

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

Psicolor

Marília
2022

MODELO DE NEGÓCIOS | NOVOTEC MARKETING
Relatório Final

Psicolor

Geovanna Inácia do Nascimento
Francis de Souza Junior
Thais Ribeiro da Luz Bitencorte

Professor Orientador: Luciana Cristina Leite

Marília
2022

MODELO DE NEGÓCIOS

APRESENTAÇÃO

O aplicativo Psicolor é uma ferramenta mobile que permite a consulta rápida de informações sobre a aplicação de cores, a partir do conceito de psicologia das cores, para subsidiar estratégias de marketing. Esta modalidade permite que diferentes profissionais se utilizem da psicologia das cores para impactar positivamente em suas estratégias de marketing explorando o aspecto visual como impulsionadores de emoções, seja em seus produtos ou na identidade visual de uma marca. A missão da Psicolor é ajudar os profissionais de marketing ou empreendedores em geral ou mesmo estudantes a promover seus produtos por meio de cores que estejam em consonância com seus ideais. A proposta, é que App seja uma ferramenta de fácil manuseio e objetiva, configurando-se como uma alternativa alinhada às novas tecnologias. Para tanto, o presente projeto utiliza-se de ferramentas para modelagem de negócios como o Canvas, o Design da proposta de valor e Estratégia do Oceano vermelho e azul e do Design Thinking. O projeto é composto por alunos do Curso Técnico de Marketing Integrado ao Ensino Médio com a perspectiva de proporcionar uma ferramenta para potencializar a utilização das cores como estratégia de marketing, sendo composto pelos alunos Francis, Giovanna e Thais.

SUMÁRIO

SUMÁRIO	3
SUMÁRIO EXECUTIVO	4
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	6
1.1 Problema	6
1.2 Solução Potencial.....	6
1.3 Valor para o cliente	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação.....	7
1.5 Time de projetos	7
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO	8
2.1 Identidade da Empresa	8
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	10
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	10
2.4 Formalização do Negócio	11
2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio	12
Tópico 3 PRODUTO	13
3.1 Escopo do Produto.....	13
3.2 MVP.....	13
3.2.2 Processo de Validação	16
Tópico 4 MERCADO	17
4.1 Competidores	17
4.2 Pesquisa de Campo.....	17
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo.....	18
4.2.2 Análise de Dados.....	19
4.4 Ambiente Interno e Externo	22
4.5 Marketing e Vendas	23
4.5.1 Composto de Marketing	23
4.6 Pivotagem do Mercado	23
Tópico 5 FINANÇAS	24

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Propósito

O mercado competitivo tem provocado a emergência por adequações nas estratégias de marketing das empresas, a fim de criarem diferenciais competitivos. No âmbito do marketing, por exemplo, as empresas têm buscado explorar novos conceitos para promover produtos e serviços, sendo que o marketing de conteúdo é processo fundamental quando se quer publicar conteúdo personalizado e, neste caso, a aplicação de cores adequadas configura-se como uma técnica estratégica para despertar o interesse do consumidor.

Segundo Patel (2022), a cor representa uma ferramenta poderosa para a transmissão de ideias, atmosferas e emoções, e pode captar a atenção do público de forma forte e direta. Neste caso, as Cores e a psicologia das cores são usadas nas marcas e nas logomarcas de empresas para que elas sejam lembradas pelos consumidores (PATEL, 2022).

A Psicolor é uma proposta que busca fomentar a utilização de novas tecnologias e recursos de marketing para potencializar a promoção de produtos e serviços baseados nas cores. Os diferenciais do projeto são:

- Construção de uma ferramenta que facilite a escolha de cores e que esteja baseada na psicologia das cores.
- Foco na utilização da ferramenta em ambientes de estudos e profissionais como facilitador na definição de estratégias baseadas no marketing de conteúdo.

2. Definição do Negócio:

A ferramenta é um App disponibilizado em lojas de aplicativos (inicialmente para Android) para download gratuito. O projeto funcionará na modalidade Inova Simples.

3. Time de Projeto:

O time será composto por três alunos do curso de Técnico em Marketing que estão engajados no desenvolvimento das seguintes propostas.

- Apresentação de cores para criação e identidade visual;
- Significado das cores para elaboração de conteúdos promocionais;
- *Insights* para o desenvolvimento de produtos digitais;
- Marketing e lançamento de produtos digitais;

4. Produtos e Serviços:

- Paleta de cores
- Significado das cores (Psicologia das cores)

- Sugestões para aplicação de cores no marketing

5. Localização:

A sede da empresa estará localizada em um *Coworking* na cidade de Marília -SP e sua atuação será nacional.

6. Mercado e Competidores:

O aplicativo pretende atender o segmento de serviços focados no marketing de conteúdo, bem como estudantes de marketing para criação ou design de produtos ou comunicação. Os potenciais clientes são profissionais, empreendedores e estudantes com foco na criação de comunicações e considera-se que esse público-alvo deva ser criativo e inovador ao comunicar seu produto, de modo a despertar o lado emocional do potencial cliente e influenciar na sua decisão de compra. Logo, a psicologia das cores impacta positivamente como estratégia de marketing.

Já quanto o mercado e a proposta apresentada, não foram localizados potenciais concorrentes diretos que ofereçam o mesmo ecossistema de serviços, ou seja, que estejam focados em ferramentas de consulta rápida e baseados na psicologia das cores. Os concorrentes atuais têm como foco a disponibilização de informações por meio de sites, sem possibilidades de acesso mobile da ferramenta.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

Na configuração de um negócio, seja ele um produto ou um serviço, o papel do Marketing é de extrema importância visto que, dentre seus objetivos, está a de convencer um cliente a aceitar a proposta de valor ofertada. Para tanto, é comum que o profissional de marketing se aproprie de diferentes ferramentas para criar uma comunicação atrativa para seu cliente, inclusive influenciando-o por meio das cores.

