

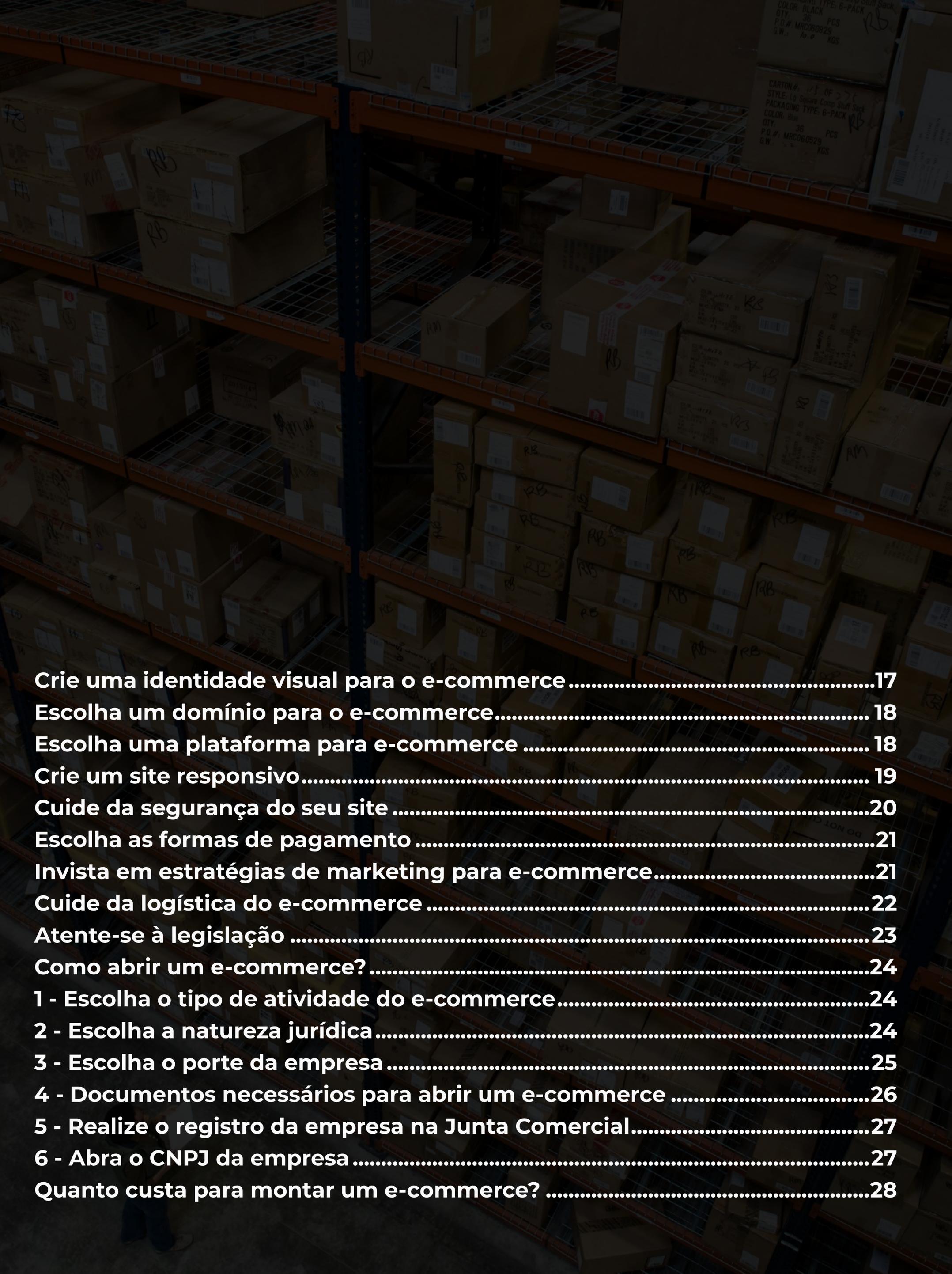
COMO MONTAR UM E-COMMERCE

DO ZERO?



Sumário

Como montar um e-commerce do zero? Manual Completo	4
O que é um e-commerce?	5
Como funciona um e-commerce?	7
Qual a diferença entre e-commerce e marketplace?.....	7
As vantagens de montar um e-commerce	8
Funciona 24 horas por dia.....	9
Maior alcance.....	9
Economia.....	10
Melhora o ROI	10
Tipos de e-commerce	11
Business to Consumer (B2C)	11
Business to Business (B2B).....	12
Direct to Consumer (D2C)	12
Consumer to Business (C2B)	12
Consumer to Consumer (C2C)	13
Business to employee (B2E)	13
Consumer to Administration (C2A).....	14
Mobile Commerce (M-Commerce)	14
Social Commerce (S-Commerce).....	14
Subscription Commerce (Clube de assinaturas).....	15
Infoprodutos.....	15
Dropshipping	15
Como montar um e-commerce do zero?.....	16
Tenha um plano de negócios.....	16



Crie uma identidade visual para o e-commerce	17
Escolha um domínio para o e-commerce.....	18
Escolha uma plataforma para e-commerce	18
Crie um site responsivo.....	19
Cuide da segurança do seu site	20
Escolha as formas de pagamento	21
Invista em estratégias de marketing para e-commerce.....	21
Cuide da logística do e-commerce	22
Atente-se à legislação	23
Como abrir um e-commerce?	24
1 - Escolha o tipo de atividade do e-commerce.....	24
2 - Escolha a natureza jurídica	24
3 - Escolha o porte da empresa	25
4 - Documentos necessários para abrir um e-commerce	26
5 - Realize o registro da empresa na Junta Comercial.....	27
6 - Abra o CNPJ da empresa	27
Quanto custa para montar um e-commerce?	28

Como montar um e-commerce do zero? Manual Completo

Montar um e-commerce se tornou o sonho de milhares de pessoas. Confira neste manual completo como abrir sua própria loja virtual do zero!

Desde 2020, a pandemia da Covid-19 fez com que muitos empreendedores tivessem que se reinventar para manter suas empresas com as contas em dia. O fechamento de comércios não essenciais durante o lockdown fez com que milhares de negócios migrassem para o online para seguir lucrando.

Em contrapartida, durante esse período o cliente também mudou sua forma de consumo, passando a comprar mais por lojas virtuais. Prova disso é que, somente no primeiro semestre de 2020, o e-commerce brasileiro registrou crescimento de 47%, a maior alta em 20 anos, segundo a 42ª edição de Webshoppers, pesquisa realizada pela Ebite | Nielsen, em parceria com a Elo.

Já em 2021, o e-commerce brasileiro registrou um faturamento recorde, totalizando mais de R\$161 bilhões, um crescimento de 26,9% em relação ao ano anterior. No mesmo ano, o número de pedidos aumentou cerca de 16,9%, registrando 363 milhões de entregas. O número foi obtido por meio do levantamento realizado pela Neotrust, empresa responsável pelo monitoramento do e-commerce brasileiro.



