



etecamp CPS
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA
Centro
Paula Souza

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

ETEC DE CAMPO LIMPO PAULISTA

CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

SALA DESCENTRALIZADA DE VÁRZEA PAULISTA

FERNANDA GRAZIELA VIEIRA POTTES

GLEIDSON APARECIDO DE OLIVEIRA

JORGE LUIZ GIANTOMAZI

NATÁLIA DOMINGUES CAROLA FLORIANO

VINICIUS HENRIQUE SANTA ANNA

PLANO DE NEGÓCIOS E ESTUDO DE VIABILIDADE APLICATIVO BIO PONTOS – RECICLAGEM DE ÓLEO

VÁRZEA PAULISTA- SP

DEZEMBRO / 2024



etecamp CPS
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA
Centro
Paula Souza

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

FERNANDA GRAZIELA VIEIRA POTTES
GLEIDSON APARECIDO DE OLIVEIRA
JORGE LUIZ GIANTOMAZI
NATÁLIA DOMINGUES CAROLA FLORIANO
VINICIUS HENRIQUE SANTA ANNA

PLANO DE NEGÓCIOS E ESTUDO DE VIABILIDADE APLICATIVO BIO PONTOS – RECICLAGEM DE ÓLEO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à EteCamp – Etec de Campo Limpo Paulista, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação do Professor Mauricio Ferreira, responsável pelo PTCC e DTCC.

VÁRZEA PAULISTA- SP

DEZEMBRO / 2024



etecamp CPS
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA
Centro
Paula Souza

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

FERNANDA GRAZIELA VIEIRA POTTES
GLEIDSON APARECIDO DE OLIVEIRA
JORGE LUIZ GIANTOMAZI
NATÁLIA DOMINGUES CAROLA FLORIANO
VINICIUS HENRIQUE SANTA ANNA

PLANO DE NEGÓCIOS E ESTUDO DE VIABILIDADE APLICATIVO BIO PONTOS – RECICLAGEM DE ÓLEO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à EteCamp – Etec de Campo Limpo Paulista, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação do Professor Mauricio Ferreira, responsável pelo PTCC e DTCC.

Orientador: Prof. Maurício Ferreira

Prof. André Antônio Zanatto

Prof. Marcelo Macrino dos Santos

VÁRZEA PAULISTA- SP



DEZEMBRO / 2024

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a Deus; sem ele não teríamos a capacidade para desenvolver este trabalho. Dedicamos também aos nossos colegas de curso, que assim como nós encerram uma difícil etapa da vida acadêmica.



etecamp
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA

CPS
Centro
Paula Souza

S **SÃO PAULO**
GOVERNO DO ESTADO

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter permitido que tivéssemos saúde e determinação para não desanimar durante a realização deste trabalho. Aos amigos e familiares por todo o apoio e pela ajuda, que muito contribuíram para a realização deste trabalho. Às pessoas com quem convivemos ao longo desses anos de curso, que nos incentivaram e que certamente tiveram impacto na nossa formação acadêmica.

EPÍGRAFE

“Quanto mais avança a tecnologia, mais respeitado será o ser que se mantiver
Humano.”

Imperador Marco Aurélio

RESUMO

O descarte inadequado de óleo de cozinha usado representa um problema ambiental significativo, pois uma pequena quantidade de óleo pode contaminar grandes volumes de água, além de prejudicar o solo e as redes de esgoto. Neste contexto, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) propõe o desenvolvimento de um aplicativo focado na troca e no descarte correto de óleo vegetal usado, visando a sustentabilidade e a conscientização ambiental. O aplicativo tem como objetivo principal conectar usuários que acumulam óleo vegetal usado com pontos de coleta autorizados ou empresas de reciclagem. Além disso, ele permite que os usuários recebam incentivos, como descontos ou créditos, ao realizarem a troca do óleo, promovendo maior adesão ao descarte adequado. A plataforma oferece funcionalidades que facilitam a localização de pontos de coleta próximos, o agendamento de trocas e o monitoramento da quantidade de óleo entregue, incentivando o descarte regular e sustentável. Este projeto busca contribuir para a redução de impactos ambientais negativos, promovendo a educação ambiental e facilitando o processo de descarte consciente de resíduos. A implementação do aplicativo poderá trazer benefícios significativos tanto para o meio ambiente quanto para a economia circular, transformando o óleo vegetal usado em uma oportunidade para a sociedade. " A economia circular ultrapassa o âmbito e foco estrito das ações de gestão de resíduos e de reciclagem, visando uma ação mais ampla, "(...) "circulando" o mais eficientemente possível produtos, componentes e materiais nos ciclos técnicos e/ou biológicos" (MONTEIRO, 2018, p.3).

Palavras-Chave: reciclagem; sustentabilidade; plano de pontos;

SUMÁRIO

1. OBJETIVO	12
2. QUESTÃO PROBLEMA	13
2.1 QUESTÃO GERAL	13
3. HIPÓTESE.....	14
4. METODOLOGIA.....	15
4.1 PESQUISA SECUNDÁRIA	15
Principais Interessados:	15
.....	16
4.3 CONCORRENTES	16
4.4 Concorrentes Diretos e Indiretos:	16
4.5 PERFIL DOS CLIENTES	16
4.6 Fornecedores	17
4.7 SEGMENTO DE MERCADO	18
4.8 Concorrência.....	19
5. CANVAS	31
A modelagem do negócio foi realizada utilizando a ferramenta Canvas, que possibilitou estruturar e visualizar os principais componentes do modelo de negócio. Esta abordagem abrange elementos essenciais como a proposta de valor, segmentos de clientes, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades chave, parcerias estratégicas e estrutura de custos (TORRES et al., 2012).	31
Vantagens de Utilizar o Business Model Canvas.....	32
Principais Tendências que Inspiraram o Desenvolvimento do Aplicativo Bio Pontos	35
6. PLANO DE MARKETING	36
6.1 ANÁLISE DE MERCADO.....	36
Achados da Pesquisa Secundária: Clientes Ideais para o Aplicativo	36
Estabelecimentos Comerciais	36
Residências com Consciência Ambiental.....	37
Plano de Voz: Estratégia de Comunicação para o Aplicativo	41
Perfil de Abordagem Ideal.....	41
Para os estabelecimentos comerciais usaremos uma abordagem específica. Usaremos um tom que transmita autoridade no setor de reciclagem e sustentabilidade, enquanto destaca benefícios econômicos e operacionais.	41
Exemplos de Comunicação Prática.....	43