Na atual conjuntura, o empreendedorismo tem sido crescente no Brasil e influenciado a inclusão de diferentes públicos na abertura de negócios atingindo em 2021, segundo a pesquisa do Sebrae, o percentual de crescimento de 19,8% (PORTAL TERRA, 2021), fazendo parte dessa realidade inclusive empreendedores informais ou mesmo àqueles que buscaram uma alternativa para vencer as dificuldades da pandemia. No entanto, embora tenha-se essa realidade, nem sempre o empreendedor iniciante detém o conhecimento necessário para impulsionar os seus negócios e nem mesmo se atenta à necessidade de comunicar o seu produto com atratividade utilizando-se de ferramentas de marketing, inclusive na definição da sua identidade visual que reflete as cores e símbolos que traduzam os objetivos e metas do empreendimento. Isso ocorre, em grande parte, pela falta de conhecimento sobre a importância das cores para o sucesso dos negócios.

Partindo dessa problemática, entende-se a necessidade de promover o conhecimento sobre a importância das cores na definição de identidade visual dos negócios, principalmente para o empreendedor que pouco conhece sobre o assunto, propondo-se assim, um aplicativo que contribua para o conhecimento do empreendedor sendo este baseado na utilização da psicologia das cores como ferramenta de marketing.

1.2 Solução Potencial

Uma pesquisa feita pela Kissmetrics constatou que cerca de 93% dos consumidores levam em conta o aspecto visual de um produto antes de comprá-lo. Isso mostra que, em um planejamento de marketing, as aparências importam e muito (LAB.TNB, ano). Levando essa perspectiva em conta, isso mostra que a identidade visual é um aspecto importante para quem quer iniciar um negócio, pois está associado à sua marca e, o foco que da proposta de aplicativo que, pode ajudar o empreendedor na escolha de cores que podem despertar sensações e emoções diferentes em seus clientes.

Assim, a proposta de projeto seria um aplicativo com base na Psicologia das cores aplicado ao Marketing. O aplicativo seria trazer para o público, informações básicas sobre a importância

das cores e de seu significado para o Marketing, a aplicação delas na identidade visual entre outras funcionalidades.

Além do mais, o aplicativo também ajudaria aos empreendedores iniciantes para que eles conheçam que cores que seriam boas para ajudar nos seus negócios ou para estudantes que estudam sobre o Marketing, assim, adquirindo os conhecimentos sobre as cores que podem os ajudar com os seus objetivos.

1.3 Valor para o cliente

O objetivo do aplicativo será ajudar o cliente que tem pouco conhecimento sobre as cores no Marketing e tem interesse na área. O aplicativo será gratuito, ou seja, o cliente não precisará pagar nada para que ele aprenda sobre as cores.

O cliente ganharia o conhecimento sobre as cores no Marketing, e assim, ajudaria ele a usar isso como uma das ferramentas do Marketing. Para empreendedores iniciantes, o nosso aplicativo poderá disponibilizar que cores seriam boas para um produto, uma marca, uma propaganda, etc., sendo assim algo muito útil para o cliente com qualquer dúvida que ele tiver quando o assunto é escolha de cores no mundo do Marketing.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

Não se trata de um produto inovador, mas sim de um produto diferenciado. O aplicativo apresentaria o significado das cores e emoções geradas, que nem qualquer outro site que disponibilizado na internet, porém o aplicativo ajudaria os nossos clientes que desejam começar a empreender, recomendando cores que seriam boas e chamativas para o seu negócio.

1.5 Time de projetos

Integrante	Habilidades Competências
Francis de Souza Junior	1.Poder resolver problemas 2.Empreendedorismo
Geovanna Inácia do Nascimento	1.Habilidade em digitação 2.Raciocínio Rápido
Thais Ribeiro da Luz Bitencorte	1. Habilidade em designer 2.Pensativo criativo

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

2.1 Identidade da Empresa

A gestão da marca, também chamada de branding, consiste em um trabalho realizado a fim de criar uma imagem referente a tudo que remete a empresa, ou seja, é “dotar produtos e serviços com o poder de uma marca” (KOTLER; KELLER, 2013). Nesse aspecto, o presente modelo de negócios tem como objetivo utilizar o conceito de Psicologia das Cores como uma ferramenta que contribui para chamar a atenção, tornar a marca mais desejada, passar uma boa imagem e fixá-la na mente e no coração do cliente.

Dessa forma, foi escolhido para a proposta o logotipo contendo as siglas P.C, que é representação do nome PSICOLOR, considerando, também, ser um nome de fácil memorização e de proximidade com o conteúdo da ferramenta (aplicativo) proposta, conforme representado na Figura 1.

Figura 1 - Logotipo



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Quanto ao motivo de escolha das cores utilizadas na logo marca, a cor vermelha simboliza ação, energia e coragem. Evoca, também, a paixão e força para nossa vida e nossas metas e objetivos, tanto no âmbito pessoal como de trabalho. É altamente revigorante e energético. E como o aplicativo que estamos criando ajudará uma pessoa que está prestes a montar o seu próprio negócio, então esta cor impulsionará a pessoa a atitude de montar o seu próprio negócio ou empreender socialmente.

Em relação ao nome escolhido, foi realizado uma pesquisa no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) com objetivo de verificar se o nome escolhido já era usado por outra empresa. O resultado da pesquisa demonstrou que Psicolor é um nome exclusivo, portanto, pode ser mantido como proposto inicialmente.

Figura 2 – Pesquisa de registro de marcas



Fonte: INPI (2022).

Em relação ao domínio, foi realizado uma pesquisa no site registro.br com a finalidade de verificar possibilidades de uso de domínios utilizando o nome proposto, conforme demonstra Figura 3.

