**Marketplace de produtos veganos voltado aos microempreendedores**

1. Quem usaria seu sistema?

Nosso sistema tem por público-alvo duas frentes de clientela:

* Microempreendedores de produtos veganos (Clientes diretos)
* Público vegano (Clientes indiretos)

1. Como rentabilizar seu App?

Tendo em vista que a estratégia de negócio da empresa será voltada para o B2B, a rentabilidade do App seria garantida pela venda/aluguel do espaço no site aos microempreendedores de produtos veganos.

1. Onde está o problema?

O problema consiste na pouca visibilidade por parte dos microempreendedores veganos para divulgação de seus produtos.

Assim, espera-se que com nossa plataforma eles tenham maior abertura ao mercado.

A[**conquista de clientes**](https://dcomercio.com.br/categoria/gestao/ao-contratar-pmes-preferem-competencias-comportamentais)ainda é a principal dificuldade encontrada no dia a dia pelos donos de pequenos negócios no Brasil, assim como uma das razões mais apontadas como causa para o encerramento de suas atividades. É o que indica a pesquisa feita pelo Sebrae envolvendo mais de 10 mil empreendedores de todo o país.

A pesquisa teve como objetivo levantar o perfil dos empresários donos de microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). O trabalho identificou que para 24% dos [**empreendedores**](https://dcomercio.com.br/categoria/gestao/ao-contratar-pmes-preferem-competencias-comportamentais), conquistar clientes e vender mais é uma das maiores dificuldades para quem decide abrir o próprio negócio.

Entre outras dificuldades identificadas pela pesquisa, apareceram a mão de obra, inadimplência, problemas para conseguir crédito e controlar ou gerenciar o dinheiro da empresa.

Mais da metade das pessoas ouvidas (52%) admitiram que necessitam de uma maior capacitação na área de controle e gestão financeira, enquanto 47% afirmam que precisam de qualificação na área de propaganda e marketing e 44% enfrentam ainda dificuldade com a gestão das redes sociais da empresa.

**NÚMEROS DA PESQUISA**

**24% avaliam a dificuldade de conquistar a clientela como maior desafio**17% reclamam da carga tributária  
52% desejam maior qualificação nas áreas de controle e gestão financeira  
**44% ainda não sabem usar as redes sociais**  
31% já deixaram de pagar algum tipo de imposto  
31% já buscaram e conseguiram empréstimo  
18% começaram a empreender por necessidade  
50% estão no negócio por ter tido conhecimento ou experiência

 Por [**Agência Sebrae**](https://dcomercio.com.br/colunista/agencia-sebrae) 14 de Outubro de 2019 às 12:48

  | Informações do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena empresa

1. Quem sofre com esse problema?

Este problema, além de atingir as pequenas marcas e produtores que não conseguem alavancar suas vendas, atinge também o público vegano em geral (clientes de nossos clientes), visto que estes encontram produtos e marcas limitadas, com preços elevados e distribuição restrita

1. Este problema tende a aumentar ou diminuir?

O impacto da crise da covid 19 sobre a economia é gigantesco e nefasto, com consequências desastrosas. De todas as empresas que fecharam suas portas esse ano em todo o país, em um total de 1,3 milhão de negócios, 40% o fizeram por conta da pandemia. Isso significa que quatro em dez empresas que encerraram suas atividades não suportaram os efeitos da quarentena. Mas como o marketplace ajudou os lojistas?

Não se discute o impacto terrível que a crise trouxe para o comércio em geral. Mas no fim do túnel havia uma luz, e quem soube utilizá-la não engordou essa estatística e, em muitos casos, até aumentou seu faturamento. Trata-se das vendas online, que cresceram em maior 137,35% se comparadas ao mesmo mês do ano anterior, segundo o Comitê de Métricas da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico.

**A importância do marketplace no e-commerce diante da crise econômica** foi absolutamente relevante, fazendo a diferença para um sem número de pequenos negócios, que, assim, tiveram acesso às vendas online. Lojistas de todo o Brasil encontraram no **marketplace**soluções para enfrentar a crise.

As pequenas lojas que aderiram a algum **marketplace** tiveram acesso a um enorme público consumidor em potencial e isso significou vendas, muitas vendas. É importante ressaltar que o próprio mercado se movimentou para acolher esses pequenos negócios.

<https://www.imediacomunicacao.com.br/como-o-marketplace-ajuda-na-crise-economica/>

**O cenário dos marketplaces no Brasil em 2020 e 2021**

Marketplace cresceu 52% em 2020, acima do total do mercado, o que resultou em R$ 73, 2 bilhões para a categoria. Para comparação, como citado acima, o mercado de e-commerce como um todo cresceu 41% em 2020.

Para os marketplaces, isso significou 148,6 milhões de pedidos, crescimento de 38% com relação a 2019. O ticket médio dos marketplaces também se mantém alto, em R$ 493 (aumento de 10% em relação a 2019).

