**UTILIZAÇÃO DE *LOCKERS* COM A TECBAN**

Maria Luiza de Oliveira Mance[[1]](#footnote-0); Carina Hublet Zambrana[[2]](#footnote-1); Ana Beatriz Carvalho[[3]](#footnote-2); Eliel Ribeiro Dos Santos[[4]](#footnote-3); Mariana Gonçalves de Souza[[5]](#footnote-4); Pedro Henrique Sena da Cunha[[6]](#footnote-5); Taiane Carneiro Dias[[7]](#footnote-6); Vitoria Rodrigues Nunes da Silva[[8]](#footnote-7); Dra. Liana Caron Nazareth Peçanha (orientadora)[[9]](#footnote-8); Msc. Gustavo Torres Custódio[[10]](#footnote-9) (coorientador)

Universidade Anhembi Morumbi - Escola de Negócios - Campus Paulista

**1 RESUMO**

A expansão das vendas *online* trouxe desafios para a logística de entregas, como operar com rapidez, segurança e diferencial. Assim, surgiram os armários inteligentes - *smart lockers*, locais equipados de tecnologia presentes em lugares estratégicos. Este trabalho está direcionado a explorar o mercado de *lockers* no Brasil para atuação da TecBan, empresa brasileira de soluções tecnológicas, reconhecida pela disponibilidade, qualidade e segurança. Para tal fim, efetua-se pesquisa de mercado que consiste em uma revisão da literatura sobre entendimento de *lockers*, análise de dados quantitativos secundários que verificam circulação de pessoas, como estação da linha amarela do metrô de São Paulo, grandes eventos no Allianz Parque e favelas. Os resultados obtidos evidenciam que são lugares movimentados e interessantes para o crescimento da TecBan. No entanto, ainda serão analisadas, na terceira etapa, levantamento de *lockers* em condomínios. Sugere-se, no próximo estudo, pesquisas de natureza descritiva para identificar a percepção do usuário frente ao produto.

**2 INTRODUÇÃO**

A pesquisa de mercado é uma ferramenta de extrema importância e estima ao marketing, pois é utilizada para identificar o impacto das variáveis internas e externas. Além disso, essa análise contínua de cenários tem o objetivo de auxiliar as empresas no planejamento e agregação de valor às necessidades dos clientes, seguindo o *budget* e objetivos organizacionais.

Segundo Malhotra (2005, p.4), pesquisa de mercado é:

a identificação, a coleta, a análise e a disseminação sistemática e objetiva das informações; e esse conjunto de ações é empreendido para melhorar as tomadas de decisão relacionadas à identificação e à solução de problemas (estas também conhecidas como oportunidades) em marketing.

Dessa forma, efetua-se uma pesquisa de mercado com o propósito de entender a natureza dos *lockers*, analisar dados quantitativos secundários de localidades movimentadas, as quais apresentam oportunidades de utilização dos *lockers*. A princípio, foram coletados dados da linha amarela do metrô, de eventos no Allianz Parque - estádio do Palmeiras - e de favelas situadas na Brasilândia, todos na cidade de São Paulo. Assim, após definir o conceito e metodologia usados na pesquisa, serão apresentados os resultados e conclusões com a finalidade de perceber as vantagens competitivas e possibilidades mercadológicas de expansão no ramo de *lockers* para a empresa parceira desse projeto: TecBan.

A TecBan, empresa de grande porte nacional, possui interesse em utilizar esses *lockers* dentro do Brasil, pois, sendo especializada e reconhecida em gestão de redes de autoatendimento bancário, disponibilidade, qualidade e segurança, vê nesse segmento possibilidade de diversificação e crescimento.

Há 40 anos no mercado, a TecBan (2022) promove soluções tecnológicas, como: ATM (Caixas Automáticos) e Banco24Horas, que estão em vários ambientes e oferecem serviços bancários para facilitar a vida da população. Com isso e outras plataformas - *Open Banking*, torna-se a principal responsável pela circulação de dinheiro no país.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

A tecnologia transformou o mundo e os hábitos, trazendo melhorias e desafios, como o cenário de conectividades, que busca uma forma eficaz e rápida de oferecer produtos. Então, o *e-commerce* veio para auxiliar nessa agilidade, facilidade de contato e realização de compras fora de ambientes físicos e com experiência ao consumidor.