Os números impressionam, né? E eles só tendem a crescer. Afinal, os hábitos do consumidor mudaram e cada vez mais as pessoas estão realizando compras pela internet. Então, se você está pensando em montar um e-commerce, saiba que não poderia ter um momento melhor para isso.

Por isso, preparamos esse e-book completo, que vai te ajudar a montar seu e-commerce do zero, te ensinar tudo sobre legislação, abertura de um negócio e estratégias que te ajudarão a crescer no mundo digital.

Continue a leitura!

O que é um e-commerce?

Se você chegou até aqui é porque já tem interesse em montar um e-commerce e, com certeza, já sabe o que é. Mas, só para refrescar a memória, e-commerce é um termo em inglês que remete ao comércio eletrônico, que abrange toda transação comercial, seja ela de compra ou venda, realizada pela internet por meio de algum equipamento eletrônico.

Popularmente conhecido como loja virtual ou loja online, o e-commerce é um site que permite com que pessoas e empresas vendam pela internet seus produtos ou serviços.

Essa modalidade de compra e venda se tornou um fenômeno mundial e, por isso, montar um e-commerce é sinônimo de sucesso na certa. Afinal, com uma loja online é possível alcançar pessoas de todo o Brasil e do mundo.





Como surgiu o e-commerce

Obviamente o e-commerce ganhou mais força com a popularização da internet, em meados dos anos 2000. Porém, o que muitos não sabem, é que seus primeiros passos foram dados muito antes disso, nos anos 70.

Em 1979, o empresário americano Michael Aldrich desenvolveu um sistema que permitia o processamento de informações em tempo real, onde transações online podiam ser realizadas. O empresário realizou essa adaptação com uma televisão conectada a uma linha de telefone, dando origem ao Videotex.

Desde então, muita coisa evoluiu, permitindo com que cada vez mais pessoas comprem pela internet. Em 1995, também nos Estados Unidos, nasceu a Amazon, que começou suas atividades vendendo livros pela internet.

Já no Brasil, uma das primeiras lojas virtuais foi a Booknet, fundada por Jack London, também no ano de 1995. Quatro anos depois, a empresa foi vendida e passou a se chamar Submarino, empresa mundialmente reconhecida até hoje.

Como funciona um e-commerce?

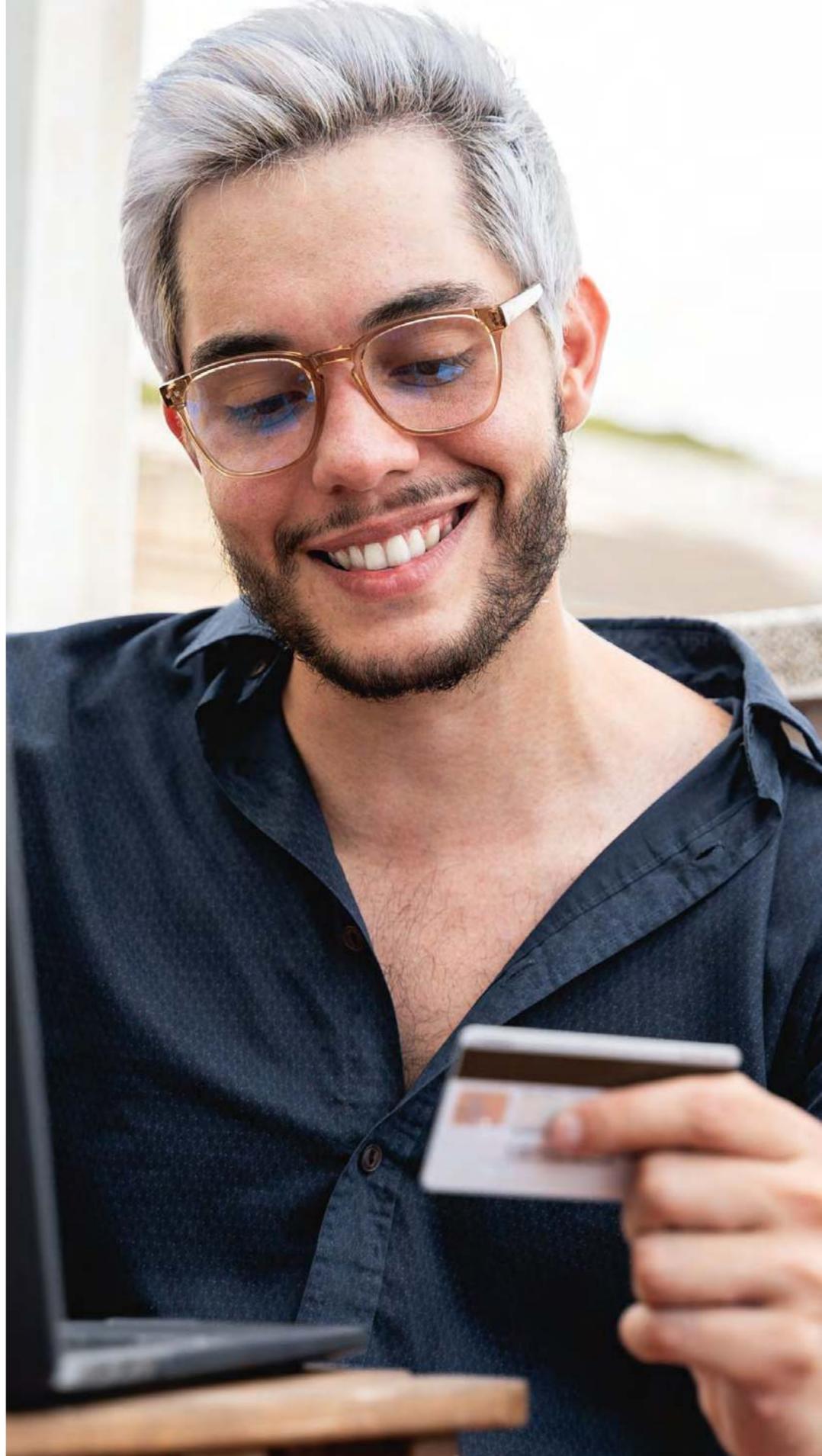
O e-commerce é uma plataforma muito autoexplicativa e funciona como uma espécie de vitrine virtual. Trata-se de um sistema de vendas que permite que o cliente acesse qualquer loja, por meio de qualquer dispositivo com acesso à internet, a qualquer hora e lugar.

Além disso, em um e-commerce o cliente também tem acesso a uma descrição completa sobre o produto ou serviço em questão, pode escolher as cores e tamanhos de sua preferência, realizar o pagamento de forma online (por boleto, cartão de crédito, pix ou depósito bancário) e, ainda, cadastrar um endereço de entrega para receber os produtos em sua própria casa.

