

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
Etec CEL. FERNANDO FEBELIANO DA COSTA
Curso Técnico em Administração

Eloisa Assalim Pazeti
Érica Salla dos Santos
Fernanda Marim de Sá

MODELO DE NEGÓCIO: Papelaria Criativa
Inovação no mercado

Piracicaba
2024

MODELO DE NEGÓCIO: Papelaria Criativa

Inovação no mercado

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa, orientado pela profa. Alda Martins Teixeira de Souza, como requisito parcial para a obtenção do título de técnico em administração.

Piracicaba
2024

Dedicatória

Dedico primeiramente a Deus por nos permitir o dom da vida para estudarmos e
concluirmos o trabalho.

E sem dúvidas a nós mesmas pelo tempo dedicado ao futuro brilhante que nos
aguarda

Agradecimentos

“Agradeço a minha família, amigos e sempre a nós mesmas que tivemos força de vontade de finalizar com êxito esse projeto. Agradecemos à ajuda da Professora Alda”.

Epígrafe

“Por mais longa que seja a caminhada o mais importante é dar o primeiro passo.”

VINICIUS DE MORAES

Resumo

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de um modelo de negócio da Papelaria Criativa, com o fundo em atender as demandas do mercado e trazer diferenciais e iniciativas inovadoras ao setor. A pesquisa inclui uma análise do ramo, abrangendo o comportamento dos consumidores, a necessidade do mercado e a identificação da concorrência. O estudo utiliza metodologias de pesquisa de mercado como análise SWOT, análise de CANVA, mapa de empatia, 5W2H e pesquisas através de questionário Forms. Com base nessas pesquisas, foi estruturado o modelo de negócio, elaborando sua proposta de valor, apresentação no mercado e relacionamento com o cliente, além disso, foram desenvolvidas estratégias de marketing para atrair e fidelizar os clientes. Os resultados do trabalho indicam que a adoção dessas estratégias pode contribuir para o sucesso da papelaria. Conclui-se que um planejamento estratégico bem elaborado é essencial para a consolidação do negócio.

Palavras-chave: Papelaria, Clientes, comportamento, pesquisas, planejamento

Summary

This work presents the development of a business model for Papelaria Criativa, with the aim of meeting market demands and bringing differences and innovative initiatives to the sector. The research includes an analysis of the sector, covering consumer behavior, market needs and identification of competition. The study uses market research methodologies such as SWOT analysis, CANVA analysis, empathy map, 5W2H and surveys using Forms questionnaires. Based on this research, the business model was structured, developing its value proposition, market presentation and customer relationship, in addition, marketing strategies were developed to attract and retain customers. The results of the work indicate that the adoption of these strategies can contribute to the success of the stationery store. It is concluded that well-prepared strategic planning is essential for business consolidation.

Keywords: Stationery, Customers, behavior, research, planning

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Objetivo Geral	1
1.2 Objetivo Específico.....	1
1.3 Problematização.....	1
1.4 Justificativa.....	2
1.5 Metodologia.....	2
2. REFERENCIAL TEÓRICO	2
2.1 Empreendedorismo e Inovação.....	3
2.2. Administração de vendas	3
2.3 Administração e marketing	3
3. Conhecendo o público-alvo	5
3.1.1 Faixa etária.....	5
3.1.2 Gênero	5
3.1.3 Preferência de compra	6
3.1.4 Preferência de loja	6
3.1.5 Pelo que preza em compras online	7
3.1.6. Em loja física preza pelo que	7
3.1.7 Fonte de renda	8
3.1.8 Pretensão de Compra	8
3.1.9 Influência no ambiente	9
3.2 FERRAMENTAS DE GESTÃO	9
3.2.1 Mapa de Empatia	10
3.2.2 Análise SWOT.....	11
3.2.3 Ferramenta 5Ws2Hs	11
3.2.4 Análise Canvas	11
4. Apresentação do site.....	12
4.1 Início.....	13
4.2 Produtos e Contato	15
4.3 Criar Conta.....	19
4.5 Iniciar Sessão.....	20

4.6 Finalização da compra.	20
4.7 Protótipos da loja física	23
5. Resultado esperado	24
6. Considerações Finais.....	25
7. Referências bibliográficas	26
7.1 Pesquisas relacionadas ao TCC	26

1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento das lojas online e com influência da pandemia, muitas lojas fecharam, derivado disso surgiu a necessidade de desenvolver um projeto com ênfase para em empreendedorismo nas papelarias físicas, pois foi analisado que decorrente da pandemia de covid 19 no ano de 2020, e do avanço do marketplace observa-se que algumas ficaram atrás de seus concorrentes.

Analisando o cenário, foi escolhido desenvolver uma papelaria e trabalhar o empreendedorismo em sua vertente inovativa, tendo em vista, que o mercado muda suas preferências rapidamente, e novos produtos são lançados constantemente, é necessário que o administrador esteja sempre atento com novidades. O projeto leva o nome “Modelo de negócio: Papelaria criativa, inovação no mercado”.

Portanto, o planejamento será muito importante na abertura de uma papelaria na cidade de Saltinho-SP. Uma vez que o mercado possua muitas exigências, o administrador deve saber exatamente seu objetivo, estando sempre ligado as mudanças, para saber como lidar e alcançar o sucesso.

1.1 Objetivo Geral

Apresentar a proposta de implantação de uma papelaria na cidade de Saltinho.

1.2 Objetivo Específico

- Estudar o mercado das papelarias atuais, para buscar inovações e melhorias.
- Pesquisar sobre as gerencias das melhores empresas atuais, para aplicar no projeto que será desenvolvido.
- Trabalhar estratégias de marketing diferente para focar com ênfase na qualidade da papelaria e mostrar seus diferenciais
- Propor um projeto de abertura de uma papelaria com a finalidade de inovar no mercado.