Figura 3 – Pesquisa de registros e domínio



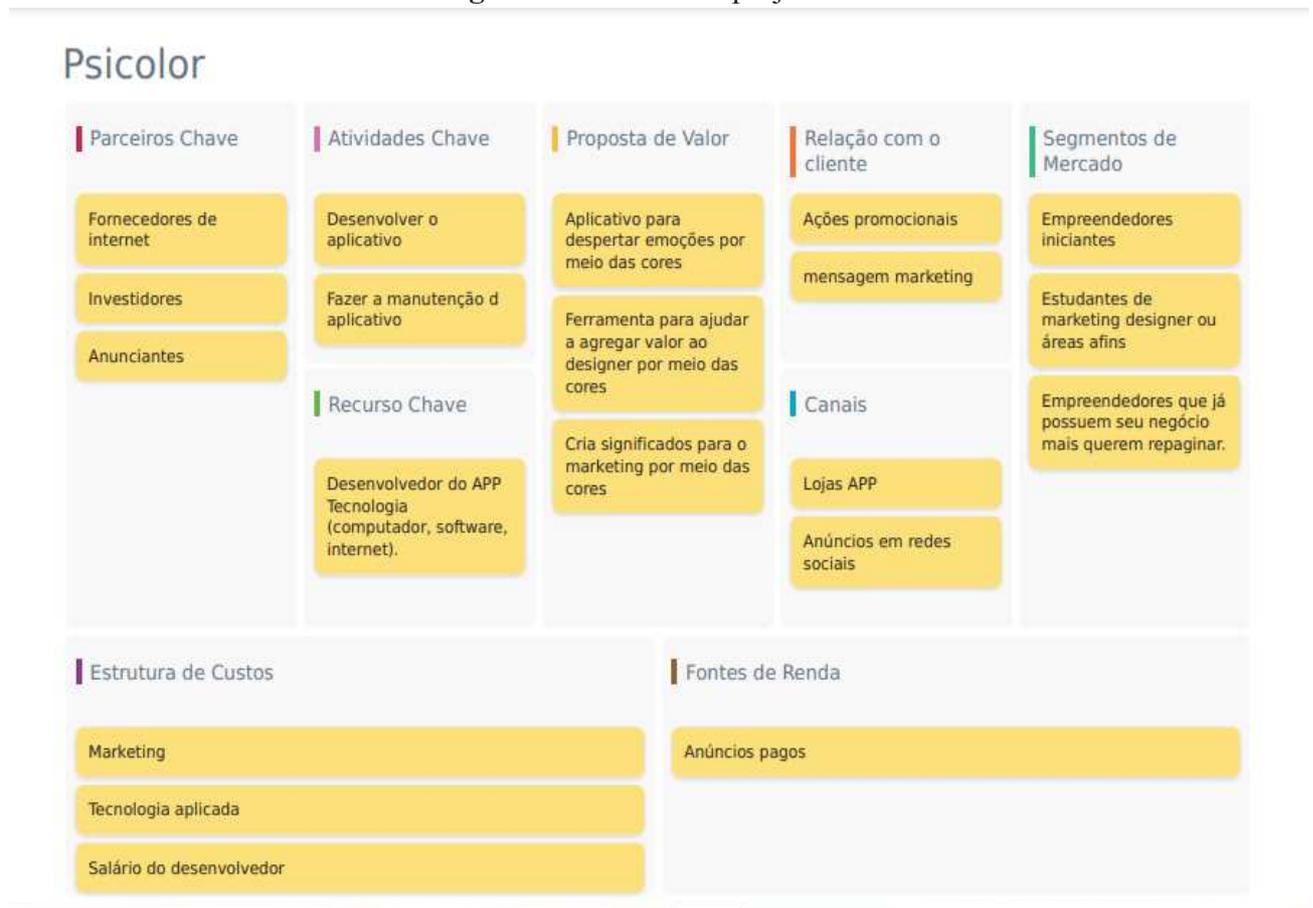
Fonte: Registros.br (2022).

Conforme pesquisa, o domínio disponível apresenta conformidade com o nome escolhido, considerando-se, assim, de fácil memorização. Quanto ao valor para registro, o valor está na média de R\$ 50,00 para utilização de um ano, considerado um valor acessível para o modelo de negócios.

2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO

Para evidenciar a proposta como um todo, a Figura 4 representa o Business Model Canvas do modelo de negócios, que é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes (SEBRAE, 2022).

Figura 4 – Canvas do projeto

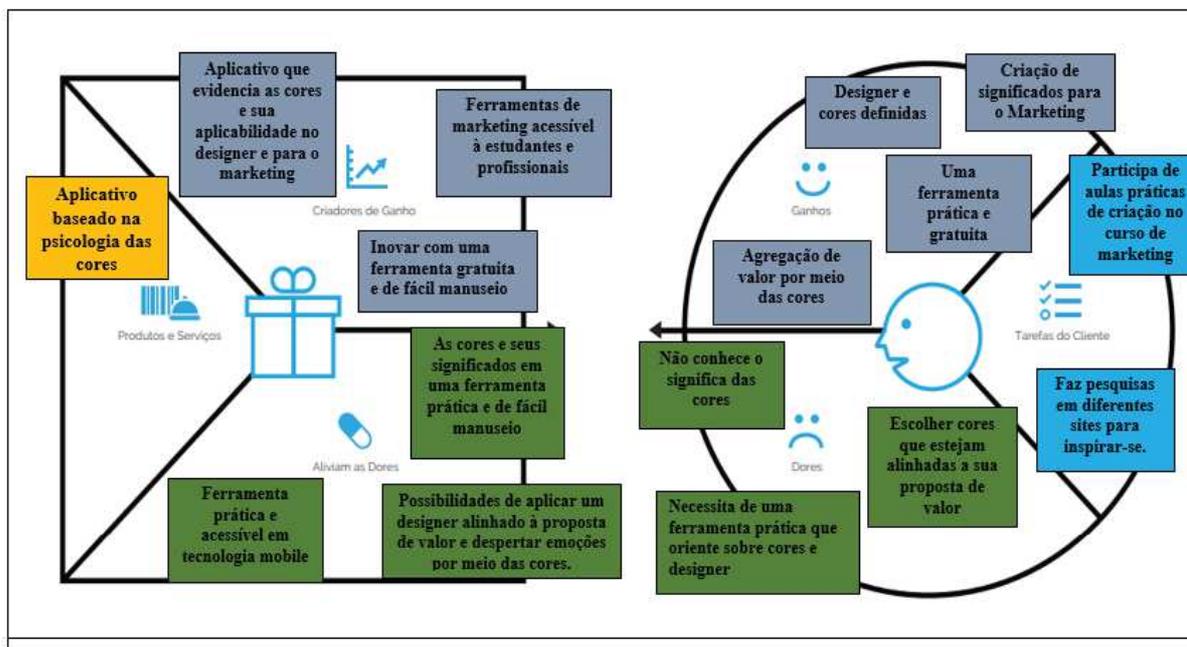


Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR

O design da proposta de valor é uma ferramenta que tem por finalidade ajudar a criar e posicionar produtos ou serviço em torno do que o cliente valoriza e precisa e que ajuda a encontrar o encaixe produto-mercado de forma estruturada (ANALISTA DE NEGÓCIOS, 2019). Desse modo, a Figura 5 evidencia o design da proposta de valor do modelo de negócios proposto.