Campanha Digital (Estabelecimentos)	43
6.3 ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	45
Slogan da Campanha:	46
Objetivo:	46
Público-Alvo:	46
Mensagem Principal:	46
Ações da Campanha:	46
Informar e Educar:.....	47
Ação: Cartilha Digital e Impresso Informativo	47
Mensagem Curta para Redes Sociais:	47
Educação nas Escolas e nas comunidades	47
6.5 TABELA DE PRECIFICAÇÃO	56
Orçamento Total Estimado	59
Detalhamento Mensal do Plano de Mídia.....	59
Mês 1: Lançamento	59
Mês 2: Crescimento	60
Mês 3: Engajamento	60
Mês 4: Expansão.....	60
Mês 5: Consolidação	61
Mês 6: Avaliação e Retenção	61
Resultados Esperados	61
6.6 PLANO OPERACIONAL	62
Recepção / Pós-Vendas / SAC	63
Copa.....	64
Comercial / Financeiro	64
Diretoria.....	64
Brainstorm	64
Gerência Geral	65
Banheiros (Comum e PCD).....	65
i. Horário de Trabalho: Planejamento para Máxima Produtividade.....	68
Alta Produtividade (8h às 10h).....	68
Reuniões ou Feedbacks (10h às 11h)	68
Tarefas Operacionais (11h às 12h)	68
Intervalo para Almoço (12h às 13h).....	68
Média Produtividade (13h às 15h)	68
6.7 PROPOSTA DE VALOR	69
6.8 Recursos Humanos	71
6.9 PLANO FINANCEIRO	74

7- RESULTADOS.....	92
8- CONCLUSÕES – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	92
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
10. ANEXO.....	97
11. APÊNDICE – ELEMENTO PÓS-TEXTUAL -	100

1. OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo principal promover a sustentabilidade e a conscientização ambiental. Esse tipo de iniciativa busca incentivar a coleta e o descarte correto do óleo de cozinha usado, evitando que ele seja despejado de forma inadequada, o que pode causar sérios danos ao meio ambiente. Segundo Hocevar (2005 apud PASQUALETTO, 2008) “cada litro de óleo despejado no esgoto urbano tem potencial para poluir cerca de um milhão de litros de água, o que equivale à quantidade que uma pessoa consome ao longo de quatorze anos de vida.”

Temos como principais objetivos desse projeto a redução do impacto ambiental, incentivando a participação da comunidade, promovendo a educação e conscientização ambiental, fomentar a economia circular, facilitar o processo de reciclagem. Através de um aplicativo, temos a ferramenta poderosa capaz de transformar um hábito prejudicial ao meio ambiente em uma oportunidade de ganho para a sociedade, incentivando um ciclo de responsabilidade e sustentabilidade.

2. QUESTÃO PROBLEMA

O grande problema observado é que, no que diz respeito ao óleo de cozinha usado, o descarte não é bem compreendido por parte dos consumidores. Uma pesquisa feita por nosso grupo, constatou que cerca de 50% dos entrevistados (52,4%), jogam este óleo fora, seja no ralo ou no lixo, ou simplesmente guardam o óleo sem saber exatamente o que fazer com ele. E o que mais surpreende é que mais de 80% dos entrevistados (81,6%), sabem da importância da reciclagem deste produto, mas simplesmente não o fazem.

Diante disso surgiu uma ideia, que consiste em disponibilizar uma plataforma onde pudéssemos conectar quem tem óleo guardado em casa ou gera o acúmulo desse óleo devido à natureza de sua atividade econômica, e que já não é mais apropriado para o uso, com quem sabe exatamente o que fazer com esse produto, quem recicla e dá a destinação correta a ele.

2.1 QUESTÃO GERAL

Como gerar uma ferramenta eficiente de conscientização e mudança de comportamento, na prática do descarte de óleo?

3. HIPÓTESE

A solução reside na ideia de um aplicativo! Mas não só isso, para incentivar e convencer as pessoas de se cadastrarem na plataforma, decidimos correr atrás de firmar parcerias com empresas do e-commerce, e quem mais se interessar em participar da iniciativa, oferecendo espaço de visualização e possibilidade de novas vendas dentro do app e em contrapartida as empresas oferecerem descontos em produtos selecionados do seu portfólio ao mesmo tempo em que as empresas coletoras de óleo teriam sua principal matéria prima à disposição com coletas agendadas e programadas de acordo com a região e quantidade mínima disponível de óleo usado.

Para participarem da iniciativa cada empresa, seja ela varejista ou coletora de resíduo, poderia pagar uma espécie de “licença” para poder usar a plataforma.

Resultará em um aumento significativo na taxa de descarte adequado de óleo de cozinha usado entre usuários do aplicativo, promovendo a conscientização ambiental e contribuindo para a sustentabilidade local.

Espera-se que, ao disponibilizar informações sobre pontos de coleta no aplicativo, mais usuários se sintam motivados a descartar o óleo de forma correta. A inclusão de materiais educativos e notificações no aplicativo aumentará o conhecimento dos usuários sobre os impactos ambientais do descarte inadequado.

A implementação de incentivos, como cupons ou recompensas, motivará os usuários a participar ativamente, resultando em maior engajamento com práticas sustentáveis. A colaboração contribuirá para a redução do volume de óleo descartado de maneira inadequada, ajudando a proteger o meio ambiente e melhorando a imagem de ambas empresas.

