#62 AGOSTO 2025 informativo empresarial FECOMERCIOSP

ExpressoMEI

VENDAS

Entre de uma vez por todas no e-commerce e não perca oportunidades

PASSO A PASSO

Ferramenta oferece assessoria contábil gratuita

PERGUNTE AO CONSULTOR

Checklist ESG indica os caminhos para se tornar sustentável

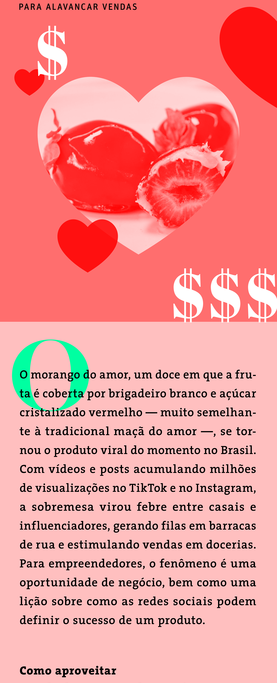
DESTAQUE

Morango do amor: inspire-se e surfe na onda do momento

CAPA

Doce do momento pode impulsionar os negócios

PRODUTO, QUE SE TORNOU FEBRE NAS REDES SOCIAIS, MOSTRA A IMPORTÂNCIA DE ESTAR ATENTO ÀS TENDÊNCIAS PARA ALAVANCAR VENDAS



O morango do amor, um doce em que a fruta é coberta por brigadeiro branco e açúcar cristalizado vermelho — muito semelhante à tradicional maçã do amor —, se tornou o produto viral do momento no Brasil. Com vídeos e posts acumulando milhões de visualizações no TikTok e no Instagram, a sobremesa virou febre entre casais e influenciadores, gerando filas em barracas de rua e estimulando vendas em docerias. Para empreendedores, o fenômeno é uma oportunidade de negócio, bem como uma lição sobre como as redes sociais podem definir o sucesso de um produto.

Como aproveitar a onda do morango do amor?

Se atua no ramo alimentício, fabricar ou revender o doce viral é mais do que uma oportunidade de ouro para lucrar neste momento. Mas mesmo os empreendedores de outras áreas podem se beneficiar com o produto.

Pela simplicidade da receita, o doce pode ser oferecido a baixo custo no comércio, como brinde na prestação de serviços ou adicionado a kits e outras ações para turbinar o valor agregado.

Confira, a seguir, algumas dicas para se destacar e aproveitar essa febre do momento.

- **Ofereça um diferencial** — como muitas lojas já estão vendendo o produto tradicional, destacar-se é importante. Inove com versões temáticas (como morangos com coberturas especiais, recheios ou embalagens personalizadas para presentes). Que tal testar a receita com outras frutas da estação?
- **Use as redes sociais a seu favor** — poste vídeos curtos e chamativos no TikTok e nos Reels mostrando processo de produção, clientes satisfeitos ou até mesmo *hacks* de consumo. Hashtags como #MorangodoAmor e #ViralNoTikTok podem aumentar o alcance.
- **Pacotes promocionais** — crie combos para casais ou grupos, como "Morango do amor + taça de espumante" ou "Kit Date Night", agregando valor à experiência.
- **Parcerias com influenciadores** — colabore com microinfluenciadores locais para divulgar o produto, oferecendo amostras ou descontos em troca de posts.
- **Atendimento rápido e delivery eficiente** — como a demanda é alta, garantir entrega ágil e boa qualidade evita frustrações e mantém a reputação.

Redes sociais como termômetro do mercado

O sucesso repentino do morango do amor reforça um ponto crucial para os negócios atualmente — estar atento às redes sociais não é opcional, mas estratégico.

Produtos virais podem gerar receita rápida, porém o verdadeiro ganho está em entender o comportamento do consumidor e antecipar tendências. Por isso, a dica primordial é: empreendedores devem monitorar plataformas como TikTok e Instagram não só para surfar nas ondas, como também para identificar padrões e inovar antes da concorrência.

Para quem quer se preparar para futuras explosões de demanda, a dica é:

- acompanhe *hashtags* e desafios virais;
- analise *insights* de engajamento (o que está sendo mais compartilhado?);
- teste versões adaptadas de produtos em alta (ex.: se chocolates artesanais bombarem, crie uma linha similar).

Enquanto o morango do amor domina as vendas, negócios que souberam capitalizar a tendência já colhem os frutos, literalmente. Esteja preparado para todas as tendências das redes sociais.

QUER SABER?

SENAC EAD!

