outro: _____

6. Renda *

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 salários mínimo
- De 3 a 5 salários mínimos.
- De 6 a 9 salários mínimos.
- Acima de 9 salários mínimos.
- Prefiro não responder.

7. Qual a frequência que você realiza compras online? *

Marcar apenas uma oval.

- Pelo menos 1x por semana *Pular para a pergunta 8*
- Pelo menos 2x por semana *Pular para a pergunta 8*
- Pelo menos 1x por mês *Pular para a pergunta 8*
- Pelo menos 1x a cada dois mês *Pular para a pergunta 8*
- Pelo menos 1x a cada seis mês *Pular para a pergunta 8*
- Não realizo compras online

8. Meio preferido de método de pagamento? *

Marcar apenas uma oval.

- Cartão de Crédito
- Cartão de Débito
- Boleto
- Pix
- Transferência - TED
- Outro: _____

9. Quais sites você conhece? *

Marque todas que se aplicam.

- Americanas
- Submarino
- Amazon
- Mercado Livre
- Magazine Luiza
- Extra
- Shopee
- Não conheço nenhum

10. Quais você já usou? *

Marque todas que se aplicam.

- Americanas
- Submarino
- Amazon
- Mercado Livre
- Magazine Luiza
- Extra
- Shopee
- Nunca usei nenhum

11. Qual você prefere? *

Marque todas que se aplicam.

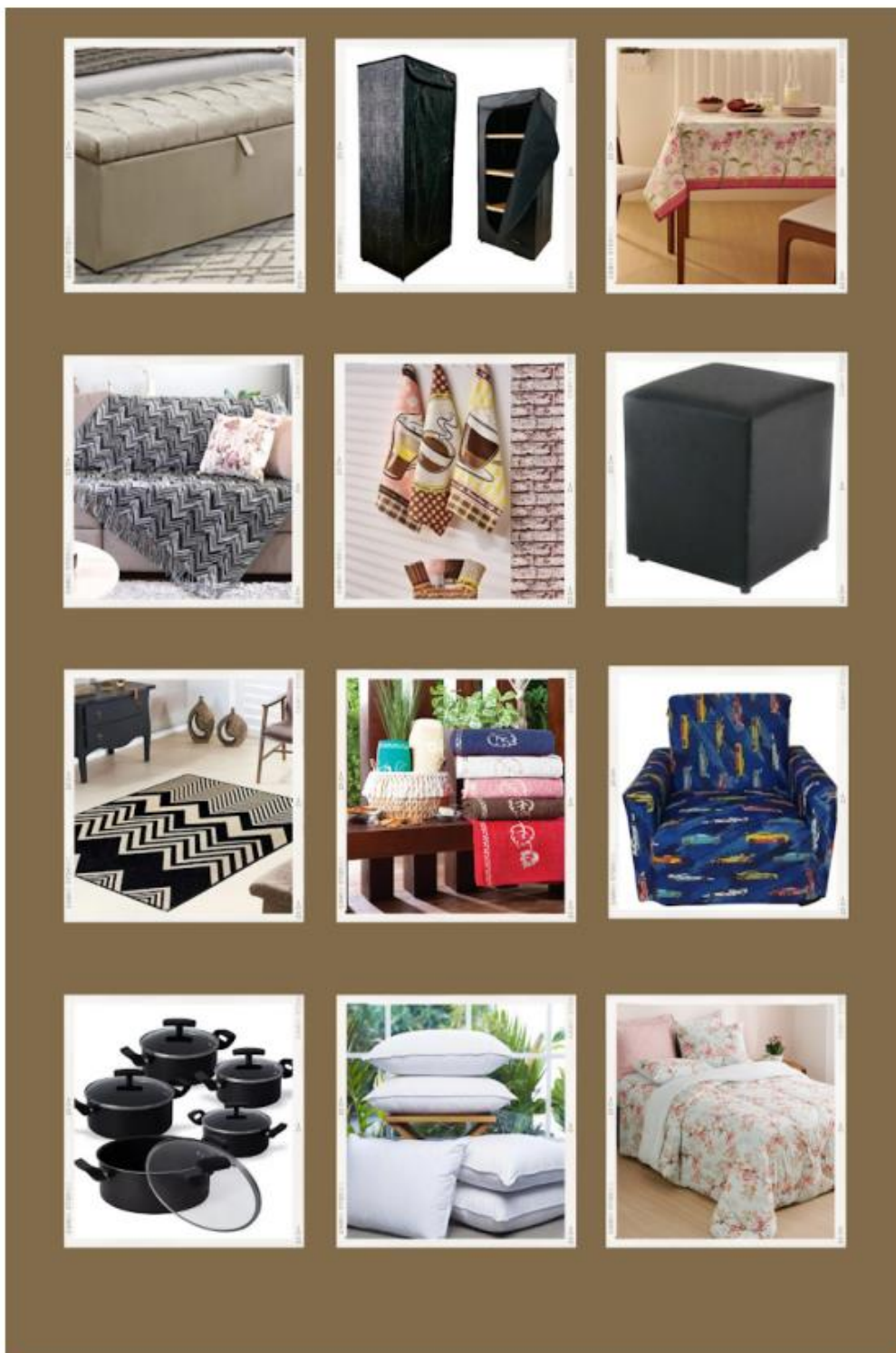
- Americanas
- Submarino
- Amazon
- Mercado Livre
- Magazine Luiza
- Extra
- Shopee
- Não prefiro nenhuma.