1.3 Problematização

A falta de interesse do mercado atual por lojas físicas, causado pela pandemia vivida em 2020/2021, resultou em maior número de procura por lojas

online. Perante a falta de inovação, muitas lojas físicas fecharam, enquanto o comércio digital continuou progredindo.

1.4 Justificativa

A criação de uma papelaria veio atrelado a ODS de número 4 que visa buscar uma educação de qualidade, portanto foi criada com a intenção de encontrar novamente o amor das pessoas pela experiência de ver e tocar os produtos, visto que muitos perderam o interesse por conta de lojas online.

Com isso, marketing tem o intuito de trazer as pessoas para próximo, e assim com os layouts qualificados para satisfazer o cliente. Baseado nisso e em uma gestão qualificada buscar o melhor jeito de atender os clientes, prezando em gerar experiências únicas.

1.5 Metodologia

Para realizar um projeto eficiente para a Papelaria Criativa, foram realizados diversos métodos de pesquisa. Entre eles a pesquisa de campo, com o método de Forms, para melhor entender as preferências. Além de pesquisa bibliográfica, para estabelecer teoricamente os conceitos. Também foi feita a pesquisa de mercado, para explorar locais estratégicos para implementação do projeto. Por fim, foi feita uma maquete para representar visualmente a Papelaria Criativa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Com o atual cenário do comércio brasileiro, é possível visualizar a necessidade de inovação, uma vez que inúmeras lojas se fecharam por decorrência do covid-19, motivo pelo qual percebemos a viabilidade em um projeto de papelaria e cafeteria como um negócio de sucesso.

Portanto o modelo de negócio retratado nesse projeto, vem com o intuito de inovar e diferenciar através do marketing, a Papelaria integrada com cafeteria. Com isso foi possível visualizar a necessidade de mudança no cenário em que a proposta se encontra inserida.

2.1 Empreendedorismo e Inovação

O empreendedorismo é um processo de iniciativa empresarial que requer habilidades únicas, com percepção, direção, dedicação e muito trabalho. É muito importante que o empreendedor desenvolva habilidades que permitam que a empresa se insira no mercado além de também garantir que ela sobreviva no ambiente competitivo. Um plano de negócio eficaz deve demonstrar a competência da equipe, o potencial do mercado-alvo e apresentar uma ideia inovadora com projeções financeiras realistas.

“Não seria possível falar de empreendedorismo, sem citar a inovação, pois esta é peça chave para o nascimento e manutenção de um empreendimento "os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do empreendedor" (DRUCKER, 1987, p. 39).

A inovação é fundamental para o empreendedorismo, permitindo que novas ideias sejam exploradas em diferentes tipos de mercados. O sucesso de um empreendimento depende da capacidade de posicionar um produto ou serviço inovador no mercado-alvo adequado, influenciando diretamente as estratégias do negócio.

2.2. Administração de vendas

A administração de vendas é uma área importante nas empresas, é o setor onde se determina o faturamento de um negócio. Juntamente com o marketing, a administração de vendas é um conjunto de estratégias para fortificar o comércio.

“É preciso estar atento à transformação do processo produtivo de um modo geral, pois, ao se reproduzir, ele modifica as velhas e insere novas estratégias comerciais. Nesse processo reprodutivo das estratégias comerciais, muito dos antigos modelos é preservado. Desse modo, o que muitas vezes tem aparência de “antigo” está se modificando sem muita visibilidade.” (ORTIGOZA, Editora UNESP). É possível analisar que os administradores devem estudar melhor o mercado para que a área do marketing tenha estratégias melhores para as vendas de produtos melhores.

2.3 Administração e marketing

Administração e marketing estão atrelados ao sucesso de empresas de variados nichos, pois eles são fundamentais para a diferenciação de uma marca em seu mercado que se encontra altamente concorrido. Segundo Philip Kotler:

"O mercado atual é fundamentalmente diferente do que era há algumas décadas por causa de imponentes forças sociais que produziram competências novas em consumidores e empresas. Em especial, a tecnologia, a globalização e a responsabilidade social criaram oportunidades e desafios e alteraram consideravelmente a administração de marketing. Para atingir excelência de marketing, as empresas buscam o equilíbrio ideal entre os métodos testados e comprovados e as novas abordagens avançadas." Philip Kotler "(p.32, 2018)

Portanto, a busca de novos meios de marketing faz com que a empresa tenha espaço no mercado, por entender que não é apenas sobre vendas e sim sobre encontrar caminhos para crescimento empresarial. E com isso junto com o marketing encontrar maneiras de melhorar a administração.

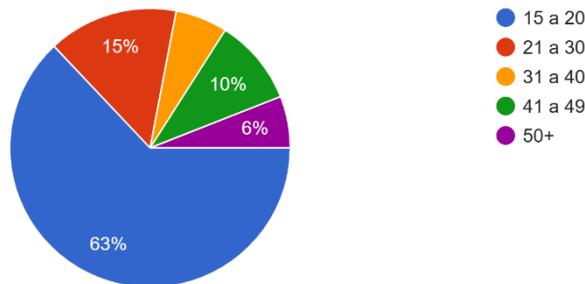
3. Conhecendo o público-alvo

A pesquisa de campo foi realizada através de pesquisas desenvolvidas no google forms, para buscar entender o mercado em que o projeto está se inserindo, e com isso encontrar a melhor forma de uma nova empresa entrar no mercado.

Respostas diversas foram coletadas proporcionando um vasto mercado em que a empresas consegue trabalhar e com isso aumentar seus níveis.