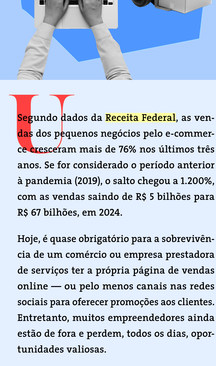
PÓS-GRADUAÇÃO

ÚLTIMOS DIAS DE INSCRIÇÃO

VENDAS

E-commerce se consolida como canal indispensável para os pequenos negócios

VENDAS VIA PLATAFORMAS DIGITAIS CRESCERAM 76% EM TRÊS ANOS; SAIBA COMO ALCANÇAR O SUCESSO NOS MARKETPLACES



Segundo dados da Receita Federal, as vendas dos pequenos negócios pelo e-commerce cresceram mais de 76% nos últimos três anos. Se for considerado o período anterior à pandemia (2019), o salto chegou a 1.200%, com as vendas saindo de R$ 5 bilhões para R$ 67 bilhões, em 2024.

Hoje, é quase obrigatório para a sobrevivência de um comércio ou empresa prestadora de serviços ter a própria página de vendas online — ou pelo menos canais nas redes sociais para oferecer promoções aos clientes. Entretanto, muitos empreendedores ainda estão de fora e perdem, todos os dias, oportunidades valiosas.

Confira, a seguir, um jeito fácil e barato de começar a vender pela internet com os marketplaces.

Utilizando a estrutura de plataformas varejistas já conhecida, o empreendedor poupa recursos para focar na estratégia de venda, na fidelização e nas promoções. Contudo, para o sucesso da empreitada, o MEI deve considerar alguns pontos importantes para criar uma reputação confiável.

1 ESCOLHA DA PLATAFORMA

Existem muitas opções de marketplace no mercado, então, no momento da escolha, o MEI deve analisar quais plataformas serão mais úteis ao seu modelo de negócios e aos produtos.

É importante saber se itens similares aos seus são frequentemente procurados na plataforma, além de conhecer as taxas praticadas e as formas de pagamento e entrega disponíveis, bem como o seu prazo.

2 ANÚNCIOS ATRATIVOS

Os marketplaces são verdadeiros sites de buscas de produtos, nos quais o cliente digita a marca ou as características do item que pretende adquirir. Para se destacar em meio a um "mar" de anúncios, o empreendedor deve focar esforços na elaboração da oferta, escolhendo as palavras-chave — ou seja, descrever, com a maior precisão possível, o produto e as características no título do anúncio.

Outra ferramenta útil é o seu "produto estrela", o carro-chefe da loja virtual, aquele item que é o seu diferencial no mercado — que pode ser pela exclusividade que consegue disponibilizá-lo ou pelo preço competitivo que oferta. Identificar esse item fará com que a marca venda mais e incentive a comercialização de outros produtos, uma vez que, no marketplace, quanto mais vendas uma loja fizer, mais será recomendada para novos clientes.

3 FOCO NO ESTOQUE

Como citado no item anterior, ao vender mais, sua loja acaba sendo indicada para mais gente, então, dispor de um estoque reforçado para atender à demanda é fundamental. Se o MEI está começando na plataforma, é recomendável que restrinja a variedade de produtos para conhecer o mercado e identificar os mais vendidos. Assim, é possível planejar com mais precisão os itens que sempre devem estar presentes no estoque.

A rapidez na entrega (Correios ou transportadora) também influencia a satisfação do cliente. Fique atento aos limites de horários estabelecidos pelas empresas para que o produto seja entregue no prazo anunciado. Alguns marketplaces dão a opção de deixar mercadoria já separada e embalada no próprio estoque (a modalidade *full* do Mercado Livre, por exemplo). Essa possibilidade dá mais rapidez na entrega e barateia o frete.

4 PREÇO COMPETITIVO

Oferecer o menor valor pode ser um grande diferencial de mercado para superar a concorrência. Contudo, para obter lucro, o empreendedor deve levar em consideração todos os custos do produto na hora de calcular o preço. Na conta, devem entrar as despesas com o fornecedor (ou a matéria-prima e o tempo de produção, caso a mercadoria seja de fabricação própria), os gastos com transporte, as taxas da plataforma e do sistema de pagamento, entre outros.

5 FRETE

A opção de frete grátis, apesar de ser o sonho de qualquer cliente, nem sempre é um benefício viável para o comerciante, pois tem um grande potencial de comprometer as finanças. O valor varia de acordo com a região de entrega, as dimensões e o peso do produto. Alguns lojistas adotam algumas estratégias, como as de fretes fixo e grátis.