Figura 5 – Design da proposta de valor da Psicolor



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

2.4 Formalização do Negócio

E preciso destacar informações e documentações legais que amparam o empreendedor em diferentes etapas do seu negócio. Senso assim, destaca-se nas seções que se seguem, as informações legais sobre a proposta apresentada.

❖ Dados da Empresa

Razão Social:	NSB soluções mobile
Nome Fantasia:	Psicolor
Ramo de Atividade:	Marketing e Designer
Site:	www.psicolor.net.br
Endereço	Avenida Rio Branco, nº 803 – Sem. Salgado Filho, Marília-SP
Prédio Próprio/Alugado	Alugado

Enquadramento Tributário:	Simple Nacional
CNAE:	6203-1/00 - Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis.

Forma Jurídica:	Sociedade por cotas limitadas
------------------------	-------------------------------

❖ Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
Geovanna	33,33%	
Thais	33,33%	
Francis	33,33%	
Total	100	

❖ Registros Necessários

Âmbito Municipal	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Estadual	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Federal	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Inova Simples	Identificação. Razão Social com o termo Inova Simples. Finalidade do Projeto Empresarial. Declaração de atestado que as atividades da empresa não vão gerar poluição visual, sonora, urbana ou ambiental. Declaração atestando que as operações da empresa não podem gerar tráfego intenso de veículos no seu local de funcionamento. Endereço. Existência de fonte de apoio, como uma incubadora ou aceleradora.

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

No decorrer da proposta, foram mantidas as indicações iniciais, não sendo necessários adequações no decorrer do desenvolvimento da proposta de negócios.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O aplicativo Psicolor é uma ferramenta para identificação de cores e seus significados para que estudantes e profissionais diversos possam escolher, de acordo com a perspectiva de identidade visual da sua empresa ou projeto, a cor que melhor traduz os seus objetivos.

O serviço permite que usuários acessem informações e descrições de como aplicar as cores a partir do conceito da psicologia das cores em suas comunicações. Os serviços oferecidos poderão ser acessados a partir de um aplicativo gratuito, disponibilizado na Google Play e APP Store.

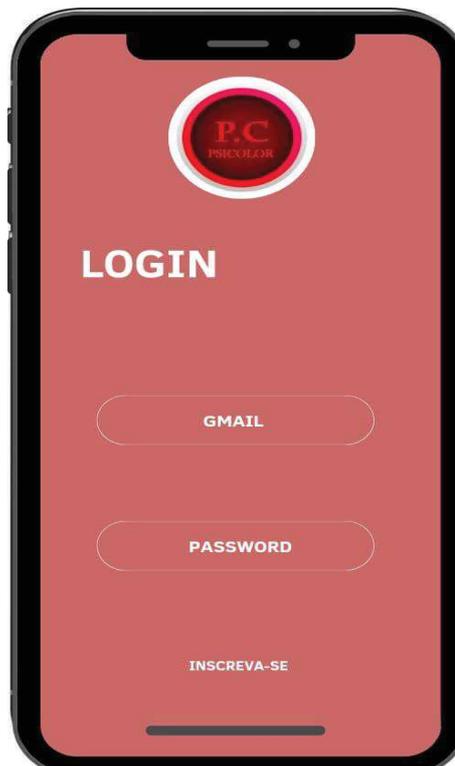
Serviços	Objetivo	Escopo do projeto
Paleta de cores	Indicar as cores de acordo com a descrições e associações conforme a psicologia das cores	<ul style="list-style-type: none">• Compilar informações sobre o princípio da psicologia das cores.• Selecionar paleta de cores e formato de apresentação.
Mídias explicativas	Permitir ao usuário obter explicações a partir de vídeos curtos e explicativos.	<ul style="list-style-type: none">• Selecionar mídias que contemplem explicações sobre a psicologia das cores.• Criar vídeos curtos que complementem o entendimento do usuário sobre a psicologia das cores.
Indicação de links externos	Direcionar o usuário para outros canais que complementem a usabilidade do aplicativo em atividades práticas.	<ul style="list-style-type: none">• Formar parcerias com outros prestadores de serviços.• Selecionar canais que complementem o desenvolvimento da atividade prática.

3.2 MVP

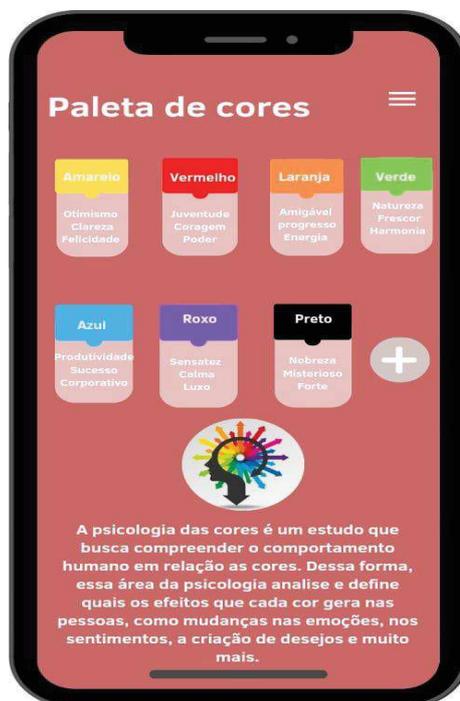
O MVP foi desenvolvido a partir da ferramenta Canva, objetivando demonstrar minimamente a proposta indicada. As principais funcionalidades e aplicações estão descritas nas subseções abaixo.

3.2.1 Apresentação

Tela 1 - Inicialização do aplicativo e tela de login: Primeiro contado do usuário, sendo convidado a utilizar o aplicativo e direcionado, posteriormente, à tela de *login*/cadastro de usuário.



Tela 2 - Acesso da paleta de cores: Tela em que o usuário acessa a paleta e cores disponíveis, bem como uma breve explicação sobre o que seria a psicologia das cores. Ao clicar nos ícones, o usuário é remetido à uma segunda tela, onde encontra as explicações sobre a cor escolhida.



Tela 3 – Tela da cor – Na tela 3, apresenta-se as abordagens explicativas sobre a cor escolhida.