3.1.1 Faixa etária

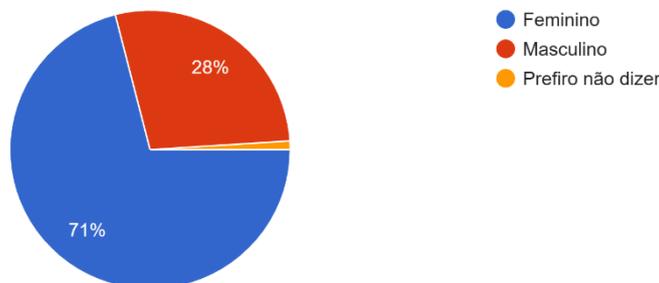
Faixa etária
100 respostas



Notamos que a maior parte das pessoas que responderam a pesquisa estão na faixa de 15 a 20 anos. Isso pode acontecer pelo fato de a maioria dos estudantes estarem nessa faixa etária e precisar de materiais escolares. Também tivemos 15% dos votos com pessoas entre 21 a 30 anos. Entre 41 a 49 anos 10%, os demais que estão entre 31 a 40 e 50+ obtivemos 6% cada.

3.1.2 Gênero

Gênero
100 respostas

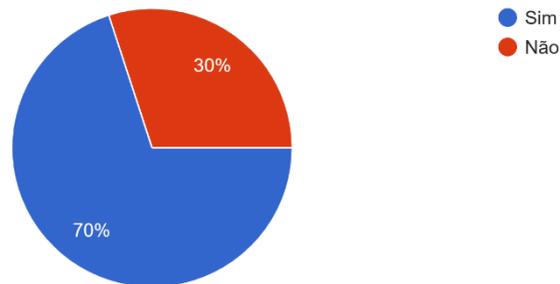


Das respostas obtidas, 71% foram de mulheres e 28% homens. Apenas uma pessoa preferiu não informar seu gênero. Com os resultados encontrados é possível observar que a empresa tem um campo focado em mulheres.

3.1.3 Preferência de compra

Você costuma comprar em papelarias?

100 respostas

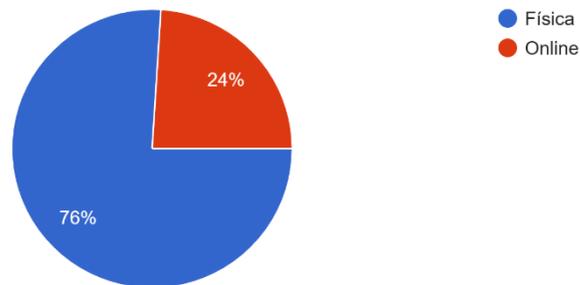


70% das pessoas costumam fazer compras em papelarias, que leva a acreditar no potencial do projeto, os outros 30% não costumam, o que nos faz pensar que devem procurar outro meio para conseguir seus materiais.

3.1.4 Preferência de loja

Você prefere compras de produtos de papelaria em lojas físicas ou online?

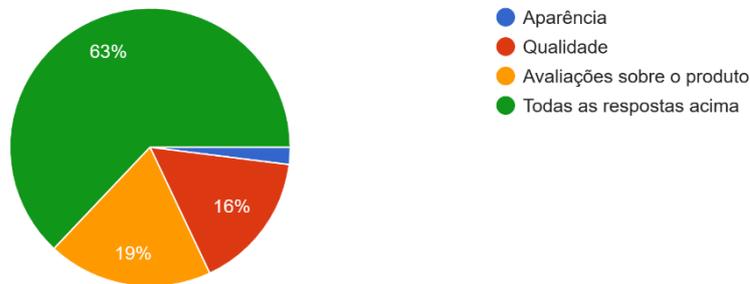
100 respostas



A preferência por compras em lojas físicas é maior, com 76% das pessoas escolhendo essa opção. Isso sugere uma experiência de ver e tocar os produtos antes de comprar. Também temos as pessoas que escolheram compras online, que são aquelas que preferem a comodidade e facilidade de comprar sem precisar sair de casa, representam 24% dos votos.

3.1.5 Pelo que preza em compras online

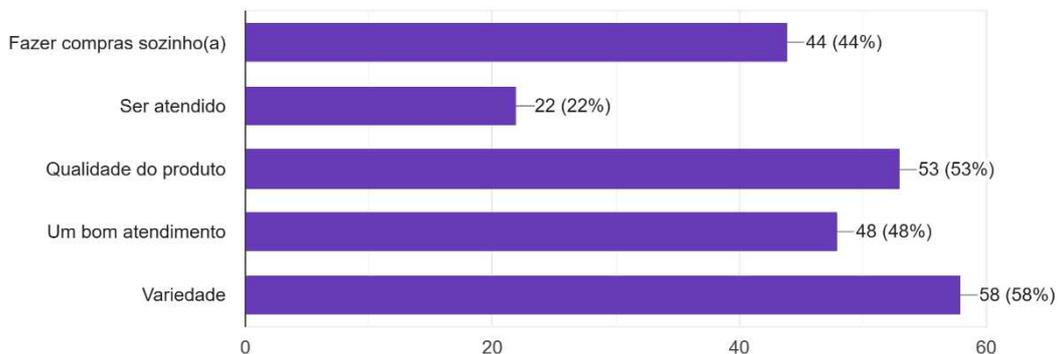
Em compras online você preza mais pelo que?
100 respostas



É possível observar que todas as opções colocadas são indispensáveis em uma compra online, visto que para 63%, que representa a maioria das pessoas que votaram, não foi diferente. Para 19 pessoas, as avaliações do produto são mais importantes, 16% prezam pela qualidade e 2% prezam pela aparência, ou seja, opiniões diferentes formam os clientes.

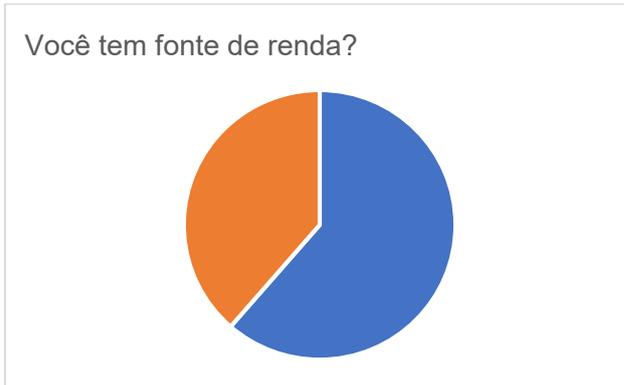
3.1.6. Em loja física preza pelo que

Em lojas físicas você prefere
100 respostas



Focado em lojas físicas, 44% das pessoas preferem ter a experiência de fazer compras sozinho, pois não sentem a pressão de escolha, e 22% preferem ser auxiliados. Um bom atendimento é indispensável e 48% votaram nessa opção. 58% das pessoas gostam de variedade de produtos quando vão a uma papelaria.