É importante saber que, ao decidir montar um e-commerce, você deve conhecer todas as funcionalidades que compõem uma loja virtual de sucesso. Isso quer dizer que é primordial que o seu site garanta uma navegabilidade rápida e agradável, além de uma compra 100% segura. Isso fará com que os clientes fiquem satisfeitos com a experiência e sintam o desejo de retornar à loja.

Qual a diferença entre e-commerce e marketplace?

É muito comum que haja uma certa confusão na associação de e-commerce e de marketplace. Porém, é extremamente importante ter em mente que se tratam de dois canais de vendas completamente diferentes.





O marketplace é uma espécie de shopping online onde milhares de marcas vendem seus produtos em sites renomados, como o Mercado Livre e a Magazine Luiza. Esse tipo de site costuma ter muitos acessos, o que facilita muito nas vendas, principalmente para quem está começando. E é exatamente por esse motivo que o marketplace acaba se tornando uma das principais portas de entrada para quem deseja abrir uma loja online.

Já o e-commerce, como você pôde perceber, será a sua própria loja, que ficará sob seu domínio e comando. Cabe a você e a sua equipe realizarem todos os processos de anúncio, venda e gerenciamento da loja.

Outra diferença entre e-commerce e marketplace é que o segundo necessita um investimento inicial bem menor quando comparado a um e-commerce. Afinal,

toda a estrutura do seu site estará abaixo de uma plataforma que te ajudará com boa parte dos custos de suporte e afins.

Além disso, no marketplace o lojista se depara com usuários nas mais avançadas etapas da jornada do consumidor. Afinal, eles já estão procurando por uma plataforma de vendas online reconhecida e, por isso, 90% desses consumidores já têm o desejo de comprar. Já em um e-commerce, você precisará adotar estratégias que atraiam os consumidores até seu site, gerar uma audiência e despertar o interesse neles. Somente depois de todo esse processo é que você vai começar a realizar suas vendas.

As vantagens de montar um e-commerce

Eu tenho certeza que, se você está pensando em montar um e-commerce, já deve ter se perguntado se realmente vale a pena investir nesse modelo de negócio. Acertei? Bem, é claro que empreender não é nada fácil, mas a internet oferece inúmeras possibilidades e traz milhares de vantagens para o empreendedor que deseja montar seu e-commerce.

Confira a seguir alguns dos motivos pelos quais você deve abrir um e-commerce!

Funciona 24 horas por dia

Uma loja física possui horário de funcionamento bem restrito e pouquíssimas contam com a possibilidade de funcionamento 24 horas por dia. Para quem deseja abrir uma loja de bolos, por exemplo, é inviável ficar aberto dia e noite, né?

Isso já não se aplica a um e-commerce, já que todos os sistemas de hospedagem permitem que sua loja fique disponível 24 horas por dia, permitindo com que os clientes realizem suas compras até mesmo de madrugada.

Isso significa que, ao montar um e-commerce, você fatura enquanto dorme e não precisará ter gastos extras com colaboradores e nem energia elétrica.



Maior alcance

Independentemente se você mora em uma grande metrópole ou em uma cidade pequena do interior, ao montar um e-commerce, você conseguirá alcançar um público muito maior, que ultrapassa as barreiras geográficas da sua cidade, Estado, e até mesmo, do Brasil.

Para que isso seja possível, é necessário realizar uma boa análise e criar boas condições de frete. Esse é um processo extremamente importante para quem deseja vender para todo o território nacional.

A dica é: tente fechar parcerias com vários tipos e portes de transportadoras, em vários Estados diferentes, além dos Correios, e utilize formas de pagamento universais, como o Paypal, por exemplo.

Economia

É cada vez mais barato abrir um e-commerce e mantê-lo em funcionamento. Para quem já possui espaço físico para isso, o investimento é ainda melhor, uma vez que você poderá utilizá-lo como parte da sua estrutura.

Basicamente, os custos iniciais que você terá são:

- *Plataforma de hospedagem do e-commerce;*
- *Compra de estoque;*
- *Emissão de notas fiscais;*
- *Investimento em Marketing Digital;*
- *Contratação de um ou mais funcionários para a sua área de atendimento ao cliente.*

Claro que também é bastante coisa, mas, em comparação a uma loja física, os gastos são bem menores. Quer uma prova disso? Então, pegue papel e caneta e faça uma lista de custos estimados que você poderia ter em uma loja física, incluindo:

- *Custos com aluguel;*
- *Valor gasto com água, luz, internet e segurança;*
- *Salário dos funcionários;*
- *Impostos;*
- *Custos de matéria-prima.*

Melhora o ROI

O Retorno Sobre o Investimento (ROI) é o lucro obtido após o investimento realizado pela empresa. Considerando que, quando comparado aos modelos de negócio tradicionais, o e-commerce é um modelo de negócio que escala em maior proporção, esse lucro pode ser obtido de maneira muito mais rápida.



Tipos de e-commerce

Você sabia que existem diversos tipos de e-commerce? Isso mesmo! Para cada tipo de e-commerce, há uma finalidade diferente e um público comprador diferente.

Independentemente do tipo que se enquadre no seu e-commerce, é importante trabalhar estratégias e campanhas de vendas que envolvam o público-alvo que deseja alcançar.

Dito isso, vamos conhecer a seguir os principais tipos de e-commerce e suas principais características. Você, provavelmente, já deve ter se deparado com algumas dessas siglas por aí, mas agora chegou a hora de conhecê-las melhor.

Business to Consumer (B2C)

Popularmente conhecido como e-commerce de varejo, o B2C é a modalidade que envolve a relação comercial direta entre vendedor e consumidor final. Esse processo de venda acontece de maneira 100% digital, exceto pela logística de entrega no caso de produtos físicos.

Um exemplo muito popular de e-commerce B2C é a Amazon. A plataforma é uma grande referência no segmento que entrega total conforto e liberdade para a realização de transações a qualquer hora e de qualquer lugar. Toda essa facilidade de compra e venda online tornou o B2C um dos setores da economia global com crescimento mais rápido. Estima-se que a modalidade gere cerca de 6,3 trilhões de dólares em vendas globais até o ano de 2024.





Business to Business (B2B)

Já no e-commerce B2B, a venda acontece entre duas pessoas jurídicas, o que significa que nessa modalidade uma empresa vende para outra.

Muitas variáveis precisam ser consideradas no e-commerce B2B. Por exemplo, é preciso considerar que, por se tratarem de compras corporativas, provavelmente elas terão um volume maior e, por isso, os compradores estarão sempre em busca dos melhores preços. Para tanto, é preciso saber negociar, criando uma margem de preço que seja vantajosa tanto para você, quanto para o cliente.

Outro ponto a se considerar é que as vendas no B2B têm grandes chances de recorrência. Por isso, quanto melhor for o seu processo de fidelização dos clientes, melhores serão os seus resultados.