4. METODOLOGIA

4.1 PESQUISA SECUNDÁRIA

Para o desenvolvimento de um aplicativo voltado para a troca de óleo vegetal usado, foi essencial a realização de uma pesquisa secundária abrangendo quatro aspectos principais: o segmento de mercado, a análise da concorrência, o perfil dos clientes e a identificação dos fornecedores.

4.2 SEGMENTO DE MERCADO

O mercado de reciclagem de óleo vegetal usado tem crescido em função do aumento da conscientização ambiental e das legislações que incentivam o descarte adequado de resíduos. Esse segmento envolve o processo de coleta, armazenamento e reciclagem do óleo de cozinha, que pode ser transformado em biodiesel, produtos de limpeza e até em insumos para a indústria de cosméticos. O aplicativo visa atender a duas vertentes: usuários finais que produzem o resíduo (residências e estabelecimentos de alimentação) e empresas que fazem o reaproveitamento desse óleo.

Principais Interessados:

- **Residências:** Contribuem com pequenas quantidades de óleo usado, mas somadas representam um volume significativo.

- **Estabelecimentos Comerciais:** Restaurantes, bares e indústrias alimentícias produzem grandes quantidades de óleo, sendo os principais geradores do resíduo.
- **Empresas de Coleta e Reciclagem:** Realizam o trabalho de coleta e direcionam o óleo para o processamento adequado.

4.3 CONCORRENTES

Atualmente, existem alguns aplicativos e plataformas que se dedicam ao descarte adequado de resíduos, inclusive óleo de cozinha, embora a maioria seja voltada para reciclagem em geral. A análise de concorrentes envolve identificar plataformas que oferecem serviços semelhantes e observar as principais características, benefícios, limitações e diferenciais.

4.4 CONCORRENTES DIRETOS E INDIRETOS:

- **Aplicativos de reciclagem geral:** Como o *Cataki* e o *Ciclo Orgânico*, que conectam usuários a catadores e pontos de coleta, mas não focam exclusivamente no óleo vegetal.
- **Iniciativas locais de coleta de óleo:** Muitos municípios possuem programas de coleta em parceria com ONGs e cooperativas, mas sem um aplicativo centralizador que organize essa coleta.
- **Plataformas de logística reversa:** Algumas empresas de reciclagem oferecem serviços de logística reversa para coleta de óleo, mas não com foco na interação do consumidor final por meio de um app.

4.5 PERFIL DOS CLIENTES

Para o sucesso do aplicativo, é crucial entender as características e as motivações dos clientes finais.

- **Residências:** Famílias preocupadas com o meio ambiente, dispostas a aderir a práticas sustentáveis. Esse grupo tende a buscar soluções práticas para o

descarte do óleo usado e pode ser incentivado por benefícios como descontos e premiações.

- **Estabelecimentos Comerciais:** Incluem restaurantes, lanchonetes e redes de fast-food. Esses clientes são mais recorrentes e produzem maiores quantidades de óleo, o que torna a coleta sistemática essencial.
- **Instituições Educacionais:** Escolas e universidades podem ser incentivadas a coletar óleo como parte de iniciativas educacionais e projetos sustentáveis.

4.6 FORNECEDORES

Para viabilizar o funcionamento do aplicativo, foi necessário estabelecer parcerias com fornecedores que facilitem o fluxo do óleo coletado, além de proporcionar os incentivos aos usuários.

- **Empresas de Coleta e Reciclagem:** Serão os principais parceiros, responsáveis por receber o óleo coletado e, eventualmente, oferecer benefícios que incentivem a adesão ao aplicativo.
- **Estabelecimentos de Recompensas:** Supermercados, lojas de produtos sustentáveis, e estabelecimentos de serviços que ofereçam descontos ou créditos aos usuários do app em troca do óleo entregue.
- **Parceiros Logísticos:** Empresas que possam auxiliar no transporte do óleo coletado dos pontos de coleta menores até as estações de reciclagem.

Esse panorama de mercado revela que o desenvolvimento de um aplicativo focado no descarte de óleo vegetal usado apresenta uma oportunidade inovadora com um grande potencial de impacto ambiental positivo. Ao facilitar o processo de coleta e incentivar a adesão de usuários e empresas, o aplicativo poderá se posicionar como uma referência sustentável, com o potencial de contribuir para a economia circular e a sustentabilidade urbana.

Seguem os resultados obtidos pela pesquisa secundária

■

■

-
-
-
-
-

4.7 SEGMENTO DE MERCADO

Divisão estimada do mercado em termos de contribuição de óleo vegetal usado:

- Residências: 40% do total coletado (em pequenos volumes individuais).
- Estabelecimentos Comerciais: 55% (com produção em grande escala).
- Outros (instituições educacionais e eventos): 5%.

Gráfico de Pizza: Participação no Mercado de Óleo Coletado

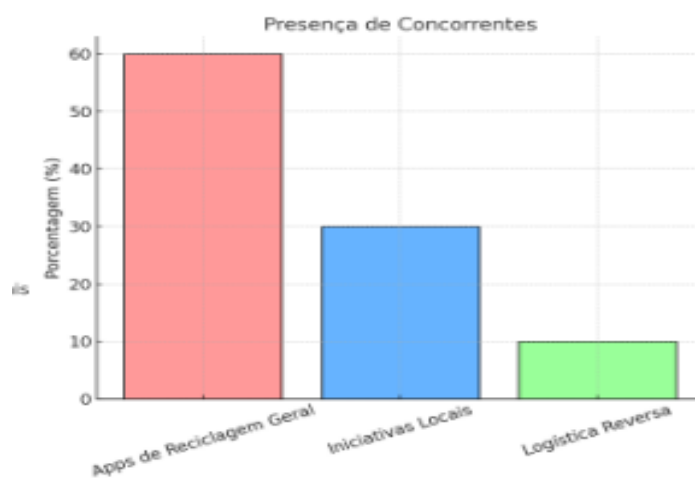


4.8 CONCORRÊNCIA

Análise dos concorrentes em termos de presença e foco:

- Aplicativos de reciclagem geral: 60% do mercado.
- Iniciativas locais de coleta: 30%.
- Plataformas de logística reversa: 10%.