Tela Menu: O usuário poderá criar seu perfil com foto e encontrar o conteúdo que adicionou ao



3.2.2 Processo de Validação

Para validação da proposta, o MVP foi apresentado para 10 possíveis usuários a partir da demonstração das telas desenvolvidas. A pesquisa foi realizada com alunos e professores do curso de Marketing e Administração do programa Novotec. Por se tratar de um aplicativo que pode ser aplicado com finalidade pedagógica, considerou-se oportuno identificar a percepção desse público quanto à proposta.

1- Sobre a tela de acesso do App, com avalia as cores e o logotipo?

Síntese das respostas: A maior parte dos respondentes mencionaram que a tela está adequada e que o logotipo é simples e adequado. Alguns dos respondentes indicaram trocar a cor do logotipo ou a cor de fundo das telas por considerarem que são duas cores fortes e, portanto, não estão harmoniosas.

2- Se respondeu não adequado, qual seria a sugestão apresentada?

Síntese das respostas: Harmonizar as cores utilizando tom sobre tom.

3- Sobre a paleta de cores e explicações sobre elas, como avalia a apresentação das telas?

Síntese das respostas: 100% dos respondentes disseram que a telas explicativas sobre as cores estão adequadas. Foi sugerido utilizar **links** com vídeos curtos e explicativos.

4- Sobre o conteúdo que serão disponibilizados no aplicativo, considera importante:

Síntese das respostas: 100% dos respondentes mencionaram que além das telas explicativas, seria interessante ter links para conteúdos externos e exemplos de aplicação.

5- Considera pertinente o uso de um aplicativo de cores nos trabalhos escolares dos eu curso?

Síntese das respostas: 100% dos respondentes consideram a proposta importante como ferramenta para aulas práticas e que o aplicativo irá te ajudar a conhecer mais sobre o assunto psicologia das cores?

Dessa forma, considera-se que a proposta foi bem aceita pelos avaliadores, dando condições de continuidade do projeto. As sugestões apontadas serão consideradas para adequações futuras.

Tópico 4 | MERCADO

Para atender a demanda apresentamos, a seguir, alguns dos indicadores de mercado para a proposta apresentada

4.1 Competidores

Para a análise dos competidores, foi aplicado a ferramenta Oceano Vermelho/Azul, considerando potenciais concorrentes, seus serviços ou produtos ofertados. A partir da ferramenta foi possível verificar o que não é oferecido no mercado, para que a proposta possa alcançar um mercado ainda não ou pouco explorado.

Figura 5 – Análise dos competidores - Mar vermelho e mar azul

ANÁLISE DO MERCADO - MAR VERMELHO			
Descrição	Concorrente Direto	Concorrente indireto	Análogo
Serviços que oferecem	Oferece informações sobre cores. Indica diferentes aplicativos para negócios.	Disponibiliza a plataforma para o próprio usuário montar sua paleta com as cores necessárias e do seu gasto.	Focado no use de cores
Preços que praticam	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Públicos com os quais trabalham	Não definido	Não definido	Não definido
Diferenciais	Possui uma linguagem simples e de fácil entendimento	Possibilita a montagem de paletas de acordo com o desejo do cliente	-----

ANÁLISE DO MERCADO - MAR AZUL	
O que pode ser eliminado na solução	Desconhecimento sobre a função das cores no marketing
O que pode ser reduzido na solução	Elaborar projetos sem se atentar à função as cores
O que pode ser elevado na solução	Trabalhos mais focados naquilo que a cor pode despertar nos clientes
Que atributos nunca oferecidos pelo setor devem ser criados	Possibilitar que uma ferramenta atenda às necessidades dos usuários de forma prática e acessível em um único lugar e de forma rápida.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

4.2 Pesquisa de Campo

Objetivos:	Nosso objetivo é implantar um aplicativo que auxilie os estudantes de marketing a montar uma campanha com as cores adequada. Para isso, é importante compreender qual é a percepção que os usuários tem sobre o assunto
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Estudantes e profissionais que atuam na área de marketing ou <i>design</i>

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

1 - Se você possui celular, qual é o sistema operacional?

Android

IOS

2- Quando realiza trabalhos com imagens, você costuma se atentar às cores apresentadas e ao significado delas?

Sim, gosto de cores harmonizadas e sei o que significam

Gosto de utilizar diferentes cores, mas não me atento ao que representam

Não costumo explorar as cores em trabalhos, gosto do básico

Não sei opinar

3- Você sabia que as cores podem ser exploradas para despertar emoções nas pessoas?

Sim, sabia

Não sabia

Não sei opinar

4- Você tem conhecimento sobre o assunto psicologia das cores e de sua importância para o marketing?

Sim, conheço o tema e acho importante

Sim, conheço o tema, mas não acho importante

Não conheço o tema, mas acho importante

Não conheço o tema e não acho importante

5- Você acredita que um aplicativo específico no assunto ajudaria os alunos na área do marketing ou até mesmo do design a ter uma noção sobre as cores?

Sim, acho importante

Não considero importante

Não faço ideia

6- Você conhece alguma plataforma que disponibiliza as cores e os significados para as áreas citadas anteriormente? Se sim, qual? _____

8- Na área de marketing, explorar cores adequadas na confecção de produtos, logotipos e embalagens, etc. pode ser um diferencial para o sucesso de uma campanha. Neste caso, você estaria disposto a baixar o aplicativo proposto?