12. Em caso de ter uma plataforma preferida, quais os motivos? *

Marque todas que se aplicam.

- Preço
- Frete grátis ou barato.
- Entrega rápida.
- Programa de fidelidade
- Já possuo cadastro
- Segurança, acho uma plataforma segura.
- Recomendação de amigos ou familiares.
- Variedades de produtos.
- Outro: _____

13. Quais produtos abaixo você consideraria comprar em uma plataforma Marketplace? *



Marque todas que se aplicam.

Baú

- Sapateira
- Toalha de Mesa
- Manta para sofá
- Pano de prato
- Puff
- Tapete
- Jogo de toalha de banho
- Poltrona Infantil
- Jogo de Panela
- Travesseiro
- Jogo de Cama - Lençol | Fronha | Edredom
- Não compraria nenhum desses produtos.

Fonte: Elaboração própria, 2022.

APÊNDICE B – Orçamento fotógrafo

PRODUTOS	QUANTIDADE DE FOTOS	PREÇO POR CADA FOTO (R\$ 9,00 REIAS POR FOTO)	QUANTIDADE DE VÍDEO POR PRODUTO	PREÇO POR CADA VÍDEO (R\$ 15,00 REIAS POR VÍDEO)
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	4	R\$ 36,00	1	R\$ 15,00
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Jogo Panela Polida 5 peças	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	2	R\$ 18,00	1	R\$ 15,00
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	2	R\$ 18,00	1	R\$ 15,00
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	2	R\$ 18,00	1	R\$ 15,00
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	2	R\$ 18,00	1	R\$ 15,00
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	2	R\$ 18,00	1	R\$ 15,00
Poltona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Puff Corino 40 cm x 40 cm	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	4	R\$ 36,00	1	R\$ 15,00
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	4	R\$ 36,00	1	R\$ 15,00
Tapete de Pelo Cortex 1,00 x 1,50	2	R\$ 18,00	1	R\$ 15,00
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada 4 cadeiras	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliéster	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Travessero 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	3	R\$ 27,00	1	R\$ 15,00
Total		R\$ 432,00		R\$ 255,00
ORÇAMENTO TOTAL: R\$ 687,00				

Fonte: Elaboração própria, 2022.

APÊNDICE C – Custo de embalagem

EMBALAGEM	QUANTIDADE	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO TOTAL
Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb Xxg 60x90cm	75	R\$ 2,91	R\$ 218,25
Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb M 30x41cm	200	R\$ 0,85	R\$ 170,00
Envelopes De Segurança Mercado Livre S/awb G 50x40cm	200	R\$ 1,33	R\$ 266,50
Rolos De Fita Adesiva Transp. Mercado Livre 48 Mmx100 Mt	18	R\$ 13,06	R\$ 235,00
Plástico Bolha - Bobina 65 Cm X 100 Metros 25 Micras	3	R\$ 40,00	R\$ 120,00
Papel Semi Craft Pardo Rolo Bobina 90cm 3kg Embalagem Caixa	5	R\$ 33,41	R\$ 167,05

Fonte: Elaboração própria, 2022.