Gráfico de Barras: Presença de Concorrentes



4.9 Perfil dos Clientes

Estimativa de adesão potencial ao aplicativo:

- Residências: 70% dispostas a usar o app (especialmente com incentivos).
- Estabelecimentos Comerciais: 85% com maior frequência de uso devido ao volume.

- Instituições Educacionais: 50% dispostas, mas com foco em ações educativas.

Gráfico de Colunas: Adesão Potencial por Tipo de Cliente



4.10 FORNECEDORES

Estimativa de participação na cadeia:

- Empresas de coleta e reciclagem: 60% dos parceiros principais.
- Estabelecimentos de recompensas: 30%.
- Parceiros logísticos: 10%.



A maior contribuição vem de estabelecimentos comerciais (55%), enquanto residências, mesmo com pequenas quantidades individuais, representam 40% do total.

A maioria das iniciativas ainda é voltada para a reciclagem geral, com foco limitado no óleo vegetal.

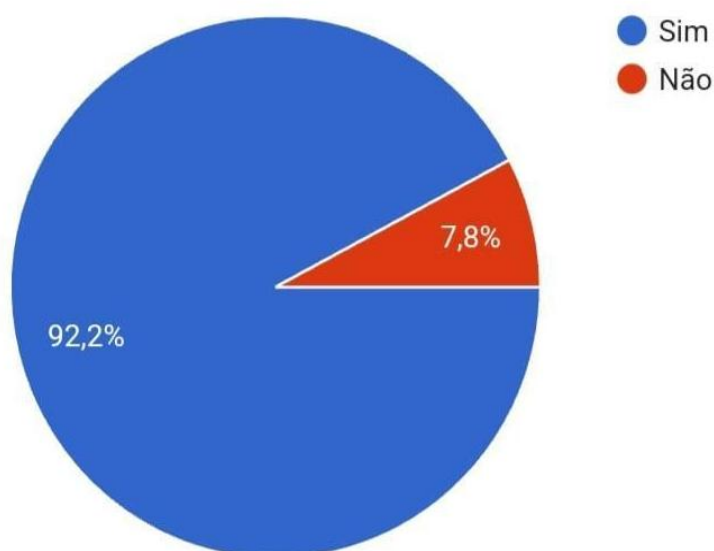
Estabelecimentos comerciais apresentam maior interesse (85%), enquanto instituições educacionais têm potencial mais moderado (50%).

Empresas de coleta e reciclagem dominam como parceiros estratégicos (60%), seguidas por estabelecimentos de recompensas.

4.11 PESQUISA PRIMÁRIA

Gráfico 1

Você utiliza óleo vegetal (óleo de cozinha para frituras) na sua residência ou comércio?



De acordo com as pesquisas feitas obtivemos resultados importantes vejam a seguir:

Cerca de 92,2% responderam que sim.

E cerca de 7,8% disseram que não.

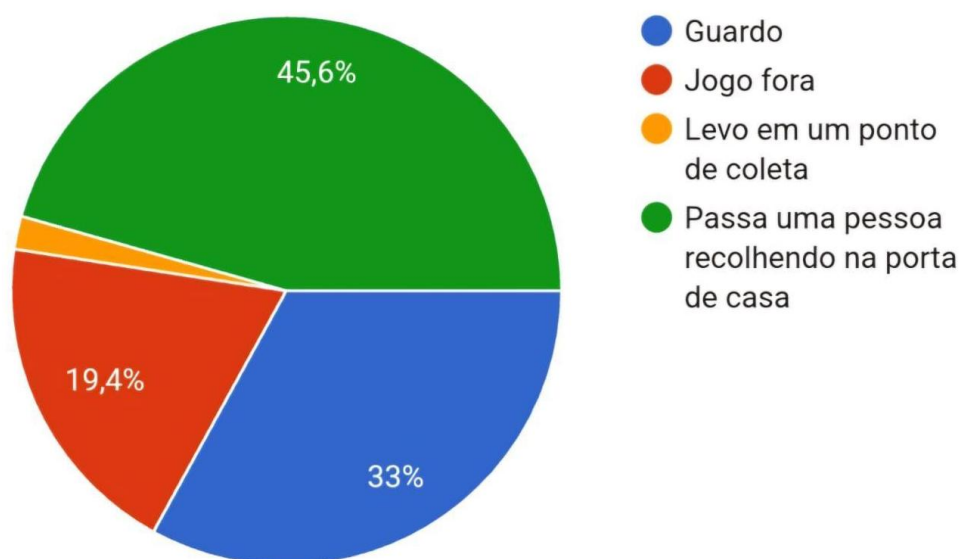
A maioria absoluta (mais de 90%) dos entrevistados utiliza óleo vegetal em suas atividades diárias, o que pode incluir tanto uso doméstico quanto comercial.

Esses dados indicam um potencial significativo de geração de resíduos de óleo, tornando crucial a implementação de estratégias para o descarte adequado e programas de reciclagem.

Apenas uma pequena parcela não utiliza óleo vegetal, o que pode indicar práticas alimentares alternativas ou a preferência por métodos de cozimento mais saudáveis.

Gráfico 2:

O que você faz com o óleo depois de usá-lo?



A maioria dos participantes (45,6%) utilizam um serviço de coleta porta a porta para o óleo usado, o que demonstra uma boa adesão a práticas de descarte mais sustentáveis, desde que a coleta esteja disponível.

