



**Faculdade CDL**  
**CURSO DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**Rafaella de Abreu Dantas Vieira**

**PROJETO DE GESTÃO DE E-COMMERCE E NEGÓCIOS DIGITAIS**  
**PLANO DE NEGÓCIOS - LOJA VIRTUAL MARIA BONITA**

**FORTALEZA – CE**

**2025.1**

**Everton Escócio da Silva**  
**Francimaura Pereira da Silva**  
**José Marcos do Nascimento Santos**  
**Rafaella de Abreu Dantas Vieira**

**PROJETO DE GESTÃO DE E-COMMERCE E NEGÓCIOS DIGITAIS**  
**PLANO DE NEGÓCIOS - LOJA VIRTUAL MARIA BONITA**

Projeto apresentado ao Curso de  
Tecnologia em Logística da Faculdade  
CDL.

**Orientador:** Prof. Francisco Veras

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>5</b>
<b>2. SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>6</b>
2.1. Caracterização da organização .....	6
2.2. Visão geral do negócio.....	6
2.3. Proposta de valor .....	7
2.4. Objetivos principais .....	7
<b>3. ANÁLISE DE MERCADO.....</b>	<b>7</b>
3.1. Público-alvo (persona) .....	7
3.2. Concorrência.....	7
3.3. Diferenciais competitivos .....	8
3.4. Tendências de mercado .....	8
<b>4. PROPOSTA DE VALOR E POSICIONAMENTO.....</b>	<b>8</b>
4.1. O que a loja oferece de único? .....	8
4.2. Como quer ser percebida no mercado? .....	9
<b>5. MIX DE PRODUTOS E FORNECEDORES.....</b>	<b>9</b>
5.1. Produtos .....	9
5.2. Fornecedores .....	9
<b>6. ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL.....</b>	<b>10</b>
6.1. Canais .....	10
6.2. Plano de divulgação inicial .....	10
<b>7. OPERAÇÕES LOGÍSTICAS .....</b>	<b>11</b>
7.1. Formas de entrega.....	11
7.2. Política de frete .....	11
7.3. Métodos de pagamento.....	11
7.4. Estrutura de atendimento .....	11

<b>8. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>12</b>
<b>9. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>14</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>15</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

Com o avanço da tecnologia e a facilidade de acesso à internet, o comércio eletrônico se tornou parte do dia a dia de muitas pessoas. Comprar pela internet já é uma escolha comum, principalmente no setor de moda, que cresce a cada ano. Pensando nisso, este projeto apresenta a criação da loja virtual Maria Bonita, voltada para o público feminino que busca estilo, conforto e praticidade.

A Maria Bonita pretende oferecer roupas modernas e acessíveis, apostando em novidades constantes e em um atendimento próximo e humanizado. Neste plano de negócio, vamos mostrar todos os detalhes do projeto: quem é o público-alvo, quem são os concorrentes, como será feita a divulgação, e também a parte de logística, operação e finanças.

O objetivo é construir mais que uma loja online para vender roupas, queremos criar uma experiência de compra acolhedora e personalizada, onde as clientes se sintam únicas e conectadas à nossa marca.

## 2. SUMÁRIO EXECUTIVO

### 2.1. Caracterização da organização

**Nome comercial:** Maria Bonita

**Segmento:** Moda feminina

**WhatsApp Business:** (85) 99719-0000

**Link da loja virtual:** <https://mariavirtualbonita.lojaintegrada.com.br/>

**E-mail:** [mariavirtualbonita@gmail.com](mailto:mariavirtualbonita@gmail.com)

**Logo:**



**Missão:** “Oferecer roupas femininas modernas, confortáveis, que celebrem seu estilo único e autenticidade, proporcionando uma experiência de compra acessível e agradável.”

### 2.2. Visão geral do negócio

A Maria Bonita é uma loja de roupas femininas online que oferece peças modernas, confortáveis e acessíveis, valorizando o estilo e a autenticidade das mulheres entre 20 e 40 anos, que buscam praticidade e qualidade em suas escolhas de vestuário online.

Em nosso ambiente virtual, apresentamos coleções para clientes que desejam se expressar por meio da moda, que acompanham as tendências sem abrir mão do conforto e da originalidade.

### **2.3. Proposta de valor**

Oferecemos roupas femininas de alta qualidade com design diferenciado e atendimento personalizado através de nossa plataforma online intuitiva e segura. Promovemos a autoestima e a individualidade das nossas clientes através de peças acessíveis e um relacionamento atencioso, com múltiplos métodos de pagamento e proteção de dados.

### **2.4. Objetivos principais**

- Consolidar a marca Maria Bonita como referência em moda feminina.
- Alcançar um crescimento de vendas de 20% ao ano.
- Construir uma base sólida de clientes fiéis, com foco em relacionamento e marketing de experiência.