Em 2020 e 2021, marcados pela pandemia do Covid-19 e isolamento social, houve um aumento nas vendas via *e-commerce* brasileiro de 26,9% em 2021, relacionado ao faturamento do ano anterior (COSTA, 2022). Segundo Rondinelli (2022), pesquisa feita com 4520 brasileiros das classes C e D mostra que eles também iniciaram ou aumentaram o hábito de comprar pela internet e aproximadamente 82% deles pretendem continuar comprando online mesmo após o fim da pandemia.

Assim, vieram os desafios da logística de como fazer as mercadorias chegarem aos seus clientes de forma rápida e segura, mostrando algum diferencial, surgindo a oportunidade de utilização dos armários inteligentes, “*smart lockers*”, que são locais equipados de tecnologia que possibilita abertura das portas automaticamente, como um armário de guarda-volumes ou em lugares movimentados que as pessoas podem retirar suas encomendas em qualquer horário (QUEIROZ; GUIMARÃES JR, 2022). Antes mesmo da pandemia, 54% de todos os consumidores *online* europeus já escolhia um terminal de entrega como destino final (ARAÚJO; REIS; CORREIA, 2019).

O *locker* é um dispositivo de armazenamento onde as pessoas que estão fornecendo um produto vão guardá-lo e por fim deixá-lo em segurança com os protocolos e a confiabilidade da TecBan. Por exemplo, para um fim de compra e venda, o *locker* armazena as mercadorias como se fosse um terminal de autoatendimento com autonomia ao usuário, o qual terá a liberdade de escolher um ponto específico para receber a sua mercadoria/produto.

Assim, o maior benefício é a rapidez e a facilidade da forma de postar e retirar as encomendas. O *layout* remete a um armário com caixas de diferentes tamanhos e formas, os quais são ligados com um tipo de tecnologia que permite abrir e retirar o seu produto. É um mercado em ascensão, que possui forte exploração do setor de varejo com o intuito de realizar uma entrega eficiente de acordo com as necessidades do consumidor.

Já a tecnologia para abrir este *locker* varia conforme a necessidade do cliente que aluga. No caso da TecBan (2022), é utilizado um cadastro do cliente receptor para receber um código enviado para o celular, especificamente no *WhatsApp*. Dessa forma, apenas o receptor possui esse código, que deve ser intransferível por motivos de segurança. Além disso, através de *benchmarking*, nota-se que é possível a utilização de outras formas, como sensores magnéticos, QR Code, reconhecimento facial, reconhecimento das digitais, entre outros.

Um dos benefícios é a localização, esse projeto de *locker* visa uma distribuição em locais públicos e de fácil acesso como as estações de metrô ou ainda Associação de Moradores. Assim, o cliente pode escolher um local para retirada, onde provavelmente possa estar fazendo uma atividade corriqueira do dia a dia e retirar o seu produto em menos de 1 minuto.

Outra proposta é a utilização dos lockers como guarda-volumes em grandes eventos, como será analisado no Allianz Parque, em que terá a segurança de deixar seus pertences e aproveitar o evento sem preocupações de bolsa, casacos, guarda chuva e outros.

Ademais, há a possibilidade de ofertar *lockers* 24 horas por dia, dando a disponibilidade, por exemplo, do usuário retirar a sua encomenda quando estiver voltando do seu trabalho. Isso isenta, por exemplo, a entrega presencial na residência dar algum tipo de problema como ausência do receptor da encomenda ou até erros de endereço da parte do entregador.

Inclusive, diminui a burocracia da entrega focando na escolha do cliente, se ele prefere pagar um frete para receber a encomenda na sua casa ou se prefere colocar o local de retirada por um ponto próximo de sua trajetória diária.

**3 APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA**

É perceptível que o mercado de *lockers* está ganhando representatividade, visto que existem outros *players* atuando em diversos ramos, como: supermercados, *shoppings*, condomínios, estação de metrô, parques, academias, eventos, hotéis, entre outros.

A análise de concorrência permite uma tomada de decisão assertiva e baseada em dados externos, os quais são cruzados com bases internas com o intuito de verificar o ambiente de atuação para agarrar oportunidade e antecipar ameaças com foco em seus *stakeholders* e maturidade no mercado.

Dessa forma, existem diversos pontos de atenção, visto que apresentam parcerias e variedade nas localidades de utilização. Então, cabe a pesquisa contribuir com uma análise assertiva à TecBan para buscar um meio de obter vantagem competitiva.

A **Tabela 1** indica alguns concorrentes e suas principais características para uma categorização inicial para a análise ser aprofundada em breve.

