

MERCADO LIVRE E A ANÁLISE SWOT

Autor(res)

Claudia Yuki Tanaka
Giulia Araujo Cruz De Castro Lopes

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

O objetivo desse trabalho é esboçar a análise SWOT, usada pelas organizações tanto para conhecerem seu contexto interno (fraquezas e forças) bem como o seu quadro externo (oportunidades e ameaças), feita a partir da pesquisa sobre a empresa Mercado Livre, segunda empresa com maior valor de mercado da América Latina, atrás somente da Vale. Presente em 18 países da América Latina, o Mercado Livre foi fundado buscando democratizar e revolucionar o e-commerce da região. Em 1999, na Argentina, foi pensado numa plataforma (site) que pequenos, médios e grandes vendedores pudessem ter o mesmo público, seja com produtos novos e usados e hoje, vende-se até carros, e o Mercado Livre ganha um percentual em cima de cada determinado produto. Com o super crescimento durante a pandemia, a empresa deseja triplicar seu quadro de funcionários, para melhor atender seus compradores.