3.1.7 Fonte de renda

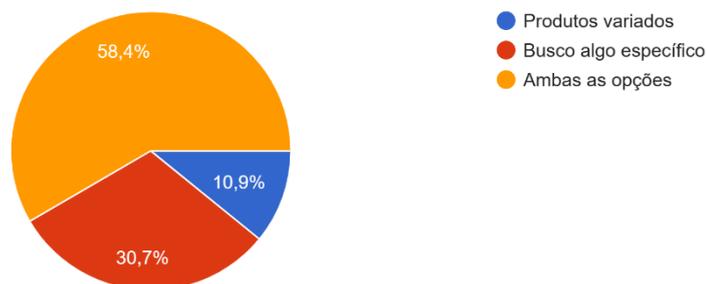


A cor azul representa 62% das pessoas que responderam as pesquisas possuem fonte de renda própria, já a cor laranja representa 38% das pessoas que não tem uma fonte de renda, ou seja o público maior do projeto tem fonte de renda própria.

3.1.8 Pretensão de Compra

Quando você vai a uma papelaria, você vai busca por algo específico ou gosta de olhar produtos?

101 respostas

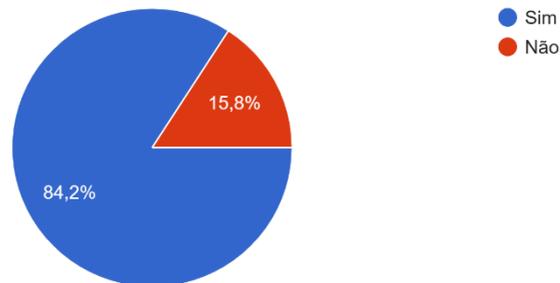


Das respostas obtidas, 30,7% vão a papelaria com coisas específicas em mente, mostrando que uma boa parte do público tem preferencias, agora 10,9% gostam de ficar olhando os produtos e ver variedades antes de compra-los e 58,4% preferem as duas opções formando um grupo de compradores diferenciados.

3.1.9 Influência no ambiente

Você se influencia pela cor e layout do ambiente?

101 respostas



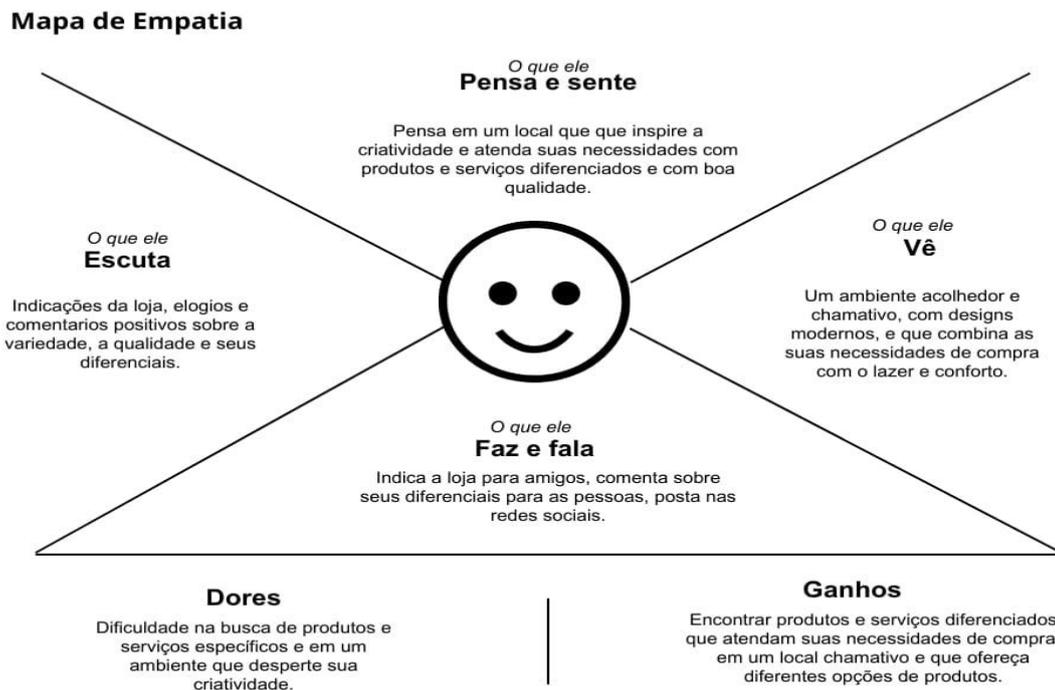
A maioria, que representa 84,2% das pessoas se influenciam pela cor e layout do ambiente, isso mostra a importância do design da loja para atrair clientes. Os outros 15,8% que não se sentem influenciados pelas cores e pelo layout, podem ter preferências diferentes.

Conclusão: Os resultados obtidos afirmam que o público prefere lugares bem projetados que os acolham. As pesquisas deram resultados ótimos e superaram as expectativas.

Portanto, para melhor entender os desafios e dificuldades de projetar e encontrar o público-alvo foi necessário o desenvolvimento de algumas ferramentas complementares.

3.2 FERRAMENTAS DE GESTÃO

3.2.1 Mapa de Empatia



No planejamento estratégico de projetos como um modelo de negócios, a ferramenta do 5W2H é muito útil e importante para estruturar a execução de tarefas e ações, mas na também é muito importante conhecer seu público alvo. O mapa de empatia e uma ferramenta muito utilizada para determinar essa questão. Ela é aplicada para conhecer melhor seu cliente. Essa ferramenta utiliza de 6 perguntas: o que pensa e sente, o que escuta, o que fala e faz, o que vê, suas dores e seus ganhos. Assim, conhecendo melhor seu público alvo, entendendo suas necessidades e suas opiniões.