APÊNDICE D – Tabela anúncio clássico Mercado Livre

PLANO CLÁSSICO MERCADO LIVRE										
DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS	CUSTO	PREÇO DE VENDA	PORCENTAGEM DE TARIFA DE VENDA	CUSTO DE VENDA PARA PRODUTOS COM ANÚNCIOS INFERIOR A R\$ 79	TARIFA DE VENDA	CUSTO DE EMBALAGEM	CUSTO DO ENVIO	CUSTO DA PLATAFORMA ESTIMADO	VALOR RECEBIDO POR VENDA	LUCRO / PREJUÍZO
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	R\$ 57,00	R\$ 179,90	11,50%		R\$ 20,69	R\$ 12,50	R\$ 43,14	R\$ 76,33	R\$ 103,57	R\$ 46,57
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	R\$ 43,00	R\$ 130,00	11,50%		R\$ 14,95	R\$ 1,33	R\$ 30,32	R\$ 46,60	R\$ 83,40	R\$ 40,40
Jogo Panela Polida 5 peças	R\$ 89,00	R\$ 220,00	11,50%		R\$ 25,30	R\$ 12,50	R\$ 43,14	R\$ 80,94	R\$ 139,06	R\$ 50,06
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	R\$ 54,00	R\$ 140,00	11,50%		R\$ 16,10	R\$ 1,33	R\$ 28,74	R\$ 46,17	R\$ 93,83	R\$ 39,83
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	R\$ 45,00	R\$ 120,00	11,50%		R\$ 13,80	R\$ 1,33	R\$ 28,74	R\$ 43,87	R\$ 76,13	R\$ 31,13
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	R\$ 36,00	R\$ 120,00	11,50%		R\$ 13,80	R\$ 1,33	R\$ 38,90	R\$ 54,03	R\$ 65,97	R\$ 29,97
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	R\$ 28,00	R\$ 100,00	11,50%		R\$ 11,50	R\$ 1,33	R\$ 38,90	R\$ 51,73	R\$ 48,27	R\$ 20,27
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	R\$ 36,00	R\$ 62,00	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 12,13	R\$ 0,85	a cargo do comprador	R\$ 17,98	R\$ 44,02	R\$ 8,02
Poltona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	R\$ 27,00	R\$ 70,00	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 13,05	R\$ 5,00	a cargo de vendedor	R\$ 23,05	R\$ 46,95	R\$ 19,95
Puff Corino 40 cm x 40 cm	R\$ 14,00	R\$ 39,00	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 9,49	R\$ 5,00	a cargo do comprador	R\$ 19,49	R\$ 19,52	R\$ 5,52
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	R\$ 50,00	R\$ 98,90	11,50%		R\$ 11,37	R\$ 10,00	a cargo de vendedor	R\$ 21,37	R\$ 77,53	R\$ 27,53
Sapateira Corino 1,08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	R\$ 38,00	R\$ 79,90	11,50%		R\$ 9,19	R\$ 10,00	a cargo de vendedor	R\$ 19,19	R\$ 60,71	R\$ 22,71
Tapete de Pelo Cortex 1,00 x 1,50	R\$ 35,00	R\$ 120,00	11,50%		R\$ 13,80	R\$ 2,91	R\$ 43,14	R\$ 59,85	R\$ 60,15	R\$ 25,15
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada 4 cadeiras	R\$ 17,00	R\$ 40,00	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 9,60	R\$ 0,85	a cargo do comprador	R\$ 15,45	R\$ 24,55	R\$ 7,55
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	R\$ 9,00	R\$ 30,00	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 8,45	R\$ 2,91	a cargo do comprador	R\$ 16,36	R\$ 13,64	R\$ 4,64
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliéster	R\$ 16,90	R\$ 34,90	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 9,01	R\$ 2,91	a cargo do comprador	R\$ 16,92	R\$ 17,98	R\$ 1,08
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	R\$ 15,00	R\$ 54,90	11,50%	R\$ 5,00	R\$ 11,31	R\$ 2,91	a cargo do comprador	R\$ 19,22	R\$ 35,68	R\$ 20,68

Fonte: Elaboração própria, 2022.