Direct to Consumer (D2C)

Você fabrica algum produto e deseja vendê-lo ao consumidor final? Então, o seu modelo de negócio se encaixa no D2C. A maior vantagem nessa modalidade é que, neste processo, os intermediários da venda são eliminados, ou seja, toda a venda será feita entre você e o cliente, diminuindo os custos das vendas.

No entanto, é necessário investir em processos novos, que não façam parte do core business da sua empresa. Isso significa que, antes de investir no D2C, é preciso avaliar todos os prós e contras desse modelo de e-commerce.

Consumer to Business (C2B)

Já o e-commerce C2B envolve, principalmente, a negociação de serviços prestados pelo consumidor para a marca. Ficou confuso com esse processo? Calma, é muito simples!

Essa é uma forma de comércio eletrônico onde um indivíduo disponibiliza seus produtos ou serviços para determinada empresa comprar. A divulgação de um novo produto nas redes sociais, por exemplo, pode ser uma moeda de troca que o consumidor recebe, como forma de recompensa pela ação realizada.

Consumer to Consumer (C2C)

O modelo de e-commerce C2C foca nas relações comerciais entre dois consumidores finais. Um belo exemplo desse formato é o Mercado Livre, que permite que seus usuários negociem entre si seus produtos ofertados. Nesse caso, geralmente, a plataforma é remunerada com uma comissão sobre o valor da venda.

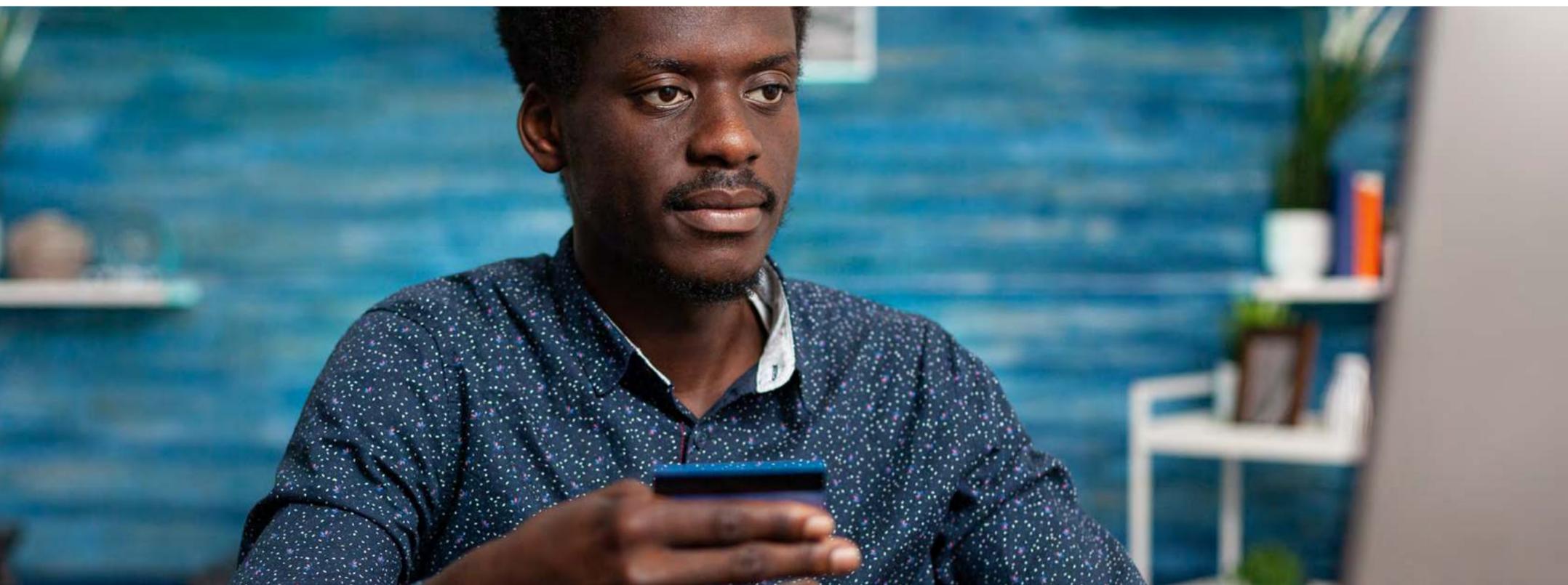
Para aumentar o faturamento desse tipo de e-commerce, é necessário criar ações que atraiam um grande número de negociadores e os incentive a ser mais engajados, fechando cada vez mais vendas. Para que isso seja possível, é indicado que se crie ações nas redes sociais, ofereça cupons de desconto e promoções atrativas como forma de incentivo à compra.

Business to employee (B2E)

Já parou para pensar que, quando seus próprios funcionários consomem e gostam dos seus produtos, eles podem fazer o famoso marketing boca a boca com muito mais propriedade para seus clientes? É exatamente essa a premissa dos e-commerces focados em B2E, cujo foco é direcionado às vendas exclusivas ou especiais para colaboradores da empresa.

Além de, claro, aumentar o faturamento, o principal objetivo do modelo B2E é aumentar a capacidade de atração e retenção de talentos da empresa, implantando táticas de recrutamento, planos de benefícios e inúmeras outras estratégias.

Isso não apenas facilita o dia a dia da equipe, como também aumenta a sua qualidade de vida, gerando mais engajamento, produtividade e motivação.





Consumer to Administration (C2A)

O C2A é um modelo de e-commerce pouco conhecido, mas muito importante. O formato é voltado para a administração pública, onde o órgão competente informa as suas demandas e os interessados e aptos em resolvê-las disponibilizam suas ofertas de serviços, criando, assim, um match entre as duas empresas.

Mobile Commerce (M-Commerce)

O M-commerce é um modelo voltado diretamente à venda por meio de dispositivos móveis como tablets e smartphones. Todas as vendas e compras devem, obrigatoriamente, ser feita por esses tipos de aparelhos.

Social Commerce (S-Commerce)

Esse, provavelmente, você deve conhecer e, inclusive, consumir bastante. O S-Commerce é um modelo de e-commerce adotado em redes sociais como o Facebook e Instagram, por exemplo, onde é possível criar lojas e anúncios para vender produtos e serviços.

Subscription Commerce (Clube de assinaturas)

O clube de assinaturas é, também, um formato muito popular no Brasil e apresenta diferentes modelos ou proposta de valor.

O primeiro deles é quando o cliente assina um pacote por um determinado tempo para ter o benefício do desconto. Ou seja, nesse formato, ele tem acesso a um preço mais barato do que se fosse comprar o produto ou serviço de forma avulsa.

O segundo modelo é o subscription commerce, focado diretamente na curadoria de produtos. Neste caso, um especialista da área em questão faz uma seleção especial de produtos e disponibiliza para os assinantes. Essa é uma forma muito mais personalizada e que, cada vez mais, tem cativado o consumidor.

Por último, temos o modelo de membership, formato em que apenas os assinantes têm acesso a determinados produtos e diferenciais.