**Tabela 1 - Concorrentes no segmento de *lockers***

| **Empresa** | **Atuação** | **Observações** |
| --- | --- | --- |
| Clique Retire | Estações, lojas, eventos | Possui assinatura, mais de 100 pontos de coleta com fácil acesso |
| EntregaAli | Empresas e condomínios | Homologados pelos Correios com *lockers* de diferentes modelos e tamanhos |
| Expert *Locker* | Parques, condomínios, academias, eventos, empresas, *shoppings*, instituições de ensino | Contratos com tempo indeterminado, diferentes tamanhos e modelos de *lockers* |
| Limelocker | Condomínios | Presente em mais de 100 edifícios em SP |
| *Keeys Smart Lockers* | Empresas (varejista ou logística) | Possuem 4 empresas parceiras |
| Laurenti | Supermercados, empresas | QRCode, parcerias com Petz, Leroy Merlin e Varanfa com retirada e guarda-volumes |
| *Lockers* do Brasil | Supermercados, bancos, shoppings, hotéis, academias, hospitais, clubes, bibliotecas e outros | Lockers com diferentes modelos e tamanhos, além de parcerias com BMG, C&A, Iguatemi, Itaú, Rio Quente e Indústrias |
| *Handover* | Condomínios, indústrias, *shoppings*, *e-commerce*, transportadoras | Sistema personalizado, tecnologia avançada, diversas formas de abertura |

Fonte: Elaborada pelos autores com base nos dados disponíveis no site de cada empresa listada.

**4 METODOLOGIA**

A pesquisa de mercado será elaborada em três etapas. Na primeira, já concluída, foi realizada uma revisão da literatura sobre *locker* para entender a utilização no Brasil e no mundo.

A segunda, em andamento, abrange o levantamento de dados secundários, que, segundo Kotler e Keller (2012), são extremamente relevantes para a pesquisa de mercado. Assim, foram consultadas informações disponibilizadas nos três tipos de soluções propostas: utilização por passageiros de metrô, sendo a linha amarela de São Paulo escolhida como amostra, shows e jogos de futebol, em que se refere a quantidade de eventos e seus respectivos públicos no Allianz Parque em São Paulo, e Associação de Moradores de favelas localizadas na região da Brasilândia. A partir desses dados quantitativos brutos, foram estimadas a média de cada dimensão, sendo que na parte de show e eventos ainda foram coletados dados secundários sobre a quantidade e tamanho de outros festivais em São Paulo.

Na terceira fase, pretende-se elaborar um estudo exploratório por meio de entrevistas face a face e pesquisa de foco de cada uma das três soluções estudadas. A seleção da amostragem tem por objetivo coletar informações de uma determinada parte da população/universo. Existem diversas técnicas de amostragem e, para realização desse primeiro teste, será adotada a amostragem por conveniência. Apesar de limitações ou viés, consiste em uma estimativa por facilidade de acesso ao pesquisador. (MALHOTRA, 2005). Os resultados da terceira fase serão submetidos à análise de conteúdo o que permitirá, num próximo estudo, a elaboração de questionário fechado para pesquisa de natureza quantitativa descritiva.

**5 RESULTADOS OBTIDOS**

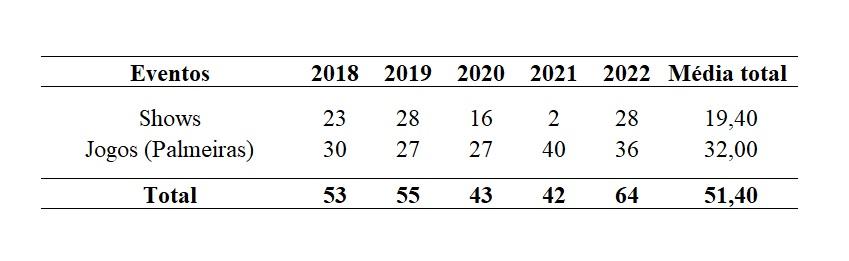
Introduzindo a ideia de *lockers* nos estádios, simulou-se o uso no Allianz Parque. O intuito é deixar utensílios, compras e produtos vendidos onde só o comprador tem o código de acesso e pode retirar.

O Allianz atende a todas as normas da Fifa e dispõe de 43.713 lugares e, em dias de grandes espetáculos, a capacidade sobe para 55 mil pessoas com a ocupação do gramado (PALMEIRAS, 2022). Existe também a possibilidade de utilização do anfiteatro com 12 mil pessoas, além de diversos espaços para eventos corporativos.