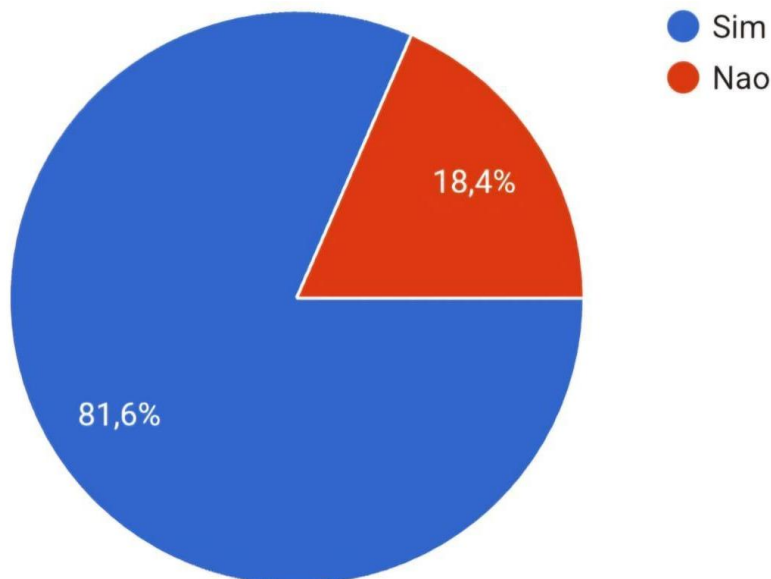
Outros 33% armazenam o óleo usado, possivelmente aguardando um momento mais adequado para descartá-lo corretamente ou esperando que alguém passe recolhendo. Isso sugere que essas pessoas podem estar conscientes da necessidade de um descarte adequado, mas talvez careçam de opções mais convenientes.

E ainda 19,4% dos entrevistados simplesmente jogam o óleo fora. Esse comportamento é preocupante, pois o descarte inadequado, como despejar o óleo em pias ou no lixo comum, pode causar sérios problemas ambientais, incluindo a contaminação de água e solo, além de entupimento de encanamentos.

Apenas 1% leva o óleo a pontos de coleta, indicando que poucas pessoas estão utilizando esta opção, possivelmente devido à falta de informação ou acessibilidade a esses pontos.

Gráfico 3:

Você tem conhecimento da importância da reciclagem desse óleo?



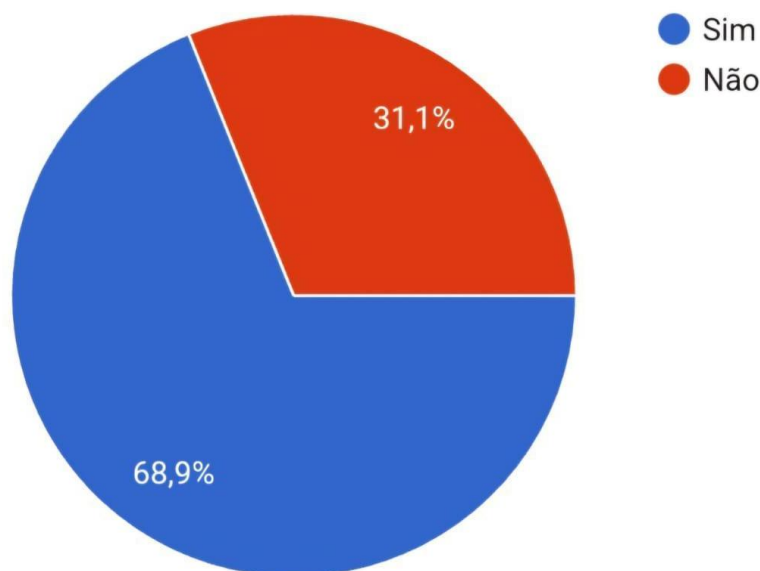
A maioria significativa (81,6%) dos entrevistados sabe da importância da reciclagem do óleo vegetal, o que é um sinal positivo de conscientização ambiental.

Esse nível de conhecimento pode ser um bom ponto de partida para campanhas que incentivem práticas mais sustentáveis.

No entanto, 18,4% ainda não têm esse conhecimento, o que indica que há um público que pode ser educado sobre os impactos negativos do descarte inadequado e os benefícios da reciclagem.

Gráfico 4:

Gostaria de participar de uma iniciativa com vantagens na troca do seu óleo usado?



O fato de 68,9% dos participantes demonstrarem interesse indica uma aceitação considerável da ideia. Isso sugere que muitas pessoas estão dispostas a adotar soluções práticas que envolvam a troca de óleo usado, especialmente se houver benefícios como descontos, recompensas ou vantagens em serviços relacionados. Preocupação com sustentabilidade é uma possível explicação para o interesse elevado. Muitas pessoas buscam maneiras de descartar o óleo usado de forma adequada, seja por preocupações com o meio ambiente ou por meio de incentivos para reduzir o impacto ecológico. de forma negativa

O número de respostas positivas é significativo, e o potencial de mercado demonstra que há um público-alvo engajado para esse tipo de iniciativa. Para os desenvolvedores, isso é uma boa oportunidade para criar uma plataforma que agregue valor ao usuário, tornando a troca de óleo mais conveniente e recompensadora.

O grupo de 31,1% que não se mostrou interessado pode ter diferentes razões, como a falta de confiança em iniciativas desta natureza, desconhecimento sobre o serviço ou simplesmente não achar útil participar de um programa que oferece vantagens para algo que eles não consideram relevante.

A pesquisa indica que há um grande interesse pelo serviço e que ele pode ter boa aceitação no mercado. Para melhorar a adesão, é importante entender os motivos dos 31,1% que não mostraram interesse, podendo haver ajustes no marketing ou nos benefícios oferecidos pela plataforma para engajar mais pessoas.

Com o resultado obtido chegamos às conclusões e algumas recomendações como o alto potencial de reciclagem com 92,2% das pessoas utilizando óleo vegetal e 81,6% conscientes da importância da reciclagem, há uma boa base para a implementação de programas de coleta e reciclagem de óleo vegetal usado.