Para esse tipo de e-commerce, é preciso conhecer muito bem o tipo de público que se deseja atingir, bem como definir muito bem o seu objetivo. Isso porque, esse formato é mais específico e não funciona com qualquer tipo de produto ou serviço.

Infoprodutos

Esse é, provavelmente, um dos tipos de e-commerce mais famosos dos últimos tempos. Focado na oferta de infoprodutos como e-books e vídeo aulas, esse tipo de e-commerce tem como objetivo facilitar a vida do público que o adquire e isso pode acontecer de diversas maneiras. Afinal, grande parte desses produtos são voltados para cursos online, com fundamentação de materiais educativos pertinentes.

Daí, se dá origem ao termo infoprodutos, sendo uma junção das palavras “informação” e “produtos”, indicando que estes são materiais ricos em algum tipo de conhecimento.

Dropshipping

O dropshipping é um tipo de e-commerce que consiste em terceirizar o estoque e a entrega de um produto. Trata-se de um canal para a conversão da venda, onde as demais etapas da compra são realizadas em outro endereço, por outra empresa e com outros responsáveis pelo envio do produto.

Parece complicado, mas não é. O dropshipping funciona da seguinte maneira: o varejista realiza a venda por meio de uma loja virtual ou marketplace, deixando o fornecedor responsável apenas pela embalagem, envio e pós-venda. Em alguns casos, o fornecedor também fica responsável pela troca e devolução da mercadoria, se assim necessário.

Como montar um e-commerce do zero?

Assim como em qualquer outro segmento, montar um e-commerce do zero requer uma série de cuidados, que envolvem desde a definição do produto ou serviço que se pretende vender, até o planejamento das estratégias para alcançar e captar mais clientes.

Não basta apenas ter um site com alguns produtos, é preciso se preparar para receber o maior número de clientes possível, e isso deve ser feito antes de você dar início às atividades na sua loja virtual!

Dito isso, vamos ao passo a passo de como montar um e-commerce do zero. Continue a leitura!

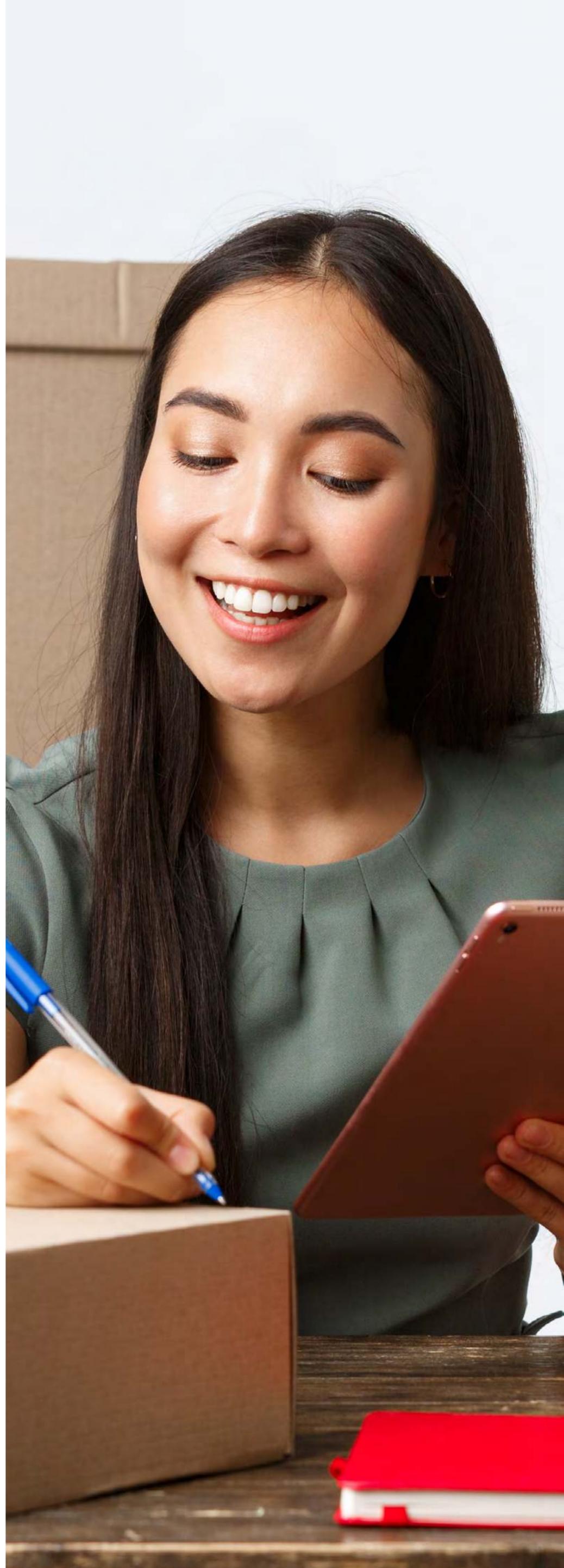
Tenha um plano de negócios

O primeiro passo para montar um e-commerce do zero é planejar. Sem planejamento, nada vai para frente. Para isso, é preciso analisar três essenciais perguntas. São elas:

- *O que você pretende vender?*
- *Para quem vai vender?*
- *De quem você vai comprar?*

Esse planejamento deve ser de forma escrita, envolvendo todas as questões do negócio. O plano de negócios de uma empresa deve conter informações como estoque, logística, público-alvo, tipo de produto que será vendido, mercado potencial, investimentos, área de atuação e muito mais.

Leve em consideração, também, a tendên-



cias do mercado e os dados econômicos. Os fatores externos influenciam diretamente no seu negócio. E, é claro, não se esqueça de analisar os concorrentes e de traçar um plano de ação para se destacar vendendo produtos semelhantes. Hoje, o mercado disponibiliza algumas ferramentas para monitorar os concorrentes que dão uma bela visão do mercado.

Crie uma identidade visual para o e-commerce

Em uma loja física, a estrutura e aparência são pontos muito importantes na captação de novos clientes. Isso também acontece nas lojas virtuais. O seu site deve ter uma identidade visual bem estruturada, organizada e atrativa, para que as pessoas consigam encontrar o que querem, de forma simples e rápida.

Mas, afinal, o que é identidade visual?

A identidade visual é um conjunto de imagens, cores, símbolos, logotipos, fontes e padrões visuais que representam graficamente a sua loja online. Por isso, a identidade visual do seu site deve ter a cara do seu negócio. É interessante que ela passe credibilidade, modernidade e, claro, também tenha fácil navegabilidade.

Para que tudo isso seja possível, é indispensável que o trabalho seja realizado por profissionais experientes e atualizados sobre as principais tendências. Durante esse processo, deve ser definido o padrão visual, as cores, disposição das fotos, fontes e muito mais. A criatividade deve ser bem explorada, mas de forma consciente. Um site com muitas informações fica poluído e dificulta a compreensão do leitor.