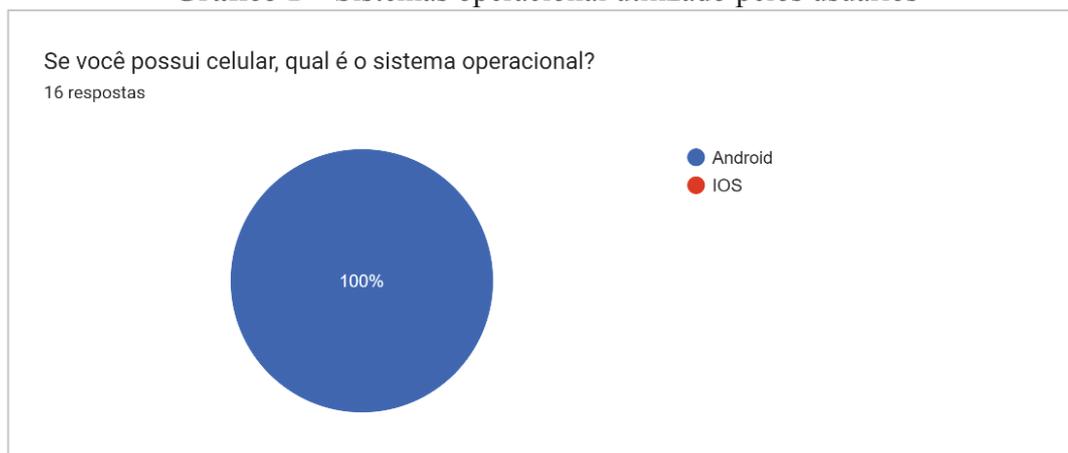
Sim, pois acho importante para desenvolver os meus trabalhos

Sim, se caso precisasse explorar cores para desenvolver os meus trabalhos

Não considero importante, portanto, não baixaria

4.2.2 Análise de Dados

Gráfico 1 – Sistemas operacional utilizado pelos usuários



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 1, 100% dos pesquisados indicaram utilizar o sistema operacional Android. A relevância da questão está na necessidade de modelar um aplicativo que seja acessível a grande parte dos usuários.

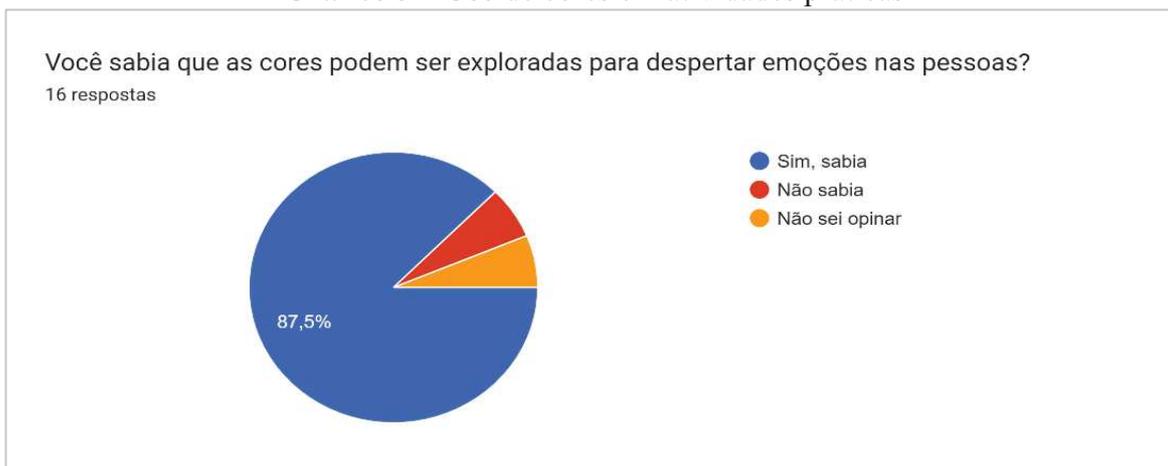
Gráfico 2 – Uso de cores em atividades práticas



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 2, 56,3% dos pesquisados indicaram utilizar cores em suas atividades, porém se atentar a questões explicativas sobre elas. Já 37,5% indicaram gostar de explorar cores e conhecer seus significados. Neste aspecto, é importante considerar que para os respondentes, a cor é um fator importante em suas produções, o que contribui para confirmar a relevância do aplicativo.

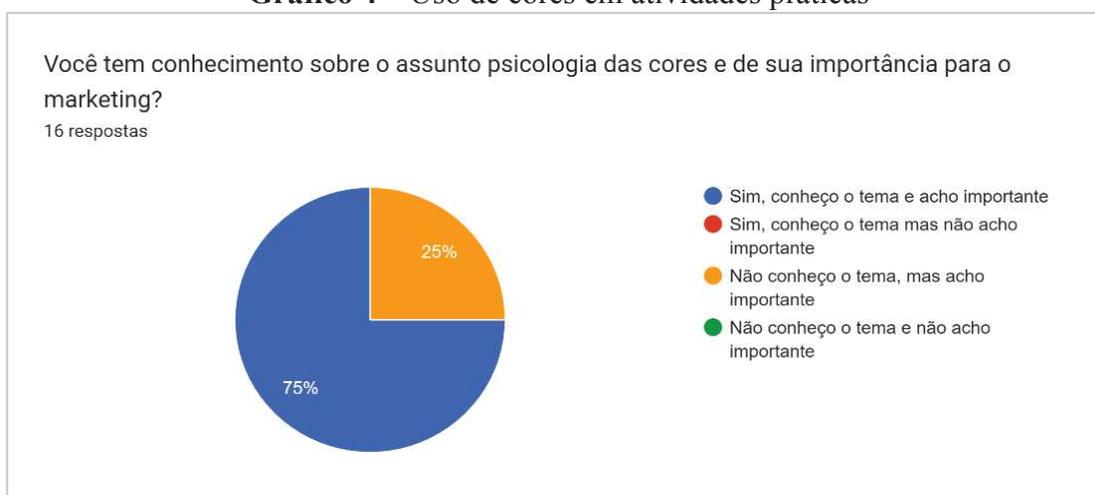
Gráfico 3 – Uso de cores em atividades práticas



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 3, 87,5% dos pesquisados indicaram saber que as cores influenciam os consumidores em suas compras. Considerando que o público pesquisado são estudantes do curso técnico em marketing e administração, é possível que o conhecimento é decorrente das abordagens em sala de aulas por professores.

