

UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS

NÚCLEO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

FACULDADE DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS

CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

Amauri Guida Bittencourt  
Vanderlei Paulo Nora  
Layane Novais de Almeida Fernandes

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Vidigal

Santos

2020

**SUMÁRIO**

1. Introdução ...........................................................................................................03

2. Nome da Empresa ..............................................................................................03

3. Legislação e Tributos:..........................................................................................03

4. Segurança Jurídica:.............................................................................................04

5. Planejamento:......................................................................................................04

6. Loja virtual:...........................................................................................................05

7. Vendas:................................................................................................................06

8. Atendimento ao cliente, Marketing e divulgação:................................................07

9. Marketplace - Parcerias:......................................................................................07

10. Estratégias de pagamento:...............................................................................08

11. Logística:...........................................................................................................09

12. Referências:......................................................................................................10

**1 - Introdução:**

O comércio eletrônico tem sido uma modalidade de venda mais comum na atualidade. Muitos internautas tem buscado agilidade; melhores preços; opções variadas de produtos; conforto. Enfim, tem buscado na tecnologia um aliado na hora de realizar suas compras. Baseado nessa análise, três empresários criaram a loja virtual de calçados "Personalize Calçados", que visa oferecer calçados de qualidade, com preços menores, produtos diversificados, com foco em numerações especiais.

Existem grandes desafios a serem superados pelos administradores da empresa, por ser uma EPP, competir com as grandes empresas e com a grande quantidade de concorrentes no mesmo segmento. O objetivo é tornar essas empresas aliadas, buscando parcerias e marketplace.

**2 - Nome da Empresa:**

Personalize Calçados.

**3 - Legislação e Tributos:**

Visando garantir a segurança do nosso negócio e transmitir credibilidade aos nossos clientes, buscamos nos formalizar. Foi feita uma pesquisa para definição do nome da empresa, após isso foi elaborado um Contrato Social, definindo assim a participação de cada um dos três sócios na empresa: Interesse; Objetivos; Distribuição das cotas societárias; Regras de conduta e Gestão do Negócio. Fizemos o Registro na Junta Comercial, onde foi gerado o NIRE da empresa. Contratamos um contador que ficou responsável por fazer o Cadastro da Empresa na Receita federal e a Inscrição Estadual. Portanto a empresa já tinha CNPJ e Inscrição Estadual, a partir daí, buscamos os Alvarás e Licenças de funcionamento. Por fim, fizemos o Cadastro na Previdência Social.

As Tributações para o e-commerce e as lojas físicas não há diferença. Será pago pela empresa o ICMS em vendas para pessoas físicas ou Jurídicas, de acordo com legislação em vigor, a alíquota é definida pelo nosso Estado de Minas Gerais, onde é sediada a nossa empresa. Os impostos que farão parte das obrigações da empresa são: ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços); IRPJ (Imposto sobre a Renda das Pessoas Jurídicas); COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social); PIS (Programa de Integração Social); CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido); IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados).

**4 - Segurança Jurídica:**

A empresa está apta a funcionar, seguimos todas as regras da legislação em Vigor para sua regularidade, o próximo passo foi estabelecer as diretrizes seguindo as regras do código de defesa do Consumidor (CDC) que no seu artigo 49 que garante os direitos de milhares dos consumidores, na qual, elaboramos as diretrizes a fim de seguir essas regras e não haver prejuízos a nenhuma das partes. Foi seguido também o que define o Decreto Federal 7962/2013 que traz segurança aos consumidores e credibilidade a nossa empresa, quais são: 1) Disponibilizar em suas páginas canais de comunicação e serviços de pós-venda e de gerenciamento de entrega de mercadorias; 2) Informar em seus sites endereço físico e outras formas de contato; 3) Identificar e discriminar do valor do produto quaisquer taxas adicionais de serviços como, por exemplo, taxas de entrega; 4) Apresentar descrição completa e detalhada dos produtos; 5) Garantir o direito de arrependimento do consumidor em um prazo de sete dias úteis, como previsto no Código de Defesa do Consumidor; 6) Informar corretamente os dados sobre o produto – quem informar incorretamente estes dados, deverá ressarcir o cliente, devolvendo todo o dinheiro investido na mercadoria.