Escolha um domínio para o e-commerce

Chegou a hora de escolher o nome da sua marca, caso ainda não o tenha feito. Tão importante quanto realizar essa escolha, é também descobrir se ele está disponível na internet. O domínio do site é o endereço que levará as pessoas até a sua loja virtual. Ele não precisa, necessariamente, ter o mesmo nome 100% igual ao da sua marca, mas o ideal é que seja idêntico, para que o cliente possa assimilar com mais facilidade.

Além disso, se o endereço for um nome mais curto e simples, ela será mais fácil de ser lembrada e pronunciada. Tudo para que o cliente não encontre problemas na hora de digitar o site.

Pense que quanto melhor o domínio escolhido, menos você terá de gastar com divulgação, pois a memorização do nome já garante que muitas pessoas se lembrem da empresa. Além disso, ter um bom domínio pode garantir um melhor posicionamento no Google e nos demais mecanismos de busca.

Escolha uma plataforma para e-commerce

A escolha da plataforma ideal é talvez o passo mais importante para montar um e-commerce do zero, pois é ela quem vai determinar o futuro e garantir a boa navegação da sua loja virtual. A plataforma é como uma casa, ao mesmo passo que o domínio é o endereço.

Uma plataforma flexível e sujeita a mudanças é essencial para que você possa adaptá-la às suas necessidades e preferências. Vale lembrar, também, que as plataformas gratuitas são mais limitadas a isso, podendo atrapalhar o crescimento do seu negócio. Basicamente, existem duas opções de plataformas recomendadas: Open Source e as plataformas alugadas.

O Open Source é um sistema de código aberto que permite a livre customização na hora de construir a interface do e-commerce. Dessa forma, é possível mudar o layout

e as funções à sua escolha, porém não são a melhor opção para quem quer começar com algo simples e de baixo custo, pois exige que você tenha conhecimento em programação e invista um pouco mais de dinheiro.

Já nas plataformas alugadas, o vendedor paga apenas um valor, geralmente mensal, e não precisa se preocupar com o código do site, pois ele fica sob responsabilidade dos desenvolvedores da plataforma. Assim, basta alugar e já começar a cadastrar e divulgar seus produtos.

De certo modo, essa segunda opção é eficiente para quem deseja começar um e-commerce com pouco dinheiro, porém limita as opções de deixar o seu site com a cara do seu negócio.

Crie um site responsivo

Com a definição do domínio e da plataforma para e-commerce, é importante criar um site responsivo. Hoje em dia, isso deixou de ser um diferencial e se tornou uma necessidade. Os smartphones, tablets e, até mesmo, as Smart TVs fazem parte do dia a dia das pessoas, e muitas delas preferem fazer suas compras pelo próprio dispositivo móvel. É nesse momento em que surge a necessidade de ter um site responsivo.

Você deve estar se perguntando o que são sites responsivos. Acertei? São aqueles que, independentemente da plataforma ou do dispositivo em que estejam sendo acessados, adaptam seu layout ao tamanho e resolução de cada uma. É inviável criar um site diferente para cada dispositivo, por isso fica evidente a importância da responsividade do site.

Ter um site responsivo também te ajuda a ter uma posição melhor nos sites de busca. Quem já se adaptou a esse modelo fica um passo à frente daqueles que ainda não se atualizaram. Isso porque os mecanismos de busca entendem que sites responsivos respondem melhor e agradam mais os usuários. Logo, garantem sempre as primeiras posições nas pesquisas relacionadas.



Dependendo da plataforma escolhida para seu site, é possível que ela já ofereça essa opção de site responsivo.

Cuide da segurança do seu site

A importância de um sistema seguro para sua loja virtual não deve ser deixada de lado. Não só pela segurança das transações eletrônicas, que obviamente é muito importante, mas também pela experiência de compra dos clientes. Afinal, ninguém quer passar suas informações bancárias em um ambiente que não lhe passe o mínimo de segurança, né?

Empresas que trabalham com dados pessoais de clientes devem ter, obrigatoriamente, um Certificado Digital (SSL) que proteja essas informações. O certificado criptografa as mensagens entre empresa-cliente e cliente-empresa.

Com ele, é possível garantir que as informações só serão descriptografadas quando recebidas pelo destinatário. Dessa forma, mesmo que haja interceptação entre a transmissão, ninguém conseguirá acessar o conteúdo, garantindo máxima segurança aos dados confidenciais de seus clientes.

Ao não investir na segurança do site, os riscos são altos para ambas as partes. Os programas conhecidos como “malwares” podem se infiltrar no seu servidor e acessar o banco de dados da sua loja virtual. Entre os riscos que uma loja virtual está sujeita, estão as invasões que podem:

- *Modificar a estrutura do site;*
- *Usar recursos do sistema para aplicar golpes;*
- *Roubar informações bancárias por meio dos dados de pagamento;*
- *Roubo de outros tipos de dados, como o mailing da loja.*



Escolha as formas de pagamento

Ao mesmo passo em que se define os preços dos produtos por meio de uma análise do público-alvo e dos concorrentes, é necessário, também, escolher quais serão as formas de pagamento disponíveis no seu e-commerce.

Algumas plataformas oferecem a opção de pagamento através do próprio site, sem a necessidade de um intermediário. Entretanto, também é possível utilizar outros meios de pagamento, como o PayPal, por exemplo.

Quanto mais opções de pagamento o site tiver, melhor. É muito importante oferecer o maior número de opções possível para seus clientes, a fim de facilitar as condições de pagamento.

Muitas pessoas, principalmente por medo de oferecer seus dados bancários, optam pelo boleto. Enquanto outras, pela comodidade e praticidade, preferem efetuar seus pagamentos pelo cartão de crédito. Esse, muitas vezes, é um diferencial que pode levar os clientes a optarem por comprar na sua loja, e não na do concorrente.

Invista em estratégias de marketing para e-commerce

Perfeito, neste momento o seu e-commerce já está funcionando! Mas, se você não anunciá-lo, as pessoas nunca saberão que ele existe. Por isso, é preciso investir na divulgação do seu negócio, seja por meio das redes sociais, e-mail marketing, anúncios, links patrocinados ou por diversas outras ferramentas. Assim, é possível garantir que sua loja chegue até as pessoas certas.





O consumidor sempre recorre à internet para buscar mais informações sobre a marca e, também, para comparar produtos. Por isso, é muito importante manter seu marketing digital bem alinhado.

Para isso, é necessário desenvolver uma estratégia consistente e desembolsar um certo capital. Afinal, você precisará adotar ações e utilizar ferramentas que, para te trazerem retorno ao longo do tempo, precisarão contar com um investimento.

Para cuidar do marketing para seu e-commerce, é possível contratar uma agência especializada em marketing digital, contratar uma equipe interna para pensar em todas as estratégias focadas especialmente no seu negócio ou fazê-lo você mesmo. O importante é não ignorar essa etapa e nem se esquecer de que esse trabalho deve ser constante, não apenas para anunciar seus produtos ou serviços, como também para manter um bom relacionamento com seus clientes.