3.2.2 Análise SWOT



Para melhorar e aprimorar o desenvolvimento do modelo de negócio é muito importante conhecer seus clientes, mas também é muito importante avaliar a praticabilidade do projeto. A análise SWOT é uma ferramenta muito eficaz nesse quesito, ela é utilizada para analisar a posição estratégica do modelo de negócio por meio de 4 pontos: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Através desses pontos, é possível analisar os pontos fortes e pontos fracos, colaborando no planejamento de estratégias e na tomada de decisões.

3.2.3 Ferramenta 5Ws2Hs

O 5W2H, é uma ferramenta utilizada na elaboração de um plano de ação. Ela é muito utilizada em diferentes projetos, como por exemplo na criação de modelos de negócios. Essa ferramenta consiste em 7 perguntas: quem, o que, quando, onde, como e quando. Com isso, facilitando o estabelecimento de metas e a elaboração do projeto de forma eficaz.

3.2.4 Analise Canvas

Na criação de um projeto é muito importante reconhecer suas forças e suas fraquezas, além disso também é de extrema importância estabelecer um planejamento estratégico. O CANVAS é uma ferramenta responsável por auxiliar na idealização do modelo de negócio, através dos blocos: proposta de valor, segmento de clientes, os canais, relacionamento com clientes, atividade-chave, recursos principais, parcerias principais, fontes de receita, estrutura de custos. Dessa forma, conceitualizando a forma em que você vai atuar no mercado, definindo seus principais processos, permitindo saber se a ideia do negócio é ou não viável.

Modelo de Canvas Papelaria



Através dessas ferramentas podemos elaborar um modelo de negócio mais eficaz e assertivo, estabelecendo melhor as metas e planos de ação, conhecendo melhor os pontos altos e os pontos a melhorar para poder elaborar estratégias, e também conhecer melhor o público alvo do mercado em que será inserido

4. Apresentação do site

Após a realização das pesquisas de mercado com ajuda das ferramentas de planejamento e gestão de negócios, foi desenvolvido um protótipo de loja virtual da Papelaria Criativa, de forma a atender às necessidades do público-alvo.

Em primeiro lugar, na parte superior do site, contém o cabeçalho com o nome da loja centralizado, o ícone do carrinho virtual do lado direito, e do lado esquerdo o menu de três linhas. Na página de início do site, há uma mensagem de boas-vindas ao cliente, alguns produtos em destaque e, no inferior da página tem o campo "Newsletter" para se cadastrar com o e-mail e receber as ofertas da loja.