A aderência ao serviço de coleta porta a porta (45,6%) mostra que esse tipo de serviço é bem recebido e poderia ser expandido para alcançar mais pessoas.

Apesar do alto nível de conscientização, quase 20% das pessoas ainda descartam o óleo de forma inadequada. Isso pode ser resolvido com campanhas educacionais que expliquem os danos ambientais causados pelo despejo de óleo em pias ou lixo comum.

Além disso, campanhas para divulgar pontos de coleta e os benefícios da reciclagem podem incentivar mais pessoas a armazenar e descartar o óleo de maneira correta.

A baixa utilização dos pontos de coleta (apenas 1%) sugere que esses pontos podem não ser amplamente acessíveis ou conhecidos. Investir em mais locais de coleta e campanhas de divulgação pode aumentar significativamente a reciclagem de óleo.

Considerar parcerias com comércios locais, escolas, ou condomínios para estabelecer pontos de coleta mais próximos das comunidades.

Para motivar os 33% que guardam o óleo usado, programas de incentivo poderiam ser implementados, como trocas por produtos de limpeza ecológicos ou descontos em mercados que participem de programas de coleta de óleo.

Continuar a pesquisa em intervalos regulares para monitorar mudanças no comportamento e a eficácia das campanhas educacionais pode ser uma estratégia eficaz para avaliar o impacto das ações tomadas.

O fato de 68,9% dos participantes terem demonstrado interesse indica uma aceitação considerável da ideia. Isso sugere que muitas pessoas estão dispostas a adotar soluções práticas que envolvam a troca de óleo usado, especialmente se houver benefícios como descontos, recompensas ou vantagens em serviços relacionados.

4.12 PLANO DE NEGÓCIO

Existem cada vez mais exigências por práticas sustentáveis, e o descarte incorreto de óleo é um problema ambiental significativo.

Restaurantes e lanchonetes, bares e até residências precisam de ajuda de uma solução prática e ecologicamente correta para descarte, sugerindo um mercado potencial.

Para Martins, Conti e Lisboa (2010, p.1) “A indústria é a maior responsável pela dispersão de substâncias tóxicas no meio ambiente e por isso torna-se urgente, e necessário, promover mudanças na forma de tratar os problemas ambientais”.

Com base nas pesquisas secundárias analisamos que já existem aplicativos ou empresas realizando esse serviço. A partir disso, identificar possíveis diferenciais para o app, como conveniência, recompensas e parcerias com ONGs. Uma baixa concorrência local indica maior potencial de mercado e demandará estratégias de diferenciação.

Avaliar a aceitação de tecnologia e a aceitação para usar o aplicativo por residências e estabelecimentos comerciais. Realizamos pesquisas com o público alvo para confirmar que o modelo é atraente.

Fluxo do Negócio

Os primeiros insights a respeito do fluxo do negócio do aplicativo conectando os interessados na nossa ideia de solução, vamos descrever abaixo:

Cadastro de usuários e coletores

Cadastro de usuários: Tela de cadastro para residências, empresas e restaurantes, com informações como endereço, tipo de local e quantidade média de óleo descartado.

Cadastro de Coletores: Área de cadastro para empresas e profissionais que realizam coletas, eles devem preencher dados como zona de cobertura, frequência de coletas e capacidade de transporte.

SOLICITAÇÃO DE COLETAS

Agendamento de coleta: Usuários podem solicitar a coleta informando a quantidade de óleo armazenado . Assim agendando sua coleta para uma data específica

Notificações: Sistema de notificações por um push ou e-mail para avisar os usuários sobre o status da coleta, confirmação de agendamento e chegada do coletor

GEO LOCALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO

Mapeamento de locais: Exibir um mapa com a localização dos pontos de coleta e das rotas dos coletores.

Roteirização inteligente: Um algoritmo de otimização de rotas para organizar as coletas de maneira mais eficiente, considerando proximidade entre os pontos e volume de óleo.

RELATÓRIOS E HISTÓRICO DE COLETA

Histórico de coletas: Área onde os usuários podem consultar o histórico de coletas, incluindo a quantidade de óleo coletado e a data.

Relatórios mensais e anuais: Para coletores e administradores, o aplicativo pode gerar relatórios de desempenho com dados sobre o volume de óleo coletado, economia de recursos e impacto ambiental.

EDUCAÇÃO E INCENTIVOS

Dicas e informações: Seção educativa para explicar os benefícios do descarte adequado de óleo e o impacto ambiental.

Programa de recompensa: Pontuação para usuários que realizam coletas regulares, podendo oferecer descontos e cupons.

FEEDBACK E AVALIAÇÕES

Avaliação de serviços: Após a coleta, o usuário pode avaliar o serviço, ajudando na melhoria contínua.

Suporte e feedback: Canal para usuários enviarem dúvidas, sugestões ou problemas encontrados.

INTEGRAÇÃO COM SISTEMAS DE RECICLAGEM

Destinação final: Integração com empresas que reciclam óleo usado para monitorar o processo, garantindo a destinação correta do material coletado.

GESTÃO DE PARCERIAS E PROGRAMAS DE FIDELIDADE

Parcerias com restaurantes, hotéis e indústrias alimentícias:

Funcionalidades específicas para grandes geradores de óleo, como monitoramento personalizado de coletas, planos de fidelidade e descontos para clientes recorrentes.

Programa de fidelidade:

Sistema de pontos para usuários domésticos e empresas A cada litro de óleo coletado, o usuário pode ganhar pontos, que podem ser trocados por produtos e serviços.

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Conteúdo educacional:

Área com dicas sobre armazenamento adequado, formas de reduzir o descarte incorreto e o benefício da reciclagem de óleo, podendo incluir artigos, vídeos e até tutoriais.

Gamificação ambiental:

Incentivo à coleta através de desafios e metas, como "META VERDE" para quem reciclar uma determinada quantidade por mês.Usuários podem ganhar emblemas ou conquistas que incentivam o descarte sustentável.