**5 - Planejamento:**

Vamos iniciar nossa empresa como EPP, apenas com os três sócios trabalhando em todas frentes em horário comercial, inicialmente; nossa sede será bem simples, num salão com 40m2, propriedade de um dos sócios, sem custo para iniciar a empresa; definir bem a função e responsabilidades de cada sócio e as frentes de trabalho; contratar serviços de telefonia e internet de alta qualidade, além de instalar bons computadores para melhor gerir, administrar e atender a clientela. Já possuímos o mobiliário para iniciar o escritório e pequeno estoque, com mesas, prateleiras e bancada para separar e embalar devidamente cada produto.

Recebimentos via cartão de crédito, Pagseguro, Boleto bancário e depósito em Conta Corrente; os Correios como meio de envio principal, podendo ser utilizado transportadoras para casos específicos, vamos avaliar contratos e parcerias, pois a entrega é primordial.

Buscar fornecedores, distribuidores, importadores e fabricantes, iniciando parcerias saudáveis e duradouras, com ótima entrega e grandes estoques para suprir nosso negócio. Estudar o comércio local e online, para melhor focar nossas vendas, com pouca variação inicialmente, modelos bem específicos e administrando bem as facilidades ou dificuldades comerciais.

Oferecer calçados de qualidade, com preços promocionais, produtos diversificados, com foco em numerações especiais.

Cadastrar e criar nossa loja online, no Webnode, construir uma ótima loja virtual que atenda nossa demanda inicial, com baixos custos.

Criar nosso atendimento ao cliente, com respostas personalizadas, através de e-mail profissional, WhatsApp empresarial; trabalhar os canais de audiência e toda mídia nas redes sociais, além de participar ativamente do Google para aparecer bem nas pesquisas.

Nosso lema é crescer, evoluir e perpetuar no mercado, sempre buscando qualidade máxima com respeito ao meio ambiente.

**6 - Loja virtual:**

Vamos utilizar o Webnode, na versão básica gratuita, sem gastos para criação ou manutenção.

O Site Webnode fornece um tutorial em vídeo + Texto para montagem da loja com passo a passo:

1. Introdução;

2. Como se cadastrar;

3. Adicionar textos e fotos;

4. Personalizar páginas do site;

5. Criar botões;

6. Carregar vídeos do YouTube ou Vimeo;

7. Fazer galeria de fotos;

8. Alterar menu do website;

9. Criar links no site;

10. Inserir mapa;

11. Implementar widgets externos;

12. Acessar editor;

13. Contato com o suporte;

A Loja foi criada com sucesso em cada detalhe;

Endereço da loja virtual: <https://personalize-calcados.webnode.com>

Endereço de e-mail: personalize@gmail.com

WhatsApp: (011) 99875-3000.

**7 - Vendas:**

Inicialmente iremos focar em poucos produtos, comprar de 8 a 10 modelos, garantir disponibilidades de grades de tamanhos, cores variadas, para dar mais opções de escolha. No site os produtos serão descritos de maneira direta, para facilitar a localização na hora da busca, serão inseridas as descrições completas de cada um deles, além de várias imagens para que o consumidor verifique cada detalhe do produto antes da compra.

Criaremos um marketing direcionado ao produto, focando na divulgação em várias mídias digitais. Visando rentabilidade e qualidade dos nossos serviços, buscamos fornecedores que garantam maior rapidez de entrega e, faremos parceria com uma empresa de logística responsável e com boa reputação, para que nossas vendas cheguem no prazo a cada consumidor. Firmar parcerias junto a fornecedores para promoções de itens de lançamento. A variedade vem após as primeiras vendas e aceitação do público. Interagir com o cliente, com feedbacks do tipo: encontrou o que procurou? O que você está buscando?

Importante manter alguns produtos em promoção, queima de estoques, Black Friday,com preços mais acessíveis e facilidade nos pagamentos, assim as vendas terão um ritmo melhor, divulgando nossa marca.

**8 - Atendimento ao cliente, Marketing e divulgação:**

Os canais de audiência são a parte mais importante do negócio, pois é aí que vamos impactar os clientes. Colocar conteúdo relevante para a Loja, engajar pessoas e construir um relacionamento. Eventualmente, publicar ofertas e vender. Criar o Instagram, a "fanpage" no Facebook, começar a produzir conteúdo e gerar engajamento e aumentando progressivamente a base de fãs.