Cuide da logística do e-commerce

Assim que sua loja virtual começar a vender, você irá se deparar com um ponto crítico deste setor: o transporte das mercadorias a todos os clientes, em suas mais diversas localidades, com o menor custo possível.

Neste momento, a logística tem o papel de planejar, executar e controlar o transporte, frete e embalagem das mercadorias.

Além disso, o dono de um e-commerce também precisa considerar o atendimento à distância como parte da sua logística. Afinal, além de todo o trâmite de transporte, também é necessário estruturar uma área de atendimento que tire todas as dúvidas do cliente e resolva todos os trâmites burocráticos nos casos de troca e devolução. Esse atendimento pode ser realizado por e-mail, telefone ou WhatsApp.

Além de proporcionar uma vantagem competitiva interessante, ter uma boa logística fará com que você agrade uma grande fatia do mercado. Pois, acredite, grande parte dos e-commerces do país não tem uma estrutura de logística que agrade muito o público.

Atente-se à legislação

Assim como acontece com lojas físicas ou qualquer outro tipo de negócio, o e-commerce também possui leis, regidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CC) e pelo Decreto nº 7.962/2013, mais conhecido como Lei do E-commerce.

O primeiro foi criado muito antes do comércio eletrônico existir. Portanto, não possui elementos específicos para esse modelo de negócio. Já a Lei do E-commerce foi instaurada para preencher as lacunas que faltavam no CDC, tornando-se o principal regulador de e-commerce do Brasil.

As três frentes prioritárias da Lei do E-commerce são:

- *Informações claras e visíveis;*
- *Atendimento ágil e eficaz;*
- *Direito de arrependimento.*



Como abrir um e-commerce?

Agora que você já sabe tudo o que é necessário para montar um e-commerce do zero, chegou a hora de aprender todas as burocracias e exigências que envolvem a abertura de um negócio. Estamos falando deles: o enquadramento tributário, a definição do tipo e porte da empresa, a escolha societária e diversas outras informações que serão cruciais para o funcionamento 100% legalizado da sua empresa.

Continue a leitura e entenda o passo a passo para abrir seu e-commerce!

1 - Escolha o tipo de atividade do e-commerce

Ao decidir abrir um e-commerce, é necessário identificar o segmento da atividade que deseja atuar. Atualmente, é possível escolher entre três opções: prestação de serviços, comércio e indústria.

2 - Escolha a natureza jurídica

O segundo passo para abrir um e-commerce é definir o tipo de natureza jurídica da sua empresa. Isso ajudará a definir o melhor enquadramento do regime tributário.

Esse é um processo indispensável. Cada uma das modalidades possui suas diferentes normas de aplicação às normas, por isso, é importante que se tenha muito cuidado. Existem diversas naturezas jurídicas para empresas no Brasil. São elas:

- **Empresário Individual (EI):** formato constituído por uma única pessoa, cujo nome empresarial deve ser composto por seu nome civil, completo ou abreviado. É a pessoa física titular da empresa, podendo constituir apenas uma em seu nome;
- **Sociedade Limitada (LTDA):** natureza jurídica que reúne dois ou mais sócios a fim de explorar atividades de produção ou circulação de bens e serviços. Nesse formato, inclui-se todas as empresas que contribuem com moeda para formação de capital social e realização da constituição empresarial;
- **Sociedade Simples (SS):** formato composto por empresas que exploram atividades de prestação de serviços decorrentes de atividades intelectuais e de cooperativa. Ou seja, os sócios não exercem nenhuma atividade voltado ao comércio mas, sim, desempenham suas profissões, como é o caso de contadores e advogados;
- **Sociedade Anônima (SA):** voltado a todas as empresas que não atribuem seu capital social a um nome específico mas, sim, se dividem em ações. Essas ações podem ser transacionadas livremente. Neste caso, não é necessário nenhum contrato social ou outro ato oficial como nas sociedades limitadas.

3 - Escolha o porte da empresa

A escolha do porte da empresa é uma etapa muito importante e que deve ser realizada com cautela. Se essa escolha não for bem feita, você pagará impostos além do que é devido, ou pagará menos do que deveria. Em ambos os casos, isso trará inúmeros problemas com o Fisco.

Atualmente, os portes mais comuns de empresas que o empresário pode escolher são: MEI, ME e EPP.

Para fazer a escolha certa, é importante que as especificações da empresa se adequem às exigências do porte desejado e respeitem o teto de faturamento estipulado em cada um dos portes.

Conheça, a seguir, as especificações de cada um dos tipos de porte de empresa!

Microempreendedor Individual (MEI)

O MEI tem como objetivo incentivar a formalização de pequenos negócios, gerenciados por empreendedores individuais. A modalidade conta com teto máximo de faturamento de R\$81 mil por ano e não permite com que o empresário participe como sócio ou titular de outra empresa.

Microempresa (ME)

Já uma ME é classificada como um porte de empresa e possui o teto de faturamento de até R\$360 mil por ano e permite a participação de empresários individuais e sócios.

Diferente do MEI, onde a abertura pode ser realizada online e não tem muita burocracia nos processos, a gestão de uma ME é mais complexa, pois precisa de um contrato social.



Empresa de Pequeno Porte (EPP)

A EPP é a abreviação para uma Empresa de Pequeno Porte e para ser enquadrada nessa modalidade é necessário ter um faturamento de R\$360 mil a R\$4,8 milhões por ano.

Além disso, outra mudança significativa nessa modalidade, em comparação às outras, é o número de funcionários. Empresas de comércio ou serviços, por exemplo, devem ter de 10 a 49 funcionários, enquanto indústrias ou empresas de construção precisam ter de 20 a 99 funcionários.

4 - Documentos necessários para abrir um e-commerce

Para abrir um e-commerce, é necessário apresentar uma série de documentos importantes que garantem a segurança e a legalização da empresa. É preciso ter muita atenção às datas e prazos estipulados nesta etapa, para garantir que todos eles sejam entregues dentro do tempo certo. Isso porque, alguns desses documentos possuem data de validade e, por isso, devem ser entregues de acordo com ela.

A seguir, confira a lista de documentos necessários para abrir uma empresa.

Para os sócios

Caso você monte um e-commerce com sócios, será necessário reunir os seguintes documentos de cada um deles:

- *Certidão de casamento (se casados);*
- *1 cópia simples do comprovante de residência;*
- *2 cópias autenticadas do RG e CPF de cada (CNH também é válida);*
- *1 cópia da folha do IRPF, caso tenha comprovado no ano ano vigente.*

Para a empresa

Já no que diz respeito à documentação da empresa, será necessário apresentar:

- *2 cópias simples d IPTU do imóvel sede;*
- *CNPJ;*
- *2 cópia do Contrato de Locação ou Compra e Venda do imóvel.*

E-commerce precisa de alvará de funcionamento?