REALIDADE AUMENTADA E ESCANEAMENTO

Escaneamento de código QR:

Cada recipiente ou no celular,pode ter um código QR, que permite aos coletores e usuários escanear o volume e registrar a coleta no sistema rapidamente.

Realidade aumentada:

A tecnologia de RA pode mostrar,ao apontar a câmera para o recipiente ou para o celular, informações sobre o armazenamento correto,estimativa de quantidade e instruções para o descarte adequado.

ASSISTENTE VIRTUAL E ATENDIMENTO AO CLIENTE

Chatbot para suporte:

Assistente virtual com inteligência artificial que pode ajudar aos usuários com dúvidas, fornecer informações sobre o descarte de óleo e até agendar coletas automaticamente.

Canal de atendimento ao cliente:

Um chat de atendimento direto para ajudar em caso de problemas, sugestões ou qualquer tipo de assistência técnica, oferecendo suporte em tempo real.

RELATÓRIO DE IMPACTO AMBIENTAL E CERTIFICADOS

Relatório de impacto ambiental:

Disponibilizar relatórios mensais ou anuais para os usuários sobre quanto óleo foi reciclado, a economia de recursos naturais e a redução do impacto ambiental.

Certificados de sustentabilidade:

Oferecer certificados digitais para empresas parceiras, reconhecendo sua contribuição para a sustentabilidade e incentivando práticas ecologicamente responsáveis.

INTEGRAÇÃO COM PLATAFORMAS DE RECICLAGEM E GOVERNOS

Integração com iniciativas governamentais:

Parceria com prefeituras e órgãos ambientais para incentivar o descarte correto, apoiar regulamentações e políticas públicas de reciclagem.

Acesso a plataformas de reciclagem:

Conectar o aplicativo a rede de reciclagem para que o óleo coletado seja direcionado para reciclagem de reúso desse material, assim ampliando o impacto positivo.

PAGAMENTOS E RECOMPENSAS

Implementação de pagamentos:

Implementação para cobranças de serviços prestados pelo aplicativo às empresas parceiras. Pode incluir opções como Pix, cartão de crédito, boleto. Esse pagamento se refere -se a comissão paga para o aplicativo, a porcentagem das vendas de produtos e serviços oferecidos pelas empresas parceiras.

Resgatando seus cupons: Oferecendo facilidade para que o usuário com seus pontos acumulados usem da forma que quiserem, tanto em produtos ou serviços oferecidos pelas as empresas parceiras presente no aplicativo.

5. CANVAS

- A modelagem do negócio foi realizada utilizando a ferramenta Canvas, que possibilitou estruturar e visualizar os principais componentes do modelo de negócio. Esta abordagem abrange elementos essenciais como a proposta de valor, segmentos de clientes, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades chave, parcerias estratégicas e estrutura de custos (TORRES et al., 2012).

O Business Model Canvas é uma ferramenta estratégica desenvolvida por Alexander Osterwalder, composta por nove blocos que descrevem os principais elementos de um modelo de negócio. Esses blocos ajudam a entender como a empresa cria, entrega e captura valor. Utilizando o BMC, é possível visualizar de forma integrada os aspectos essenciais do negócio, facilitando a tomada de decisões e o planejamento estratégico.

■ **Vantagens de Utilizar o Business Model Canvas**

Visão Holística do Negócio:

O BMC fornece uma visão abrangente de todos os elementos essenciais, permitindo entender como eles se conectam e interagem.

Facilidade de Comunicação:

Simplifica a comunicação da ideia do negócio para investidores, parceiros e equipe, facilitando o alinhamento estratégico.

Identificação Rápida de Oportunidades e Riscos:

Ajuda a identificar lacunas e áreas de melhoria, além de destacar oportunidades que podem ser exploradas para aumentar o sucesso do aplicativo.

Flexibilidade e Adaptação:

Permite ajustes rápidos no modelo de negócio, facilitando a adaptação às mudanças de mercado e comportamento dos consumidores.

Foco na Proposta de Valor:

Ajuda a manter o foco na entrega de valor para os usuários, garantindo que o aplicativo esteja sempre alinhado com as necessidades e expectativas do público-alvo.

Planejamento Estratégico Eficiente:

Serve como uma base sólida para o planejamento estratégico, permitindo priorizar investimentos e iniciativas de acordo com os objetivos do negócio.

Na próxima página nosso exercício de estruturação de um CANVAS, que nos permite a leitura abrangente da ideia de negócio.

Parcerias chave

- Empresas de reciclagem e coleta de óleo vegetal usado.* Supermercados, restaurantes e outros estabelecimentos interessados na sustentabilidade.
- ONGs e cooperativas que promovem a reciclagem e iniciativas verdes.
- Instituições de ensino para divulgação e promoção da conscientização ambiental.

Atividades chave

- Desenvolvimento e manutenção do aplicativo.
- Criação e gestão de uma rede de parcerias com pontos de coleta, reciclagem e empresas de logística.
- Campanhas de marketing e educação ambiental para incentivar o descarte correto.
- Gerenciamento da plataforma de recompensas e incentivos.

Recursos chave

- Equipe de desenvolvimento e manutenção do app.
- Parcerias com empresas de coleta, reciclagem e logística.
- Sistema de geolocalização para ajudar usuários a encontrar pontos de coleta próximos.
- Plataforma de recompensas e gestão de incentivos para engajar os usuários.

Oferta de valor

- Facilitar o descarte correto e sustentável do óleo de cozinha usado.
- Conectar usuários a pontos de coleta e empresas de reciclagem.
- Incentivar os usuários com recompensas (descontos, créditos) por meio do descarte responsável.
- Reduzir o impacto ambiental, ajudando a evitar a contaminação da água e do solo.