4.1 Início



Bem vindo (a) a Papeleria Criativa

*Sua papeleria online com tudo
para inspirar criatividade e
organização!*

Destaques



Kit Caneta Brush Pen

R\$44,99



Caderno inteligente -
Bubble

R\$139,99

← 1/5 →



Papelaria Criativa



Kit Caneta Brush Pen
R\$44,99



Caderno inteligente -
Bubble
R\$139,99

← 1/5 →

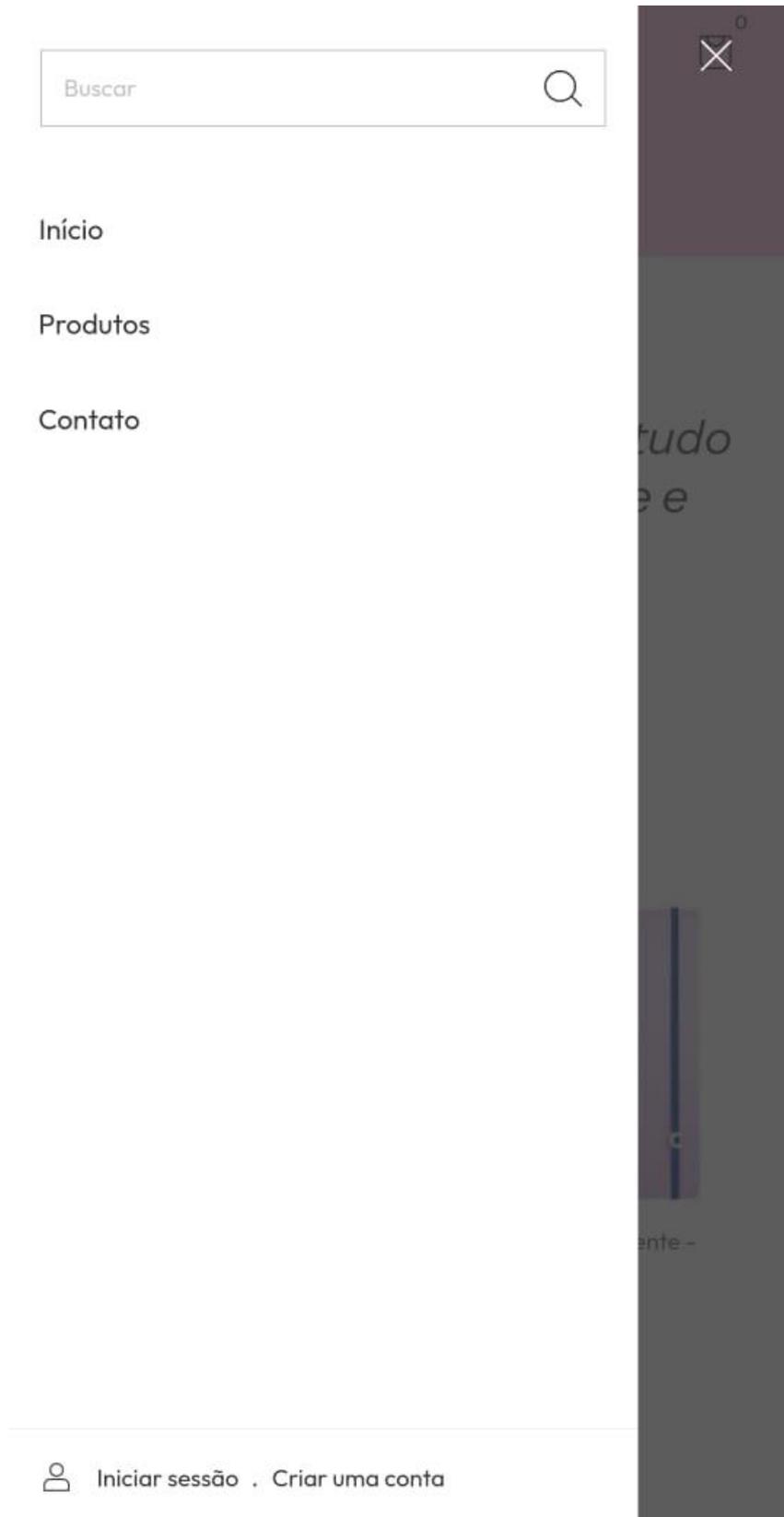
Newsletter

Cadastre-se e receba nossas ofertas.

[Enviar](#)

4.2 Produtos e Contato

No menu de três linhas do lado esquerdo do cabeçalho, há o campo de pesquisa, em que você pode buscar o produto que procura, além dos ícones "Início", "Produtos" e "Contato". Na parte inferior do menu, estão a opção "Iniciar sessão" e "Criar uma conta".



No ícone "Produtos", contém todos os produtos disponíveis no site, além da opção de filtrar os itens, ordenando-os da forma que for mais viável para o cliente, também é possível filtrar por preço, indicando a faixa de valores que o cliente busca.



Início . Produtos

Produtos

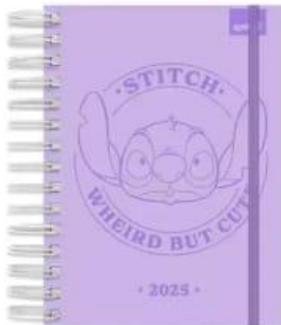
Filtrar



Grampeador Mini - Hello Kitty
R\$25,99



Kit Scrapbook - Pintura a Óleo
R\$189,99



Agenda Stitch 2025
R\$30,99



Post It
R\$14,00



Filtrar 

Ordenar

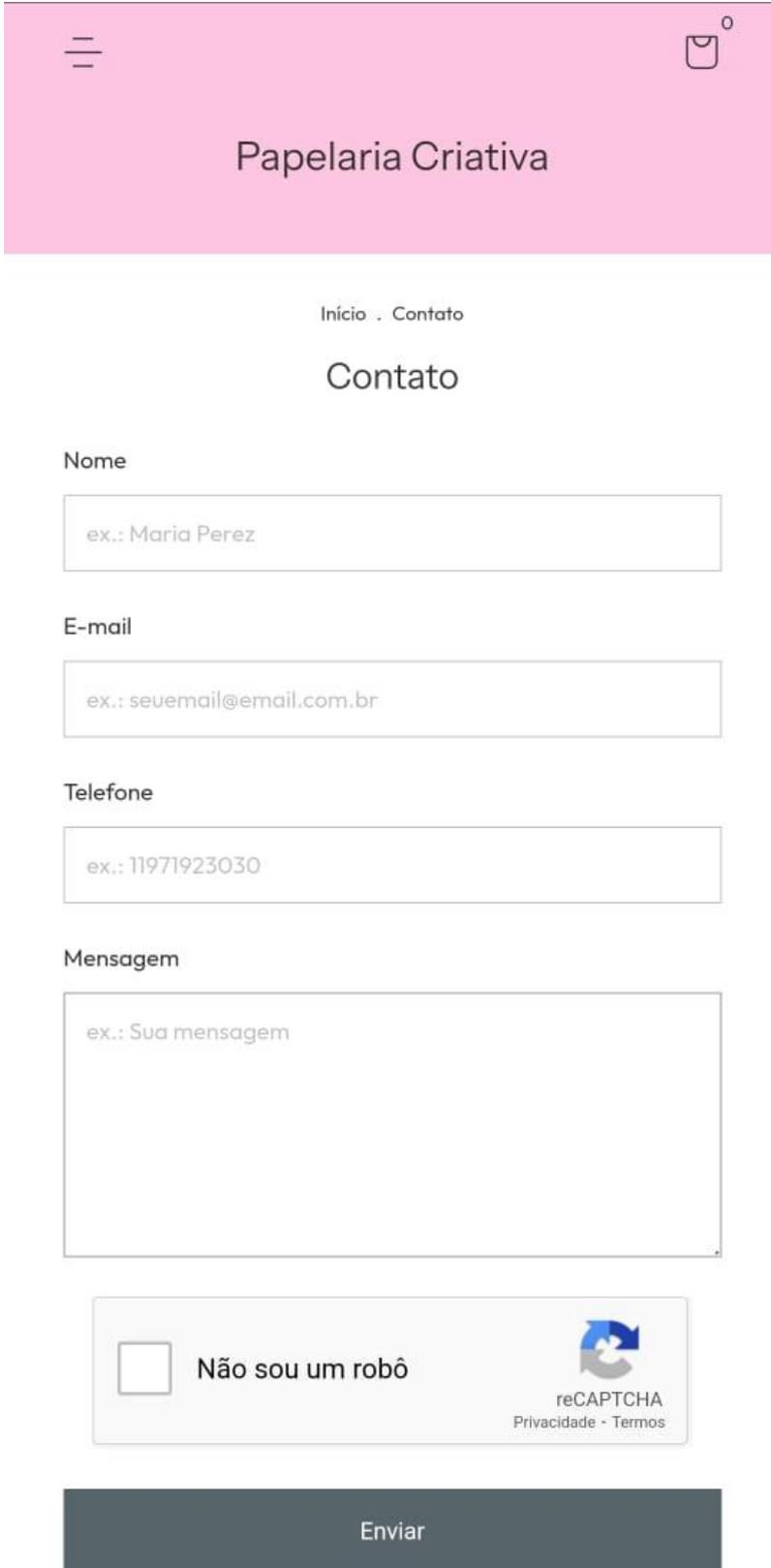
- Preço: Menor ao Maior
- Preço: Maior ao Menor
- A - Z
- Z - A
- Mais Novo ao mais Antigo
- Mais Antigo ao mais Novo
- Mais Vendidos