É muito comum que neste momento surja a dúvida sobre a obrigatoriedade de ter um alvará de funcionamento para um e-commerce. Por isso, sem enrolação, é importante ter em mente que, sim, é obrigatório ter um alvará de funcionamento para o seu e-commerce.

De acordo com a lei, comércios, indústrias, serviços e associações precisam, obrigatoriamente, de um alvará. Ou seja, todo tipo de empresa precisa de um alvará para funcionar, incluindo o e-commerce.

Na maioria dos Estados brasileiros, é possível solicitar o alvará gratuitamente pela internet. O documento é emitido pela Prefeitura Municipal ou por algum outro órgão Governamental.

Para emitir um alvará de funcionamento para e-commerce, é necessário apresentar os seguintes documentos:

Planta do imóvel em que pretende abrir o e-commerce;

Cópia do recibo do IPTU pago;

CPF e RG, originais ou cópias, do responsável pelo negócio;

Cadastro do Contribuinte Mobiliário, ou CCM, obtido na Secretaria das Finanças;

O setor, Quadra e Lote (SQL) do imóvel;

Declaração de atividade: para quê você usará o imóvel e qual área será destinada aos consumidores;

Certificado de conclusão de imóvel recém-construído.



5 - Realize o registro da empresa na Junta Comercial

A sua empresa só funcionará legalmente após ser registrada na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas. Esse registro é como uma espécie de certidão de nascimento da empresa e deve ser feito antes de obter o CNPJ. Para isso, é necessário apresentar o Contrato Social e os documentos do sócio da empresa no cartório municipal.

6 - Abra o CNPJ da empresa

Abrir um CNPJ de empresa é muito simples. Após fazer o registro na Junta Comercial, você receberá o Número de Identificação do Registro de Empresa (NIRE), que será solicitado no site da Receita Federal no momento da abertura do CNPJ.

No site, faça o download do Programa Básico de Entrada. Em seguida, imprima, preencha e envie pelos Correios, ou leve pessoalmente, o documento para a Receita Federal.



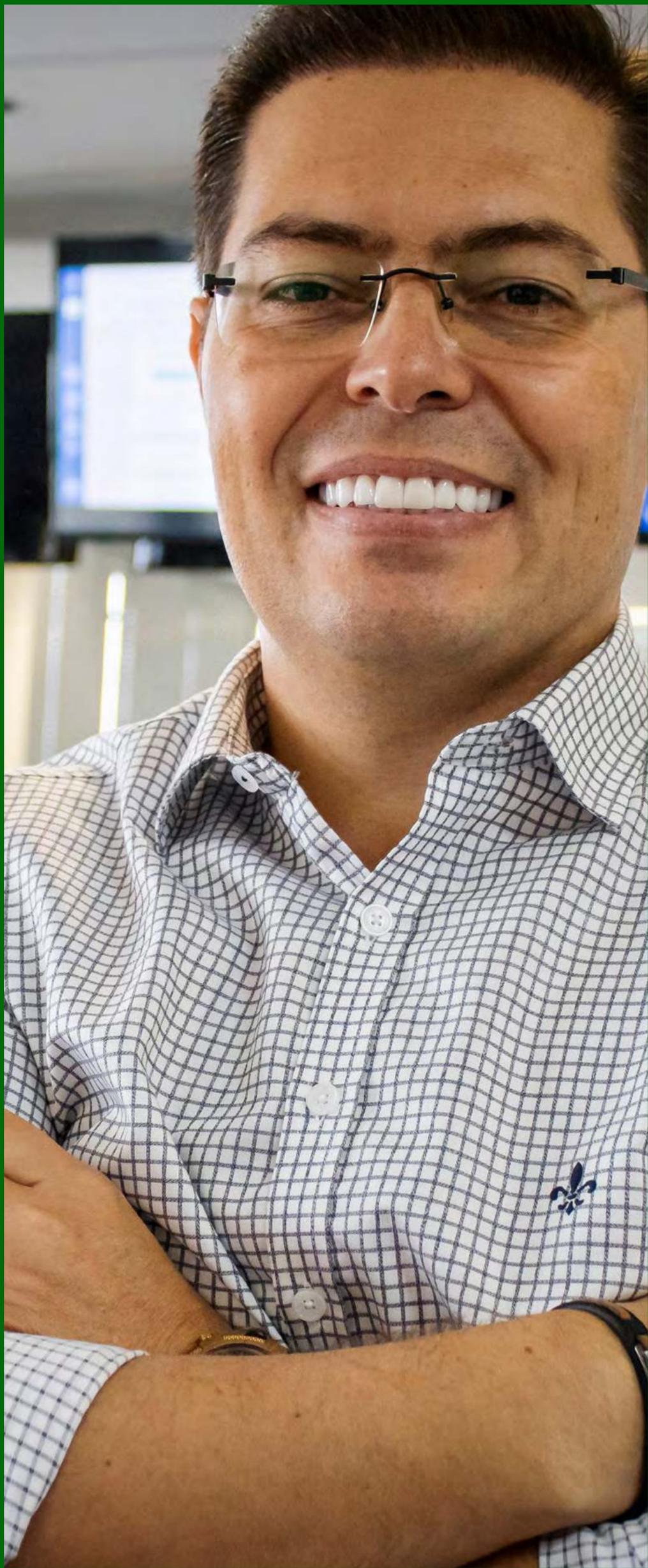
Quanto custa para montar um e-commerce?

Essa é uma questão bem ampla e complicada, porque, como você viu, existem uma série de decisões que precisam ser tomadas durante o processo de abertura de um e-commerce e que impactam diretamente no preço final. Porém, a partir do porte de empresa que você pretende abrir, já é possível ter uma ideia do custo total para montar um e-commerce.

Por exemplo, se você quer começar investindo pouco, abrindo um e-commerce como MEI, precisará investir entre R\$1 mil e R\$5 mil. Agora, se você pretende montar um e-commerce como ME, o seu investimento inicial será de R\$5 mil a R\$50 mil, aproximadamente.

Já para abrir um e-commerce no formato de EPP, o custo pode variar de R\$50 mil a até R\$500 mil.

Todos esses valores são estimativas e podem variar de acordo com o tipo de produto ou serviço ofertado, bem como de seus objetivos a curto, médio e longo prazo.



Sobre o Abertura Simples

Nós, do Abertura Simples, realizamos todo esse processo para que o empreendedor que deseja abrir um e-commerce realize seu sonho de forma rápida, simples e segura, sem dores de cabeça. Além disso, oferecemos diversos serviços adicionais aos parceiros que decidem abrir qualquer empresa conosco.

Entre as diversas vantagens da Abertura Simples estão o atendimento humanizado, serviço de entrega e recolhimento de documentos e o preço justo. Disponibilizamos também as funções de Contabilidade, Fiscal, Recursos Humanos e Legalização, como alvará de funcionamento, CADAN, Anvisa e muito mais.