“É um crescimento super agressivo em número de pedidos e com ticket médio acima da média total do e-commerce, ou seja, são resultados super positivos para o marketplace, que se consolida cada vez mais no cenário de pandemia como uma alternativa para o varejo tradicional que está impossibilitado de vender offline”, ele diz.

Gráfico, Gráfico de cascata

Descrição gerada automaticamente Marcelo Osanai, Gerente comercial da Ebit/Nielsen falou hoje durante o Marketplace Conference 2021 sobre as tendências e oportunidades dos marketplaces no Brasil.

Terça-feira, 16 de março de 2021

Quanto ao público, de maneira geral, pesquisas apontam para crescimento exponencial de veganos.

Há bem pouco tempo, falar de veganismo significava se deparar com o desconhecimento da população em geral sobre o assunto. Com o apoio das redes sociais, o estilo de vida ganhou cada vez mais destaque e tem vivenciado um crescimento cada vez maior. Segundo uma pesquisa IBOPE Inteligência de 2018, cerca de 14% da população já se declara vegana. Em comparação com 2012, o aumento é de 75%.  
Dados do Instituto Ipsos reforçam que 28% dos brasileiros têm procurado comer menos carne.  
- Há sinais de que esse é um mercado em ascensão -  afirma Marly Winckler, presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), entidade responsável pela certificação de produtos veganos no Brasil, selo entregue mediante uma análise rigorosa da cadeia produtiva  
O cenário é semelhante no mercado vegano em geral. A estimativa é que o crescimento seja de 40% ao ano no país. A população tem se mostrado mais interessada em consumir produtos veganos.

<https://www.portaldenoticias.com.br/noticia/13438/mercado-vegano-passa-por-crescimento-e-setores-investem-no-segmento.html>

]

1. Quanto custa este problema?

Falta de retorno financeiro dos microempreendedores desse ramo sem visibilidade

**A importância do marketplace no e-commerce diante da crise econômica** foi absolutamente relevante, fazendo a diferença para um vasto número de pequenos negócios, que, assim, tiveram acesso às vendas online. Lojistas de todo o Brasil encontraram no **marketplace**soluções para enfrentar a crise.

As pequenas lojas que aderiram a algum **marketplace** tiveram acesso a um enorme público consumidor em potencial e isso significou vendas, muitas vendas. É importante ressaltar que o próprio mercado se movimentou para acolher esses pequenos negócios.

1. O problema afeta os aspectos de Sustentabilidade?

<https://empreendedor.com.br/noticia/pesquisa-sobre-marketplaces-e-impactos-na-vida-dos-microempreendedores/>

O veganismo é uma ideologia que luta pela **preservação ambiental** e que **busca excluir toda forma de exploração animal**, seja na alimentação, nas roupas, em produtos de limpeza pra casa, em cosméticos – tanto no uso de elementos de origem animal quanto testes em animais.

A partir do momento em que escolhemos diminuir nosso consumo de produtos de origem animal, **estamos cuidando da nossa saúde**, reduzindo os riscos de *doenças cardiovasculares e diversos tipos de câncer*, entre outros, e **diminuindo o impacto negativo** de um mercado que da sua forma atual é **insustentável para o planeta**.

1. Existe demanda do mercado para resolver esse problema?

Marketplaces do contexto vegano/vegetariano

Quais principais concorrentes?

<https://www.veganmarket.com.br/>

<https://www.naturalizou.com.br/>

<https://veganamarketplace.com/>

<https://www.vegin.com.br/>

Potenciais clientes/concorrentes: Grandes empresas de produtos veganos

* Veganizadores
* Loja Vista-se
* Loja Vegetariana
* Casa Veg

1. Já existe algum movimento e tecnologia para resolver esse problema?

A venda de produtos naturais, veganos e vegetarianos é cada vez mais popular no ambiente digital. De olho nesse público exigente, empresários investem na criação de lojas virtuais e marketplaces.

Laíza Dalmaso sempre teve dificuldade para encontrar produtos veganos em um só lugar e viu nisso uma oportunidade de negócio.

Em sociedade com o marido e os sogros, desenvolveu um shopping virtual que reúne 150 lojas. São mais de 4 mil itens a venda: artigos para casa, roupas, cosméticos, produtos terapêuticos e até para os animais de estimação.

**Este setor merece atenção especial e cada vez tem mais adeptos, segundo o professor de sustentabilidade Marcus Nakagawa.**

A farmacêutica Daniela Deccache é outro exemplo de quem apostou neste mercado. Ela e o marido lançaram em 2015 uma marca de cosméticos veganos e naturais.

<https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/02/28/venda-de-produtos-naturais-vegetarianos-e-veganos-cresce-no-e-commerce.ghtml>

1. Qual diferencial do Projeto ?

Favorecemos o microempreendedor.