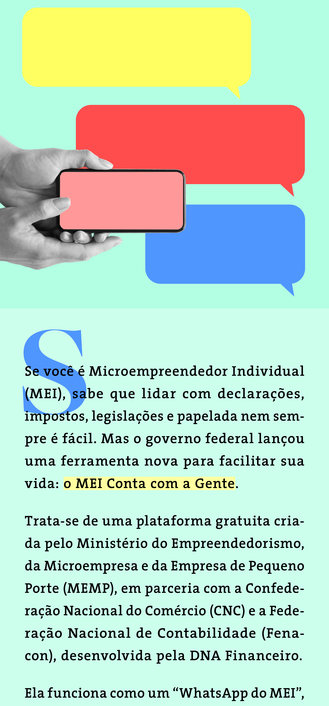
Para produtos leves e pequenos, o frete fixo pode ser uma boa alternativa, pois estabelece o mesmo valor, independentemente da localidade do cliente. Já o grátis deve ser muito bem pensado, uma vez o que vendedor arcará com os custos do envio. Dentro da estratégia de venda, é possível estimular o cliente a adicionar mais produtos no carrinho de compras para utilizar apenas um envio. Delimite um teto mínimo de produtos (pelo preço ou por dimensões do pacote) para oferecer a opção.

Quer saber mais sobre os primeiros passos para empreender no marketplace? Baixe o **e-book da FecomercioSP gratuitamente aqui.**

PASSO A PASSO

Ferramenta gratuita aproxima o empreendedor de contador

NO MEI CONTA COM A GENTE, É POSSÍVEL TIRAR DÚVIDAS SOBRE A ABERTURA DA EMPRESA, RESOLVER PENDÊNCIAS E RECEBER ORIENTAÇÕES COM UM TIME DE ESPECIALISTAS



Se você é Microempreendedor Individual (MEI), sabe que lidar com declarações, impostos, legislações e papelada nem sempre é fácil. Mas o governo federal lançou uma ferramenta nova para facilitar sua vida: o MEI Conta com a Gente.

Trata-se de uma plataforma gratuita criada pelo Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP), em parceria com a Confederação Nacional do Comércio (CNC) e a Federação Nacional de Contabilidade (Fenacon), desenvolvida pela DNA Financeiro.

Ela funciona como um "WhatsApp do MEI", em que você tira dúvidas com a Inteligência Artificial e, se precisar, ainda pode conversar com contadores reais — tudo sem pagar nada pelo primeiro atendimento.

O boletim **Expresso MEI** preparou um passo a passo para você saber como a plataforma pode ajudar a solucionar os seus problemas.

1 VOCÊ PERGUNTA

Qualquer dúvida sobre MEI, como:

- "Como me cadastrar como MEI?"
- "Quando devo pagar o DAS?"
- "Posso emitir nota fiscal?"
- "Como declarar o meu faturamento?"
- "Ultrapassei o limite de faturamento, o que devo fazer?"
- "Preciso fazer a declaração de Imposto de Renda?"
- "Quais atividades posso exercer como MEI?"
- "Como encerrar a minha empresa como MEI?"

2 A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL RESPONDE NA HORA

Dúvidas mais simples (como prazos e valores) são respondidas na mesma hora pelo robô.

3 SE QUISER, PODE FALAR COM UM CONTADOR DE VERDADE

Se a resposta automática não resolver, você pode ser direcionado para um contador parceiro da sua região. O primeiro atendimento é gratuito.

4 RECEBE ORIENTAÇÃO PERSONALIZADA

O contador ajuda a:

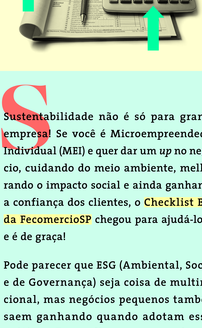
- regularizar pendências;
- entender obrigações fiscais;
- melhorar a gestão do seu negócio.

E tudo isso com segurança, já que os profissionais são qualificados e experientes. Como dito anteriormente, o primeiro atendimento com um contador real é gratuito. Se precisar de mais ajuda, é possível fechar um serviço pago diretamente com o profissional. Além de ajudar o MEI na burocracia do dia a dia, a plataforma também é uma oportunidade para os profissionais contábeis incrementarem a carteira de clientes e aumentar o portfólio.