## **3. ANÁLISE DE MERCADO**

### **3.1. Público-alvo (persona)**

Ana, 30 anos, profissional de marketing digital, mora em Fortaleza e é apaixonada por moda e tecnologia. Conectada e independente, busca praticidade e estilo em suas roupas para o dia a dia e ocasiões especiais. Compra online com frequência, principalmente através do Instagram e de lojas virtuais com boa reputação. Valoriza a qualidade, o design diferenciado e um atendimento atencioso que a faça sentir especial. Busca peças versáteis que se adaptem ao seu ritmo de vida dinâmico e que expressem sua individualidade.

### **3.2. Concorrência**

A Maria Bonita atua em um mercado competitivo, enfrentando lojas de roupas femininas online como lojas de Instagram que vendem moda casual em Fortaleza e região. Diferente das grandes redes, nossa concorrência direta oferece um atendimento mais próximo e peças exclusivas em menor escala.

Seus pontos fortes residem na proximidade e na frequência de novidades. A Maria Bonita se diferenciara pela combinação de novidades semanais, atendimento personalizado e uma estrutura de e-commerce profissional.

### **3.3. Diferenciais competitivos**

- Reposição de peças toda quarta-feira, garantindo novidades frequentes para as clientes.
- Atendimento personalizado via redes sociais e WhatsApp.
- Entregas rápidas e embalagens especiais que valorizam a experiência de compra.
- Estratégia de marketing digital humanizado, com dicas de moda, lives e parcerias com influenciadoras locais.

### **3.4. Tendências de mercado**

- Crescimento das compras online no setor de moda. Cada vez mais mulheres preferem a praticidade de comprar roupas pela internet.
- Valorização de marcas que oferecem exclusividade e conexão com o público. Clientes buscam marcas que entendam suas necessidades e criem um relacionamento.
- Interesse crescente por conforto e peças versáteis que combinam estilo e funcionalidade, que é cada vez mais procurada.
- Crescente importância da sustentabilidade e da moda consciente. Embora não seja o foco inicial, essa tendência pode ser considerada em coleções futuras.

## **4. PROPOSTA DE VALOR E POSICIONAMENTO**

### **4.1. O que a loja oferece de único?**

A Maria Bonita oferece moda feminina exclusiva, moderna e acessível, com reposição semanal de novidades que acompanham as últimas tendências.



Priorizamos a qualidade das peças e uma experiência personalizada de compra online personalizada e acolhedora, desde o atendimento até a entrega.

#### **4.2. Como quer ser percebida no mercado?**

Queremos ser reconhecidos como uma marca de moda feminina que entende e valoriza a individualidade da mulher moderna. Através da nossa reposição semanal de novidades, atendimento personalizado via canais digitais e uma estratégia de marketing humanizada.

A Maria Bonita busca ser vista como uma loja online de confiança, inovadora e acolhedora, que proporciona não apenas produtos de qualidade, mas também autoestima, inspiração e uma experiência de compra memorável.

### **5. MIX DE PRODUTOS E FORNECEDORES**

#### **5.1. Produtos**

A Maria Bonita oferecerá inicialmente uma variedade de roupas femininas voltadas para o público jovem-adulto, com foco em peças versáteis e estilosas para o dia a dia e ocasiões especiais. Nosso mix inclui:

- Blusas e cropeds avulsos
- Body
- Vestidos casuais
- Shorts e calças
- Acessórios (como bolsas e bijuterias)

#### **5.2. Fornecedores**

Trabalharemos inicialmente com cerca de 2 a 3 fornecedores de moda feminina de pronta-entrega no Brasil, garantindo agilidade na reposição e variedade nas coleções.

Nossa estratégia inclui a diversificação de fornecedores a longo prazo para diminuir riscos e ampliar a oferta. Entre os principais fornecedores iniciais estão:

- **Fornecedor A (moda jovem):** roupas modernas e exclusivas para o público jovem-adulto, com foco em tendência e novidades.
- **Fornecedor B (Conforto e praticidade):** peças casuais e confortáveis para o dia a dia, com qualidade de tecidos e modelagens.

A seleção prioriza qualidade dos materiais, prazos curtos de entrega e flexibilidade para compras em quantidades menores, adaptando ao crescimento da loja.

## 6. ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL

### 6.1. Canais

- **Instagram:** principal canal com postagens diárias de produtos, fotos de looks inspiradores, stories interativos, dicas de moda e lives semanais com interação do público.
- **WhatsApp Business:** atendimento personalizado para tirar dúvidas, envio de novidades e catálogos exclusivos, além de facilitar o processo de compra.
- **Facebook:** reforço de presença online, compartilhamento de conteúdo do Instagram e criação de comunidade.
- **E-mail marketing:** newsletters mensais com lançamentos, promoções exclusivas, conteúdo de moda e dicas de estilo para manter os clientes engajados.
- **Tráfego pago (Ads):** campanhas de anúncios segmentados para o público-alvo no Instagram e Facebook, com objetivos de aumentar o reconhecimento da marca, atrair novos clientes e direcionar tráfego para a loja virtual. As métricas de acompanhamento incluirão CTR (taxa de cliques), CPC (custo por clique) e CPA (custo por aquisição).