Vamos construir respostas personalizadas por e-mail, criar listas de transmissão em um WhatsApp empresarial, se relacionar com clientes e com prospectos. Criar um script para o WhatsApp, responder todas as mensagens no Instagram e no Facebook. Na loja virtual, criar um chat online e divulgar nas páginas. Criar um Blog sobre nossa loja, demonstrando experiências e novos produtos, conteúdos variados que divulgue e interaja com o público. Utilizar apps para ficar online no celular, em todas mídias, com isso rodamos 24 horas por dia, começaremos naturalmente a vender.

Impulsionar nossa loja virtual, divulgando nosso site, através de links patrocinados nas redes sociais, investindo R$150,00 no Facebook e R$80,00 no Instagram. Google é ferramenta primordial atualmente, então vamos ter que investir R$200,00 ao mês para sair na frente em pesquisas de calçados.

**9 -** **Marketplace - Parcerias:**

Grande tendência no mercado digital é o marketplace, uma modalidade que cresceu muito nos últimos anos e será grande aliada nas vendas da nossa empresa, o marketplace traz grandes vantagens ao e-commerce, desde ganho de visibilidade, confiança, baixo investimento, aumento das vendas e consequentemente dos lucros da empresa.

Foi elaborada uma estratégia de parceria para a Personalize Calçados, na qual, faremos inicialmente com o Mercado Livre, logo, serão elaborados relatórios das vendas e do crescimento da empresa, para que assim possamos aumentar o estoque de acordo com a demanda, caso necessário, contrataremos novos colaboradores para área de relacionamento com o cliente. Após alguns meses faremos com parceria com a B2W Companhia digital (Americanas, Submarino, Shoptime e Sou Barato). Queremos em 2 anos ampliar a empresa e fechar grandes parcerias, com fornecedores, logística e empresas.

As novidades, lançamentos e produtos especiais, ficarão sempre em nosso e-commerce, vamos direcionar ao marketplace os produtos com alto giro, margens menores, que geram fluxo de caixa e maior audiência para nosso negócio.

Vindi (2018) O processo para começar a vender em marketplaces, resumidamente, funciona assim: O Marketplace e a loja fecham o acordo e o lojista recebe sinal verde para vender; O lojista enriquece os produtos e os disponibiliza para venda; Consumidor efetua a compra no Marketplace; Lojista recebe o pedido e realiza a entrega; Consumidor recebe o produto do lojista; Marketplace liberar o pagamento ao lojista já descontando a comissão cobrada por venda.

**10 - Estratégias de pagamento:**

Como opções de pagamento, vamos disponibilizar: Cartão de crédito, boleto bancário e pagamentos através do Pix, método de pagamento desenvolvido pelo Banco Central, possibilita que transações ocorram em menos de 2,5 segundos, 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Para integração e intermediação de pagamento, utilizaremos plataformas que fazem a ponte, entre o cliente, vendedor e as instituições financeiras. PagSeguro, PayPal e Mercado Pago, como intermediadores. Optaremos por esse serviço, pela sua simplicidade operacional.

Para nós, que estamos começando as vendas pela internet temos conhecimento que teremos as seguintes vantagens: antifraude integrado, praticidade e, desvantagens: taxa um pouco maior em relação às outra opções disponíveis no mercado.

O Chargeback: Acontece quando o cliente pede reembolso ou (estorno) após a autorização de uma compra realizada no cartão de crédito ou débito. Esse recurso existe para evitar que o consumidor seja prejudicado por uma compra que não reconhece. Mas também existe quem use o chargeback de maneira fraudulenta, ou seja, com a intenção de não pagar por algum produto. Por isso, é essencial contratar um serviço antifraude que faça a análise de riscos dos seus pedidos.  Motivo pelo qual, também adotaremos o serviço dos intermediadores de pagamentos, pois eles já possuem essas funcionalidades e protegem o lojista contra eventuais golpes.