PERGUNTE AO CONSULTOR

MEI sustentável? Faça um diagnóstico gratuito do seu negócio

O CHECKLIST ESG DA FECOMERCIO-SP AJUDA O EMPREENDEDOR A ENTENDER O MOMENTO DO SEU NEGÓCIO E INDICA ONDE INVESTIR PARA SE TORNAR MAIS SUSTENTÁVEL



Sustentabilidade não é só para grande empresa! Se você é Microempreendedor Individual (MEI) e quer dar um *up* no negócio, cuidando do meio ambiente, melhorando o impacto social e ainda ganhando a confiança dos clientes, o **Checklist ESG da FecomercioSP** chegou para ajudá-lo — e é de graça!

Pode parecer que ESG (Ambiental, Social e de Governança) seja coisa de multinacional, mas negócios pequenos também saem ganhando quando adotam essas práticas. E o melhor: agora você pode fazer um diagnóstico rápido na plataforma do **Fecomercio Lab** e descobrir como está o nível de maturidade ESG do seu empreendimento.

Por que ESG também é para o pequeno negócio?

Você já parou para pensar que, hoje, grande parte dos clientes prefere marcas responsáveis? Quem mostra preocupação com:

- **meio ambiente** (combate ao desperdício, reciclagem, uso de energia limpa);
- **impacto social** (apoio a projetos sociais e à comunidade);
- **governança** (organização, transparência, programa de diversidade e inclusão).

Ganha mais confiança, fideliza clientes e ainda pode atrair parcerias!

E o Checklist ESG da FecomercioSP vai ajudá-lo justamente a identificar onde o seu negócio pode melhorar nesses pontos.

3 vantagens de fazer o Checklist ESG

- **Melhora a reputação**: clientes e parceiros valorizam os negócios que se preocupam com sustentabilidade e ética. Se você mostrar que o seu MEI segue boas práticas, ganhará vantagem sobre a concorrência.
- **Previne problemas futuros**: descubra se está em dia com algumas leis ambientais referentes a descarte correto de resíduos e logística reversa e evite multas!
- **Pode abrir portas para novas oportunidades**: grandes empresas já exigem fornecedores com práticas ESG. Se o seu MEI estiver alinhado com a agenda, poderá fechar parcerias melhores!

Como funciona o Checklist ESG?

É um teste rápido e gratuito que mapeia como está a maturidade ESG do seu negócio. Você responde a um questionário e, no fim, recebe:

- um diagnóstico do seu nível ESG (do elementar — básico ao transformador — avançado);
- recomendações personalizadas (o que pode melhorar);
- e-books com dicas práticas (como implementar ações sustentáveis sem gastar muito);

E o melhor: não precisa ser expert em sustentabilidade! A ferramenta é simples e intuitiva, perfeita para MEIs.

Como fazer o diagnóstico gratuito?

É rapidinho! Siga esses passos abaixo.

Acesse a plataforma **Checklist ESG**.

- Selecione o porte da sua empresa (como MEI, indique a primeira opção, com faturamento anual de até R$ 360 mil).
- Responda ao questionário.
- Veja o resultado e as dicas personalizadas.

Pronto! Agora é só pôr em prática e começar a transformar o seu MEI em um negócio mais sustentável e competitivo.

Como o MEI pode ser sustentável?

Pequenas ações já fazem diferença! Exemplos:

- usar embalagens de matérias-primas recicladas e que sejam efetivamente recicláveis (se vende produtos);
- reduzir desperdício de energia (desligar computadores quando não usar);
- apoiar uma causa social (doar produtos ou serviços, incentivar projetos locais etc.).

CRISTIANE CORTEZ,
assessora da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)

FECOMERCIOSP | Sesc Senac

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PRESIDENTE
ABRAM SZAJMAN
PRESIDENTE EM EXERCÍCIO
IVO DALL'ACQUA JÚNIOR
SUPERINTENDENTE
ANTONIO CARLOS BORGES
ASSESSORIA TÉCNICA
ALBERTO BORGES DE CARVALHO JÚNIOR, EDUARDO PASTORE, REINALDO MENDES E SARINA SASAKI MANATA

COORDENAÇÃO EDITORIAL E PRODUÇÃO TUTU

DIRETOR DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DEMIAN RUSSO
DIRETORES CRIATIVOS CLARA VOEGELI E DEMIAN RUSSO
EDITOR LUCAS MOTA
TEXTO CAMILA SILVEIRA E FILIPE LOPES
REVISÃO FLÁVIA MARQUES
DIRETORA DE ARTE CAROLINA LUSSER
EDITORES DE ARTE DÉBORA FARIA, JOÉLSON BUGGILLA E PAULA SECO
DESIGNERS JÔNIA CAON, ANNIMA DE MATTOS E ALBERTO LINS

FALE COM A GENTE
PUBLICACOES@FECOMERCIO.COM.BR
WWW.FECOMERCIO.COM.BR