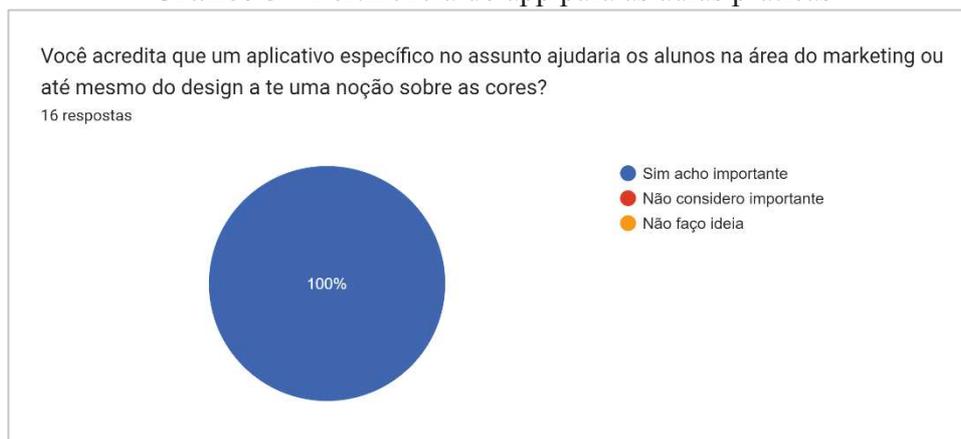
Gráfico 4 – Uso de cores em atividades práticas



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 4, 75% dos pesquisados indicaram conhecer o assunto psicologia das cores e acham importante no contexto do marketing. Assim como na questão anterior, considerando-se que o público pesquisado são estudantes do curso técnico em marketing e administração, é possível que o conhecimento é decorrente das abordagens em sala de aulas por professores. Quanto aos 25% que responderam não conhecer o assunto, é importante destacar que consideram o assunto importante, justificando assim a pertinência da proposta para que se alcance 100% de conhecimento entre os estudantes.

Gráfico 5 – Pertinência do app para as aulas práticas



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 5, 100% dos pesquisados indicaram reconhecer ser importante um aplicativo sobre psicologia das cores para que possam conhecer seus significados. Isso demonstra que a proposta pode ser um diferencial como ferramenta didática em aulas práticas.

Gráfico 6 – Conhecimento sobre outras plataformas



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 6, 31,3% dos pesquisados indicaram não conhecer outros recursos aplicativo sobre psicologia das cores para que possam conhecer seus significados. A questão 6, porém, trazia o seguinte questionamento como complemento: **se sim qual?** Para aqueles que responderam sim ou apontaram ter acesso pela web, havia a indicação para complementarem a resposta, mas não apontaram quais seriam.

Gráfico 7 – Uso de cores em atividades práticas



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Conforme demonstra o Gráfico 7, 50% dos pesquisados indicaram achar importante acessar um app sobre psicologia das cores para realizar seus trabalhos, enquanto outros 50% indicaram sim, caso precisassem explorar cores. Pode-se dizer que as respostas para a questão foi 100% positiva para a proposta.

A partir dos dados obtidos e da análise dos indicadores dos gráficos, é possível avaliar que a proposta foi bem aceita pelos respondentes, corroborando de forma positiva para a proposta de modelo de negócios. As indicações apresentadas colaboram para um melhor planejamento da proposta apresentada, assim como auxiliam na construção de um serviço/produto mais adequado ao perfil do público-alvo. Nesse sentido:

- Participaram da pesquisa estudantes do curso de Marketing e Administração
- Os resultados apresentaram uma adesão positiva em relação à proposta, tanto em função das informações sobre cores quanto do seu uso em atividades práticas em aula
- Os indicadores da pesquisa colaboram para o desenvolvimento da proposta, não sendo identificado dados que inviabilizam a proposta frente ao mercado-alvo.

4.4 Ambiente Interno e Externo

A matriz SWOT deverá ser preenchida no quadro abaixo:

	Forças	Fraquezas
Internas	1. É acessível para qualquer tipo de população. 2. Um aplicativo sem histórico. 3. Custo baixo de manutenção baixo.	1. Uma empresa não conhecida. 2. Falta de experiência dá área. 3. Correr atrás de publicidade.
	Oportunidades	Ameaças
Externas	1. Inexistência de aplicativos que fornecem as mesmas informações que a nossa plataforma.	1. O desinteresse das empresas em divulgação dentro do aplicativo.

A partir da análise dos ambientes interno e externo, é possível traçar metas a serem alcançadas para que a proposta de modelo de negócios alcance o seu propósito. Considerando as oportunidades e fraquezas do ambiente interno, a proposta de valor focado na aquisição de informações e conhecimento de forma prática encontra um campo pouco explorado e que pode alcançar proporções positivas em ambientes educativos.

4.5 Marketing e Vendas

Tendo em vista o alcance que as redes sociais possuem nos dias de hoje, optou-se por fazer a promoção do site do site por meio das redes sociais como Instagram e Facebook ou mesmo em parceria com instituições de ensino.

4.5.1 Composto de Marketing

Produto	Aplicativo baseado no conceito de Psicologia das cores, onde os usuários podem acessar informações sobre as cores e utilizá-las positivamente em projetos de marketing ou design.
Preço	O aplicativo será gratuito, sem custos qualquer para o cliente.
Praça	O aplicativo poderá ser acessado e baixado via lojas de App como o Google Play e APP Store.
Promoção	Realizaremos companhas nas redes sociais como: Facebook, instagram, Twitter e demais plataformas digitais.

4.6 Pivotagem do Mercado

Considera-se, que por se tratar de uma proposta em construção, toda a informação de mercado aqui apresentado ou mesmo a utilização de ferramentas para análise, deve ser mais profundamente explorado, pois é possível estabelecer adequações na proposta apresentada, o que certamente alteraria as informações indicadas.

Uma comunicação de marketing bem elaborada é essencial para que uma empresa possa atingir seus objetivos na hora de influenciar o seu público na tomada de decisão de compra. Neste sentido, as cores podem despertar emoções e influenciar o consumidor na escolha de seus produtos, bem como se relacionar com a imagem que a empresa quer representar. O conceito de psicologia das cores se configura como uma estratégia de apoio ao marketing, possibilitando uma comunicação mais assertiva. Nesse aspecto, considera-se que a proposta apresentada venha a colaborar nessa prática.