Preço

De Até



No ícone "Contato", há uma área para caso seja necessário que o cliente entre em contato com a empresa. Para isso, conta com algumas caixas de texto referentes às informações necessárias para o contato, sendo elas Nome, E-mail, Telefone, a mensagem que deseja enviar, e então a caixa de verificação "não sou um robô" para a verificação de segurança.



The image shows a contact form for 'Papeleria Criativa'. At the top, there is a pink header with a hamburger menu icon on the left and a notification icon with a '0' on the right. The title 'Papeleria Criativa' is centered in the header. Below the header, the breadcrumb 'Início > Contato' is displayed, followed by the page title 'Contato'. The form consists of several input fields: 'Nome' with a placeholder 'ex.: Maria Perez', 'E-mail' with a placeholder 'ex.: seuemail@email.com.br', 'Telefone' with a placeholder 'ex.: 11971923030', and a larger 'Mensagem' field with a placeholder 'ex.: Sua mensagem'. Below these fields is a reCAPTCHA section with a checkbox labeled 'Não sou um robô' and the reCAPTCHA logo and text 'reCAPTCHA Privacidade · Termos'. At the bottom, there is a dark grey button labeled 'Enviar'.

Início > Contato

Contato

Nome

E-mail

Telefone

Mensagem

Não sou um robô


reCAPTCHA
Privacidade · Termos

Enviar

4.3 Criar Conta

Na opção "Criar uma conta", o cliente pode melhorar sua experiência em nossa loja digital. Para isso, é necessário preencher algumas informações solicitadas nessa página, sendo Nome completo, E-mail, Telefone (opcional), também é necessário criar uma senha segura, e a confirmação "não sou um robô" para a verificação de segurança.

Caso o cliente já tenha uma conta na loja, ele será direcionado a página "Iniciar sessão", sendo necessário inserir o e-mail cadastrado, e a senha.



Papelaria Criativa

Criar uma conta

Compre mais rápido e acompanhe seus pedidos em um só lugar!

Nome completo

E-mail

Telefone (opcional)

Senha

Confirmar senha

Não sou um robô 
reCAPTCHA
Privacidade · Termos

Criar uma conta

Já possui uma conta? [Faça login](#)

4.5 Iniciar Sessão



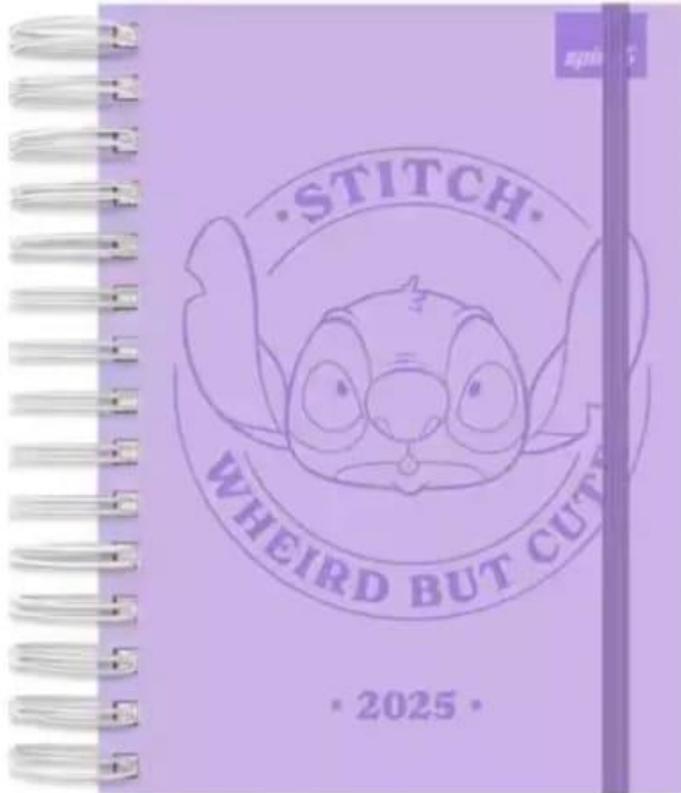
The screenshot shows the login page for 'Papeleria Criativa'. At the top, there is a pink header with a hamburger menu icon on the left and a shopping cart icon with a '0' on the right. The title 'Papeleria Criativa' is centered in the header. Below the header, there is a breadcrumb trail: 'Início . Minha Conta . Login'. The main heading is 'Iniciar sessão'. There are two input fields: 'E-mail' with a placeholder 'ex.: seuemail@email.com.br' and 'Senha' with a placeholder 'ex.: suassenha' and a toggle icon. A link 'Esqueceu a senha?' is located below the password field. A dark blue button labeled 'Iniciar sessão' is positioned below the form. At the bottom, there is a link: 'Não possui uma conta ainda? [Criar uma conta](#)'.

4.6 Finalização da compra.

Para realizar a compra de um item, o cliente precisa adicionar o produto no carrinho de compra. Para isso, ele precisa selecionar o produto desejado e clicar no botão de compra. Dessa forma, o pedido será automaticamente encaminhado para o carrinho virtual, que se encontra no cabeçalho do site. Nele, o cliente encontra todos os produtos selecionados, com o valor de cada um, a quantidade escolhida e o valor total. Para continuar com a compra, segue do botão "Iniciar compra", que vai encaminhar para a página em que o cliente preenche com os dados necessários para a realização da entrega e, por fim, a página de pagamento, em que o cliente escolhe a forma que realizará a compra, como por meio de boleto, pix ou cartão de crédito, e então poderá concluir a compra.