APÊNDICE E – Tabela anúncio premium Mercado Livre

PLANO PREMIUM MERCADO LIVRE											
DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS	CUSTO	PREÇO DE VENDA	PORCENTAGEM M DE TARIFA	CUSTO DE VENDA	TARIFA DE VENDA	CUSTO DO ENVIO	CUSTO ESTIMADO	VALOR RECEBIDO	NÚMERO DE	LUCRO / PREJUÍZO	
Puff/baú 90 cm x 40 cm Suede	R\$ 57,00	R\$ 179,90	16,5%		R\$ 29,68	R\$ 12,50	R\$ 43,14	R\$ 85,32	R\$ 94,58	6	R\$ 37,58
Jogo de Cama Athenas Casal Duplo 400 fios 2m x 2,5m 4 peças	R\$ 43,00	R\$ 130,00	16,5%		R\$ 21,45	R\$ 1,33	R\$ 30,32	R\$ 53,10	R\$ 76,90	6	R\$ 33,90
Jogo Panela Polida 5 peças	R\$ 89,00	R\$ 220,00	16,5%		R\$ 36,30	R\$ 12,50	R\$ 43,14	R\$ 91,94	R\$ 128,06	6	R\$ 39,06
Jogo de Toalha de Banho 3 peças 100% Algodão	R\$ 54,00	R\$ 140,00	16,5%		R\$ 23,10	R\$ 1,33	R\$ 28,74	R\$ 53,17	R\$ 86,83	6	R\$ 32,83
Jogo de Toalha de Banho Felpuda Estampada 3 peças	R\$ 45,00	R\$ 120,00	16,5%		R\$ 19,80	R\$ 1,33	R\$ 28,74	R\$ 49,87	R\$ 70,13	6	R\$ 25,13
Manta para Sofá 1,50 x 2,00	R\$ 36,00	R\$ 120,00	16,5%		R\$ 19,80	R\$ 1,33	R\$ 38,90	R\$ 60,03	R\$ 59,97	6	R\$ 23,97
Manta para Sofá 1,50 x 1,50	R\$ 28,00	R\$ 100,00	16,5%		R\$ 16,50	R\$ 1,33	R\$ 38,90	R\$ 56,73	R\$ 43,27	6	R\$ 15,27
Jogo de Pano de Prato 100% Algodão 6 unidades	R\$ 36,00	R\$ 62,00	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 15,23	R\$ 0,85	a cargo do comprador	R\$ 21,08	R\$ 40,92	6	R\$ 4,92
Poltona Infantil Corino Estampada 0,45 alt x 0,46 larg	R\$ 27,00	R\$ 70,00	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 16,55	R\$ 5,00	a cargo de vendedor	R\$ 26,55	R\$ 43,45	6	R\$ 16,45
Puff Corino 40 cm x 40 cm	R\$ 14,00	R\$ 39,00	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 11,44	R\$ 5,00	a cargo do comprador	R\$ 21,44	R\$ 17,57	6	R\$ 3,57
Sapateira Courino 1,08 alt x 0,77 larg 4 prateleiras	R\$ 50,00	R\$ 98,90	16,5%		R\$ 16,32	R\$ 10,00	a cargo de vendedor	R\$ 26,32	R\$ 72,58	6	R\$ 22,58
Sapateira Corino 1.08 alt x 0,62 larg 4 prateleiras	R\$ 38,00	R\$ 79,90	16,5%		R\$ 13,18	R\$ 10,00	a cargo de vendedor	R\$ 23,18	R\$ 56,72	6	R\$ 18,72
Tapete de Pelo Corttex 1,00 x 1,50	R\$ 35,00	R\$ 120,00	16,5%		R\$ 19,80	R\$ 2,91	R\$ 43,14	R\$ 65,85	R\$ 54,15	6	R\$ 19,15
Toalha de Mesa 1,40 x 140 Estampada 4 cadeiras	R\$ 17,00	R\$ 40,00	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 11,60	R\$ 0,85	a cargo do comprador	R\$ 12,45	R\$ 27,55	6	R\$ 10,55
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento de Tecido Desfibrado	R\$ 9,00	R\$ 30,00	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 9,95	R\$ 2,91	a cargo do comprador	R\$ 12,86	R\$ 17,14	4	R\$ 8,14
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento 100% Poliester	R\$ 16,90	R\$ 34,90	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 10,76	R\$ 2,91	a cargo do comprador	R\$ 13,67	R\$ 21,23	4	R\$ 4,33
Travesseiro 70 cm x 50 cm Enchimento Fibra Siliconada	R\$ 15,00	R\$ 54,90	16,5%	R\$ 5,00	R\$ 14,06	R\$ 2,91	a cargo do comprador	R\$ 16,97	R\$ 37,93	6	R\$ 22,93

Fonte: Elaboração própria, 2022.