Tópico 5 | FINANÇAS

As premissas econômico-financeiras consistem na avaliação e gestão dos fundos arrecadados pela empresa a partir de ferramentas e estratégias, abrangendo conceitos tanto da macroeconomia quanto da microeconomia. Dessa forma, buscou-se considerar alguns dos custos que envolvem iniciar a proposta, conforme estão representados nos quadros abaixo:

CUSTOS E FINS

Energia elétrica e água	R\$ 500,00
Materiais de limpeza e higiene	R\$100,00
Aluguel e taxas	R\$800,00
TOTAL:	R\$1.400,00

CUSTOS VARIÁVEIS

Manutenção	R\$ 50,00
Mão de obra extra	R\$200,00
Viagens repentinas	R\$1.000,00
TOTAL	R\$1.250,00

INVESTIMENTO FIXO

Monitores	R\$ 1.500
Conteúdo para Facebook	R\$ 5.000
Conteúdo para Instragam	R\$ 4.000
Conteúdo para Twiter	R\$ 6.000
Computador	R\$ 4.000
TOTAL	R\$ 20.500

QUADRO DE RECEITA BRUTA DE VENDAS

Desenvolvimento de logo	R\$ 10.000
TOTAL	R\$ 10.000

GASTOS POR ANO

TOTAL	R\$ 33.150,00
--------------	----------------------

Fazendo a análise da nossa empresa, consegue-se ver tudo que a modelo de negócios precisaria para iniciar suas atividades, porém, sendo ainda necessário explorar estudos de viabilidade, relatórios econômico-financeiros, bem como estratégias de precificação.

XV Mostra de TCCs da Etec Antonio Devisate
07 | Dez | 2022

Título Projeto:Psicolor
Curso: Técnico em Marketing

- Geovanna Inácia do Nascimento
- Francis de Souza Junior
- Thais Ribeiro da Luz Bitencorte

Professor(es) Orientador(es):
Luciana Cristina Leite

1

XV Mostra de TCCs da Etec Antonio Devisate
07 | Dez | 2022

Título Projeto:Psicolor
Curso: Técnico em Marketing

- Geovanna Inácia do Nascimento
- Francis de Souza Junior
- Thais Ribeiro da Luz Bitencorte

Professor(es) Orientador(es):
Luciana Cristina Leite

1

Problemática

O conceito de psicologia das cores nem sempre é explorado por empreendedores, por ser um conceito pouco conhecido ou não conhecido por eles, fazendo com que eles deixem de explorar as cores como estratégias aliadas ao marketing.

O uso de uma ferramenta prática e de fácil linguagem, contendo o conceito de psicologia das cores, poderia auxiliar empreendedores, estudantes de marketing ou de profissionais de segmentos afins a explorar o conceito em suas comunicações de marketing?

Objetivos

Objetivo Geral

Modelar uma proposta de negócios pautado em estratégias de Marketing e no conceito de psicologia das cores

Objetivos específicos

Abordar o conceito de psicologia das cores e sua relação com o marketing

Compreender a função das cores e sua aplicabilidade no marketing

Modelar um negócio, com a proposta de um aplicativo baseado na psicologia das cores

20/12/2022

4

Metodologia



20/12/2022

5

Resultados: CANVAS

Psicolor



20/12/2022

6

Resultados: Produto



Modelo de negócios com foco na construção de um App pautado no uso da psicologia das cores como ferramenta de apoio na construção de comunicação de marketing

20/12/2022

7

Produto



O produto configura-se como um aplicativo que permite ao usuário compreender o conceito de psicologia das cores, bem como as cores podem ser aplicadas em seus projetos, considerando os seus objetivos de comunicação de marketing

20/12/2022

8

Fotos - Projeto



Trata-se de uma maneira diferente e alternativa de divulgação de produtos e serviços, uma vez que sai da visualização por fotos para uma maneira mais tátil podendo, também, controlar seu avatar dentro do jogo e andar livremente pelo mapa.

20/12/2022

9

Fotos - Projeto



Por ser uma ferramenta de fácil manuseio e de linguagem simples, ela é acessível tanto para empreendedores iniciantes, quanto estudantes de marketing que desejam aplicar as cores de forma precisa e estratégica em seus projetos.

20/12/2022

10

Considerações

Uma comunicação de marketing bem elaborada é essencial para que uma empresa possa atingir seus objetivos na hora de influenciar o seu público na tomada de decisão de compra



As cores podem despertar emoções e influenciar o consumidor na escolha de seus produtos, bem como se relacionar com a imagem que a empresa quer representar.



O conceito de psicologia das cores se configura como uma estratégia de apoio ao marketing, possibilitando uma comunicação mais assertiva. Nesse aspecto, considera-se que a proposta apresentada venha a colaborar nessa prática.

20/12/2022

11

Referências

NERDWEB. **O que é psicologia das cores e como aplicar no marketing** Disponível em: <https://nerdweb.com.br/artigos/2022/05/o-que-e-psicologiadascors-como-aplicarno-marketing.html>. Acesso em: 27/07/2022.

PATEL, N. **Psicologia das cores** : estudo e significado das cores. Disponível em <https://neilpatel.com/br/blog/psicologiadascors-como-usar-cors-para-aumentar-sua-taxa-de-conversao/>. Acesso em 22.nov.2022.

PORTAL TERRA. **Cresce número de empreendedores no Brasil**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/cresce-numero-de-empreendedores-no-brasil> Acesso em: 27/07/2022.

THIEL, C. **A Psicologia das Cores no Marketing** : Entenda o impacto das cores em nossas emoções e saiba como aplicar esses conhecimentos aos negócios. Ebook, 2019.

UNIVEM. **Relatório de Projeto *startup***. São Paulo:Univem, 2022. (Material didático do Programa de PósGraduação Latu Senso).

REFERÊNCIAS

- ANALISTA DE NEGÓCIOS. Canvas da proposta de valor. Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/canvas-da-proposta-de-valor/> 20 jun.2022.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2013.
- LB.TNT. Por que sua marca deve investir em branding? Disponível em: <https://www.tnb.studio/lab/por-que-a-sua-marca-deve-investir-em-branding>. 20 jun.2022.
- PATEL, Neil. **Psicologia das cores**: estudo e significado das cores. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/psicologia-das-cores-como-usar-cores-para-aumentar-sua-taxa-de-conversao/>. Acesso em 22.nov.2022.
- SEBRAE. **Canvas**. Disponível em: <https://canvas-apps.pr.sebrae.com.br/#/?checkedSAS=true>. Acesso em: 05 jun.2021
- THIEL, Christiane R. Psicologia das cores no marketing. Disponível em: <https://cristianethiel.com.br/psicologia-das-cores-no-marketing/> Acesso em 20 jun. 2022.
- UNIVEM. **Relatório de Projeto *startup***. São Paulo: Univem, 2022. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Senso.