É uma localização estratégica para *locker* devido a quantidade de eventos e tamanho ocupacional, visto que o maior público em jogo chegou a 41.361 pessoas e o maior show já comportou, aproximadamente, 55.000 pessoas.

A **Tabela 2** contribui com dados destinados a shows e jogos do Palmeiras que ocorreram no Allianz, lembrando que possui outros eventos que não estão contabilizados aqui. Inclusive, há interferências na média devido aos anos de 2020 e 2021 com o reflexo da pandemia no setor de entretenimento. No entanto, houve outros eventos de *drive in*, por esse motivo a existência de 16 shows em 2020.

**Tabela 2 - Média de eventos no Allianz Parque**



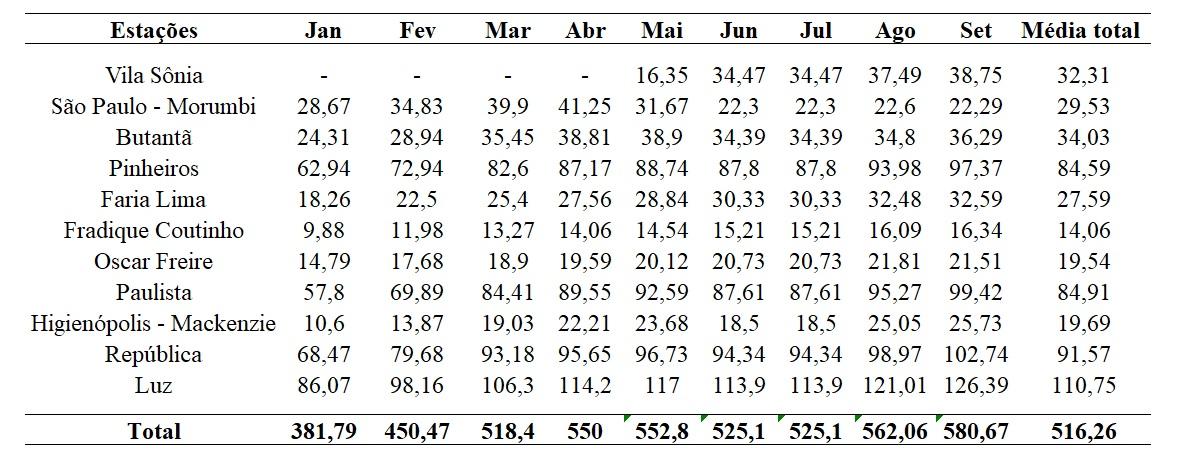
Fonte: elaborado pelos autores com base em dados do Allianz Parque (PALMEIRAS, 2022).

Além disso, há festivais de música em São Paulo, como o Lollapalooza com 302 mil pessoas (G1, 2022) e seu próprio *locker*, sendo interessante pensar em parcerias e ampla divulgação, pois na edição de 2022 não estavam claros os procedimentos (ONBKSTG, 2022).

E a parceria com novos festivais, por exemplo o *The Town* 2023 em São Paulo com a previsão de receber 600 mil pessoas com 230 horas de entretenimento. Não se sabe sobre *lockers* dentro do festival (ALVES, 2021).

Notou-se a circulação de pessoas nas estações da linha amarela do metrô de São Paulo - abrangendo da Luz até Vila Sônia - com o intuito de pesquisar lugares com movimentação constante para posteriormente instalar *lockers* (VIAQUATRO, 2022). A **Tabela 3** representa que de janeiro a setembro, houve, em média, 516 mil pessoas transportadas, mensalmente, pela Linha 4 - Amarela.

**Tabela 3 - Média de passageiros em milhares na Linha 4 - Amarela**



Fonte: elaborado pelos autores com base em dados obtidos no site da concessionária (VIAQUATRO, 2022).

Por último, as favelas, onde há muitos domicílios sem endereço para recebimento de mercadorias, optou-se pela região norte na Brasilândia, por facilidade de acesso à Associação de Moradores. Segundo a Rede Social Brasileira por Cidades Justas e Sustentáveis, em 2017, dos 122.260 total de domicílios na região da Freguesia do Ó e Brasilândia, aproximadamente 20% eram favelas. Segundo a Agência Brasil (apud ÉPOCA NEGÓCIOS, 2021), aproximadamente 25,1% dos habitantes da Brasilândia moram em favelas sendo que o número estimado de seus habitantes em 2020 era cerca de 280 mil (BLOGDAVIBRA, 2020).