### 6.2. Plano de divulgação inicial

- **Semana 1 (Lançamento):** Live oficial no Instagram apresentando a coleção inicial e a proposta da Maria Bonita.

- **Semana 1-2:** Promoção de inauguração, frete grátis na primeira compra para as 50 primeiras clientes.
- **Semana 2:** Sorteio de um look completo entre seguidores que marcarem amigas na postagem de lançamento.
- **Mês 1:** Parceria com 2 influenciadoras digitais locais com perfis alinhados à marca para divulgação de looks e da loja.

## 7. OPERAÇÕES LOGÍSTICAS

### 7.1. Formas de entrega

- Entrega via Correios para todo o Brasil (PAC e SEDEX).
- Entrega expressa para Fortaleza e região metropolitana através de motoboy parceiro.

### 7.2. Política de frete

- Frete grátis para compras acima de R\$ 250,00.
- Para valores inferiores, frete conforme tabela dos Correios ou taxa fixa de R\$ 15,00 na entrega local (Fortaleza e região metropolitana).

### 7.3. Métodos de pagamento

- **Cartões de crédito:** aceitação das principais bandeiras com parcelamento de até 3 vezes sem juros.
- **Boleto bancário:** opção de pagamento à vista com 3% de desconto.
- **Pix:** desconto adicional de 5% para incentivar a utilização do método.
- **Carteira digitais:** Integração com plataformas como PayPal, Google Pay e Apple Pay para facilitar o pagamento online.

### 7.4. Estrutura de atendimento

- Atendimento via WhatsApp das 9h às 18h de segunda a sábado.

- Respostas às mensagens do Instagram e Facebook no prazo máximo de 12 horas (durante o horário comercial).
- Política de troca simples, com prazo de 7 dias corridos após o recebimento para solicitar trocas ou devoluções, seguindo as normas do Código de Defesa do Consumidor.
- As embalagens serão personalizadas com a identidade visual da Maria Bonita, buscando criar uma experiência positiva para o cliente.

## 8. PLANO FINANCEIRO

- **Custo Fixo Estimado (Mensal)**

Item	Valor (R\$)
<i>Plataforma de e-commerce</i>	R\$ 100,00
<i>Internet e telefone</i>	R\$ 120,00
<i>Embalagens e material de envio</i>	R\$ 200,00
<i>Publicidade online</i>	R\$ 400,00
<i>Assistente de vendas</i>	R\$ 800,00
<i>Total</i>	R\$ 1.620,00

- **Custos Variáveis**

- *Compra de produtos (custos das peças):* cerca de 50% do preço de venda.
- *Taxas de transação de pagamento online:* 3% a 5% sobre o valor de venda.

- **Receita Prevista**

Venda média de 60 peças/mês a R\$ 120,00 cada = R\$ 7.200,00

- **Margem de Lucro Bruta**

- Preço de venda médio por peça: R\$ 120,00
- Custo do produto por peça: R\$ 60,00 (50%)
- Margem Bruta por peça: R\$ 60,00 (50%)

▪ **Ponto de Equilíbrio**

- *Custo fixo total:* R\$ 1.620,00
- *Margem de contribuição média por venda:* cerca de 46%.
- *Ponto de equilíbrio em receita:*  $\text{R\$ } 1.620,00 / 0,46 =$   
**aproximadamente R\$ 3.521,74** em vendas por mês.

## **9. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com este plano de negócio, foi possível entender melhor o que foi necessário para montar uma loja virtual de sucesso. Não basta ter produtos bonitos, é preciso conhecer o público, oferecer uma boa experiência de compra e ter estratégias bem planejadas para divulgação e atendimento.

A Maria Bonita nasce com uma proposta diferenciada de entregar roupas de qualidade, atendimento personalizado e novidades frequentes. Tudo isso pensado para conquistar e fidelizar o cliente, mesmo num mercado tão competitivo. A ideia é começar de forma estruturada, mas sempre aberta a melhorias, de acordo com o crescimento da loja e as mudanças no comportamento do consumidor.

Assim, a Maria Bonita busca seu espaço como uma marca que entende a mulher moderna e valoriza sua individualidade, oferecendo mais do que produtos, mas uma verdadeira experiência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

- **VERAS**, Francisco. Informação oral. Aula ministrada na disciplina de Gestão em E-commerce e Negócios Digitais. Faculdade CDL, 2025.1.

- **VERAS**, Francisco. Slide Gestão em E-commerce e Negócios Digitais. Aula ministrada no curso de Tecnólogo em Logística, Faculdade CDL, 2025.1.