**11 - Logística:**

O cliente, querendo economizar com o frete, pode optar por retirar o que comprou no próprio estabelecimento físico, estamos preparados. Para entregas num raio de 20 quilômetros, utilizaremos veículo próprio.

Transportadoras terceirizadas serão utilizadas para pedidos maiores, veículos de pequeno e médio porte, que fazem entregas proporcionais ao volume dos produtos que foram comercializados.

Os Correios serão nosso carro chefe, com atendimento em todo território nacional, oferece o acompanhamento das entregas em tempo real, tanto para nossa empresa quanto para o cliente. Com valores acessíveis que se encaixam em nossos produtos, basicamente de pequenos volumes e peso reduzido.

Araújo (2020) Não importa quão grande ou pequena a empresa seja, precisa ter uma estratégia de distribuição bem-sucedida. Seus canais de distribuição são a maneira como entrega seus produtos aos clientes. E isso, por si só, deveria ser suficiente para firmar a ideia de que a melhoria contínua neste processo é fundamental.

Personalize Calçados – Loja Virtual

28/11/2020

**12 - Referências:**

CASTANHO, Igor. Quais documentos são necessários para abrir uma loja virtual? 2017. Disponível em: <https://www.profissionaldeecommerce.com.br/documentos-necessarios-para-abrir-uma-loja-virtual/>. Acesso em: 13 set. 2020;

VALLE, Alberto. Tributação no comércio eletrônico. 2014. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/tributacao-comercio-eletronico>. Acesso em: 13 set. 2020.

NOVAS regras para o comércio eletrônico e sites de compra coletiva. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br](https://www.sebrae.com.br/). Acesso em: 13 set. 2020.

[https://www.webnode.com.br/meus-projetos/personalize-calcados/](https://www.webnode.com.br/meus-projetos/personalise-calcados/). Acesso em 16 out. 2020.

VENDER na internet: conheça 10 dicas de sucesso: Da acessibilidade do site à entrega acertada, confira o que fazer - e o que não fazer - para obter sucesso no comércio online. Da acessibilidade do site à entrega acertada, confira o que fazer - e o que não fazer - para obter sucesso no comércio online. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dez-dicas-de-sucesso-para-vender-na-internet>. Acesso em: 16 out. 2020.

SPONCHIADO, Ricardo. 7 vantagens de vender em um marketplace. 2015. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/7-vantagens-de-vender-em-um-marketplace/>. Acesso em: 23 nov. 2020.

VINDI, Redação. Como vender em Marketplace e conseguir lucrar ainda mais? 2018. Disponível em: <https://blog.vindi.com.br/como-vender-em-marketplace-e-lucrar-mais/>. Acesso em: 23 nov. 2020.MELHOR ENVIO.

Meios de pagamento para e-commerce, como escolher os seus? Disponível em:  <https://blog.melhorenvio.com.br/meios-de-pagamento-para-e-commerce/> acesso em 24 nov. 2020 Referência: PAG/BRASIL.

Métodos de Pagamentos: Disponível em:<https://www.pagbrasil.com/pt-br/metodos-de-pagamento/> Acesso em: 24 nov. 2020.

SAMPAIO, Daniel. **O que é E-commerce? Tudo o que você precisa saber para ter uma loja virtual de sucesso!** Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/e-commerce-guia/. Acesso em: 24 nov. 2020

SEBRAE. **Descubra como uma boa logística pode impactar o seu e-commerce**. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/logistica-no-e-commerce-entregar-o-produto-no-prazo-e-fundamenta. Acesso em: 24 nov. 2020.

TOTVS, Equipe. **Estratégia de distribuição: como definir o caminho até o consumidor?** Disponível em: https://www.totvs.com/blog/gestao-varejista/estrategia-de-distribuicao/. Acesso em: 24 nov. 2020.

CORP, Tray. **Sistema integrado de estoque: veja como fazer e as ferramentas ideais**. Disponível em: https://www.traycorp.com.br/conteudo/sistema-integrado-de-estoque/. Acesso em: 24 nov. 2020.

ARAÚJO, Bruno**. 6 FORMAS DE MELHORAR SEUS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**. Disponível em: https://maximatech.com.br/canais-de-distribuicao/. Acesso em: 24 nov. 2020.

<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482002000100005>. Acesso em: 24 nov. 2020.