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Observou-se o aumento de compras *online*, presente também nas classes C e D, e o diferencial com utilização de *lockers*, o que apresenta diversas oportunidades para exploração, como a TecBan com propósitos de soluções tecnológicas e qualidade ao cliente final.

O foco está direcionado para expansão mercadológica do *locker* da TecBan. Inicialmente, buscou-se resultados com dados secundários para analisar a natureza dos *lockers* e posteriormente quantas pessoas circulam em média na Linha 4 do metrô, além da capacidade e quantidade média de eventos no Allianz Parque e do número de habitantes em favelas da Brasilândia.

No entanto, apesar de iniciar os estudos por lugares estratégicos ao mercado de *locker*, a pesquisa possui limitações de estudo, visto que o ramo de *e-commerce* e condomínios não foram analisados, mas serão dados levantados em breve.

**FONTES CONSULTADAS**

ALVES, S. Festival *The Town* vai ser o Rock in Rio em São Paulo com público de 600 mil pessoas. **B9,** 11 nov. 2021. Disponível em:

<https://www.b9.com.br/153530/the-town-vai-ser-rock-in-riosao-paulo-publico-600-mil-pessoas/>. Acesso: 30 out. 2022.

ARAÚJO, F. A.; REIS, J. G. M.; CORREIA, P. F. C. Uso de lockers como melhoria e redução do last mile no e-commerce. In: **XXXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção:** “Os desafios da engenharia de produção para uma gestão inovadora da Logística e Operações” Santos, São Paulo, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2019. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Fernanda-Alves-De-Araujo/publication/33739729](https://www.researchgate.net/profile/Fernanda-Alves-De-Araujo/publication/337397299_USO_DE_LOCKERS_COMO_MELHORIA_E_REDUCAO_DO_RISCO_DO_LAST_MILE_NO_E-COMMERCE/links/5f0dbf35a6fdcc3ed7056d32/USO-DE-LOCKERS-COMO-MELHORIA-E-REDUCAO-DO-RISCO-DO-LAST-MILE-NO-E-COMMERCE.pdf)

[\_USO\_DE\_LOCKERS\_COMO\_MELHORIA\_E\_REDUCAO\_DO\_RISCO\_DO\_LAST\_MILE\_NO\_E-COMMERCE/links/5f0dbf35a6fdcc3ed7056d32/USO-DE-LOCKERS-COMO-MELHORIA-E-REDUCAO-DO-RISCO-DO-LAST-MILE-NO-E-COMMERCE.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Fernanda-Alves-De-Araujo/publication/337397299_USO_DE_LOCKERS_COMO_MELHORIA_E_REDUCAO_DO_RISCO_DO_LAST_MILE_NO_E-COMMERCE/links/5f0dbf35a6fdcc3ed7056d32/USO-DE-LOCKERS-COMO-MELHORIA-E-REDUCAO-DO-RISCO-DO-LAST-MILE-NO-E-COMMERCE.pdf). Acesso: 10 nov. 2022.

BLOGDAVIBRA. Conheça a Região da Brasilândia, na Zona Norte de São Paulo, 25 mar. 2020. Disponível em:<https://blog.vibraresidencial.com.br/conheca-a-brasilandia-bairro-da-zona-norte-de-sao-paulo/>. Acesso em 05 dez. 2022.

CLIQUE RETIRE (São Paulo). Clique Retire. Disponível em: https://www.cliqueretire.com.br/para-empresas. Acesso em: 05 dez. 2022.

COSTA, Mariana. Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R$ 161 bi em 2021. **Estado de Minas**, 02 fev. 2022. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml>

Acesso: 29 out. 2022.

DELTA SYSTEM SEGURANÇA ELETRÔNICA (São Paulo). Delta System Segurança Eletrônica. Solicitar cotação. 2021. Disponível em: https://delta-system-seguranca-eletronica.negocio.site/. Acesso em: 05 dez. 2022.

EAGLE (São Paulo). Laurenti. Smart Lockers: com o smart locker, o consumidor retira sua mercadoria de forma rápida, sem burocracia, de maneira automatizada e mais tecnológica. Com o diferencial da logística reversa.. 2022. Disponível em: https://www.laurentiretail.com/smartlocker/#. Acesso em: 05 dez. 2022.

G1. **Lolla 2022 teve público total de 302 mil pessoas nos três dias; veja o que deu certo e o que deu errado.** São Paulo, 28 mar. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/lollapalooza/2022/noticia/2022/03/28/lolla-2022-teve-publico-total-de-302-mil-pessoas-nos-tres-dias-veja-o-que-deu-certo-e-o-que-deu-errado.ghtml>. Acesso: 30 out. 2022.