Papelaria Criativa



[Início](#) . [Produtos](#) . [Angenda Stitch 2025](#)

Angenda Stitch 2025

R\$30,99

— 1 +

Comprar

Meios de envio

Seu CEP

[Calcular](#)

[Não sei meu CEP](#)

COMPRA SEGURA



100% PROTEGIDO

Papelaria Criativa

[✓ Ver detalhes do pedido](#)**R\$ 44,99**

Entrega . Pagamento

DADOS DE CONTATO

 Receber ofertas e novidades por e-mail

ENTREGA

CEP

|

Não sei meu CEP

Continuar

4.7 Protótipos da loja física

No contexto do atual mercado em que a loja está presente, foi realizada a criação de uma maquete que apresenta toda a estrutura pensada pelas estudantes.

Na presente maquete se encontra detalhes pensados como: local de estudos, prateleiras com diversos itens de venda (fictícios), paredes com cores relacionadas a presença da marca criada para atrair uma certa atenção ao local detalhado.

Com isso a criação da maquete veio com o intuito de exemplificar o motivo da empresa existir.



5. Resultado esperado

Por meio das pesquisas realizadas voltadas a conhecer o público-alvo da empresa, que foram feitas para conhecimento tanto de questões socioeconômicas, quanto gostos gerais dos clientes. Com isso foi realizada pesquisas com fundamentos em livros de empreendedorismo e marketing para a criação e aplicação de uma papelaria com o diferencial de um espaço voltado para o estudo e interações sociais entre os clientes.

Além disso as pesquisas foram de suma importância para o desenvolvimento do marketing da empresa, uma vez que o marketing faz a empresa funcionar. Com isso existe a pretensão da criação e obtenção de resultados, buscando impactos na área financeira e reconhecimento das cidades.

Dessa forma o projeto se faz necessário para diversidade dos comércios locais, e trazer a inovação no nicho em que a empresa se encontra, e com os diferenciais da papelaria. Para isso a criação e explicação do site foram necessárias para melhor entendimento do funcionamento geral da papelaria.

Portanto concluiu-se que a empresa se faz possível, por meio de captação de dados do nicho financeiro e empresarial, que mostram os bens econômicos e pessoais, a presença de clientes e principalmente de uma maneira para aumentar a lucratividade.

6. Considerações Finais.

O presente trabalho teve o intuito de entender, conhecer e aplicar a importância da criação de novos meios de compras voltados para papelaria. Buscando se diferenciar no mercado inserido a empresa se propõe inovar os meios de compra uma vez que durante a pandemia de covid 19 ficaram limitados, e com isso foi visto a necessidade de encontrar novas maneiras de proporcionar a criatividade e o estudo para a população, juntamente com a ODS 4 que busca uma educação de qualidade.

Com isso, para atingir uma maior visibilidade no âmbito empresarial, foram feitas pesquisas com ênfase em conhecer o público-alvo da empresa, por conta disso e visto a preferência e necessidade do público, foi desenvolvido um site de fácil acesso, e de forma bem eficiente para a realização de compras. Além disso, as pesquisas resultaram na criação de uma loja física que vem com a intenção de melhorar não apenas a parte social, mas também no quesito compra, para facilitar a procura e demanda de lojas específicas.

Ainda, foi elaborada uma maquete para melhor visualização da loja física. Em pesquisa feita, a maioria do público preza por um ambiente harmonioso. Diante disso, esse o projeto foi pensado nessa preferência, com cores e layout montados da melhor maneira.

Sendo assim, essa pesquisa pode ser utilizada para um projeto futuro, implantando melhorias que permitam expandir o modelo de negócio. Esse trabalho ajudou academicamente, a melhorar métodos de aplicação de aprendizagem. Os instrumentos usados durante toda análise foram essenciais para entender o público e fazer um modelo de acordo com as preferências.

7. Referências bibliográficas

KELLER, Kotler. Administração de Marketing. Administração de Marketing 15ª Edição_compressed,2018. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod_resource/content/0/Administrac%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2015%C2%AA%20Edic%C3%A7%C3%A3o_compressed.pdf. Acesso em: 25 maio 2024.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. As formas do comércio e a generalização da mercadoria. ortigoza-9788579831287-03 PDF (books.scielo.org), 2010. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/wg88m/pdf/ortigoza-9788579831287-03.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2024.

COBRA, Marcos. Administração de vendas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996. 25 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 8. ed. São Paulo: Empreende, 2021.

SOLEDADE, Silvio. Gestão e Empreendedorismo. SEBRAE, 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5fb9eaac80599677288b70b5485f8f99/\\$File/5900.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5fb9eaac80599677288b70b5485f8f99/$File/5900.pdf). Acesso em: 23 maio 2024.

7.1 Pesquisas relacionadas ao TCC

PIRES, Raphael. Aprenda a usar a matriz 5W2H nos Jobs e tarefas da sua agência! rockcontent.com, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-5w2h/#:~:text=5W2H%20quer%20dizer%205%20Ws,para%20a%20ag%C3%Aancia%20por%20exemplo>. Acesso em: 18 AGOSTO 2024.

DOURADO, Bruna. Mapa da empatia: o que é e 6 passos para criar um de qualidade. RD station, 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/mapa-da-empatia/>. Acesso em: 21 set. 2024.

REABURN, Alicia. Análise SWOT/FOFA: o que é e como usá-la (com exemplos). asana, 2024. Disponível em: <https://asana.com/pt/resources/swot-analysis>. Acesso em: 21 set. 2024.

DE MORAES, Vinícius. Frases de Vinícius de Moraes. Quero jeito, 1945. Disponível em: https://queridojeito.com/frases-de-vinicius-de-moraes#google_vignette. Acesso em: 15 nov. 2024.