GRUPO MID (Paraná). Lockers do Brasil. Armários para guarda-volumes. 2022. Disponível em: http://www.lockers.com.br/armarios. Acesso em: 05 dez. 2022.

KEEYS SMART LOCKER (Paraná). Keeys Smart Locker (org.). Seja um ponto de coleta. 2022. Disponível em: https://www.keeys.com.br/#collect. Acesso em: 05 dez. 2022.

KERONG (China). Kerong. Kerong-Introdução. 2022. Disponível em: https://www.kerong.hk/about-us?lang=pt. Acesso em: 05 dez. 2022.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing.** 14. ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2012.

LIMELOCKER (São Paulo) (org.). Do Online para o Offline: Experiência de Compra e valor para consumidor. 2022. Disponível em: https://limelocker.com.br/blog/do-online-para-o-offline-nova-experiencia-de-consumo.html. Acesso em: 05 dez. 2022.

MALHOTRA, Naresh K. et al. **Introdução à pesquisa de marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2005.

ONBKSTG. Lollapalooza Brasil: todas as informações sobre o Lolla Locker, o guarda-volumes do festival. **Onbkstg,** 10 mar. 2022. Disponível em: <https://www.onbackstage.com.br/post/lollapalooza-brasil-todas-as-informacoes-sobre-o-lolla-locker-o-guarda-volumes-do-festival>. Acesso: 30 out. 2022.

PALMEIRAS. **Allianz Parque.** Disponível em: <https://www.palmeiras.com.br/allianz-parque/>. Acesso: 30 out. 2022.

QUEIROZ. A. P. F.; GUIMARÃES JR, D. S. *Last mile trips*:infraestrutura de distribuição logística em cidades inteligentes e as experiências da prestação do serviço na Região Metropolitana de Recife – PE. **Revista Nacional de Gerenciamento de Cidades**, ISSN eletrônico 2318-8472, volume 10, número 76, 2022. Disponível em:

<https://publicacoes.amigosdanatureza.org.br/index.php/gerenciamento_de_cidades/>

Acesso: 26 out. 2022.

REDE SOCIAL BRASILEIRA POR CIDADES JUSTAS E SUSTENTÁVEIS. **Favelas:** Porcentagem de domicílios em favelas sobre o total de domicílios da região. Disponível em:<https://www.redesocialdecidades.org.br/br/SP/sao-paulo/regiao/freguesia-do-o-brasilandia/favelas>. Acesso em 05 dez. 2022.

RONDINELLI, Julia. Famílias das classes C e D começaram a comprar pela internet na pandemia. E-commerce Brasil, 06 jan. 2022. Disponível em:<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/classes-c-e-d-comecaram-a-comprar-pela-internet-na-pandemia>.

SOARES, Karina. Caixa de Correio Inteligente em Condomínios Comerciais. 2020. Disponível em: https://blog.entregali.com.br/caixa-de-correio-inteligente/armarios-inteligentes-em-condominios-comerciais/. Acesso em: 05 dez. 2022.

TECBAN. **Sobre nós.** Site da empresa. Disponível em <https://www.tecban.com.br/sobre-nos/>. Acesso: 30 out. 2022.

VIA QUATRO - **Institucional.** Site da empresa. Disponível em: <https://viaquatro.com.br/>. Acesso em 30 out. 2022

1. Acadêmica de Administração; marialuizamance@hotmail.com. [↑](#footnote-ref-0)
2. Acadêmica de Marketing; carinazambrana95@gmail.com [↑](#footnote-ref-1)
3. Business Lab Anhembi Morumbi Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-2)
4. Business Lab Anhembi Morumbi Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-3)
5. Business Lab Anhembi Morumbi Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-4)
6. Business Lab Anhembi Morumbi Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-5)
7. Business Lab Anhembi Morumbi Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-6)
8. Business Lab Anhembi Morumbi Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-7)
9. Docente do Curso Bacharel em Marketing UAM; Business Lab Anhembi Morumbi (UAM) Paulista Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados; [liana.pecanha@animaeducacao.com.br](mailto:liana.pecanha@animaeducacao.com.br). [↑](#footnote-ref-8)
10. Apoio técnico - Business Lab Anhembi Morumbi (UAM) Squad 1 - Inteligência Competitiva: mapeamento e análise de dados [↑](#footnote-ref-9)