Relacionamento

- Sistema de recompensas (descontos, créditos, brindes) para usuários que realizam a troca.
- Suporte via chat e canais de atendimento dentro do app.
- Notificações e mensagens para informar sobre eventos, novos pontos de coleta e atualizações sobre as práticas sustentáveis.

Canais

- Aplicativo móvel (Android e iOS) para coleta, monitoramento e troca de óleo.
- Redes sociais para promover o aplicativo e conscientizar sobre os benefícios ambientais do descarte correto.
- Parcerias com redes de supermercados, lojas de produtos sustentáveis e

Segmentos clientes

- Residências e indivíduos que produzem óleo usado em pequena escala.
- Restaurantes, bares, e empresas do setor alimentício que geram grande volume de óleo usado.
- Instituições de ensino, comunidades e cooperativas interessadas em iniciativas sustentáveis.

Estrutura de custos

- Custos de desenvolvimento e manutenção do app.
- Custos operacionais com parcerias e logística de coleta.
- Despesas com marketing e campanhas de conscientização.

Fontes de receita

- Taxa sobre o volume de óleo coletado (cobrado das empresas de reciclagem).
- Parcerias com empresas e marcas que promovem sustentabilidade e desejam patrocinar o sistema de recompensas.
- Publicidade e parcerias com redes de coleta e empresas de logística.

■ Principais Tendências que Inspiraram o Desenvolvimento do Aplicativo Bio Pontos

Consciência Ambiental Crescente:

Os consumidores estão cada vez mais preocupados com o impacto ambiental de suas ações e buscam maneiras de reduzir seu impacto ecológico. Soluções que incentivam a reciclagem e práticas sustentáveis estão ganhando popularidade.

Economia Circular:

A tendência de transformar resíduos em recursos está crescendo, com foco na reutilização e reciclagem. O aplicativo se alinha com a economia circular ao promover o reaproveitamento do óleo vegetal em vez de descartá-lo de forma prejudicial ao meio ambiente.

Gamificação para Engajamento:

O uso de elementos de gamificação (como pontos, níveis e recompensas) está em alta para aumentar o engajamento dos usuários. Aplicativos que recompensam boas práticas ambientais podem se beneficiar dessa tendência, mantendo os usuários ativos.

Crescimento dos Programas de Fidelidade Digital:

Aplicativos que oferecem recompensas e descontos estão em alta, principalmente no contexto pós-pandemia, em que consumidores buscam economizar. Isso pode atrair um público interessado em benefícios financeiros enquanto contribui para o meio ambiente.

Apoio Governamental e Incentivos Fiscais:

Muitos governos estão promovendo iniciativas sustentáveis e podem oferecer subsídios ou incentivos fiscais para empresas e aplicativos que incentivam a reciclagem e a sustentabilidade.

Mobilidade e Conveniência:

O aumento no uso de smartphones para gerenciar atividades cotidianas impulsiona o desenvolvimento de aplicativos que oferecem conveniência, como a localização de pontos de coleta próximos e a obtenção de recompensas digitais.

Educação e Conscientização Digital:

A educação ambiental está se tornando cada vez mais digital, com maior acesso a informações sobre reciclagem e sustentabilidade. Um aplicativo que educa sobre o descarte correto do óleo vegetal pode encontrar um público-alvo engajado, especialmente entre as gerações mais jovens.

Essas tendências indicam um cenário favorável para o desenvolvimento de um aplicativo que combina sustentabilidade e recompensas, incentivando o comportamento positivo dos consumidores em relação ao meio ambiente.

6. PLANO DE MARKETING

6.1 ANÁLISE DE MERCADO

Identificação do público alvo: Segmentação dos principais públicos, como residência, restaurantes, lanchonetes, empresas e estabelecimentos comerciais que geram óleo usado em grande quantidade.

■ Achados da Pesquisa Secundária: Clientes Ideais para o Aplicativo

Com base na análise realizada e nos gráficos da pesquisa secundária, os clientes ideais para o nosso aplicativo são os estabelecimentos comerciais, seguidos pelas residências engajadas em práticas sustentáveis. Essa definição é justificada pelos seguintes comportamentos e características identificado:

■ Estabelecimentos Comerciais

Por que são clientes ideais?

- **Alto volume de resíduos gerados:** Restaurantes, lanchonetes e redes de fast-food produzem grandes quantidades de óleo usado regularmente, garantindo uma base constante e significativa para o serviço.
- **Necessidade de gestão eficiente:** Esses estabelecimentos são obrigados por leis ambientais a realizar o descarte correto, o que cria uma demanda natural por soluções práticas e integradas como o aplicativo.
- **Adesão à sustentabilidade:** Muitos negócios comerciais buscam alinhar-se com práticas sustentáveis para melhorar sua reputação junto a clientes e parceiros.

Comportamentos favoráveis para aceitação do serviço:

- **Prioridade em conveniência:** Valorizam um serviço que minimize esforços, como agendamento de coletas regulares.
- **Sensibilidade a benefícios financeiros:** Descontos ou recompensas (como crédito em compras) são incentivos atrativos.
- **Interesse por conformidade regulatória:** Buscam evitar multas ou penalidades relacionadas ao descarte incorreto.

■ **Residências com Consciência Ambiental**

Por que são clientes ideais?

- **Volume acumulado relevante:** Apesar de cada residência produzir pouco óleo individualmente, o volume acumulado é significativo ao engajar muitas famílias.
- **Aumento da conscientização ambiental:** Existe uma crescente preocupação com o impacto ambiental, especialmente entre famílias urbanas e jovens.
- **Busca por praticidade:** Soluções como agendamentos fáceis, mapeamento de pontos de coleta próximos e recompensas aumentam a probabilidade de adesão.

Comportamentos favoráveis para aceitação do serviço:

- **Disposição para adotar tecnologia:** Residências com uso frequente de apps (delivery, transporte, etc.) têm maior probabilidade de usar o serviço.
- **Sensibilidade a incentivos:** Benefícios como descontos em supermercados ou produtos sustentáveis incentivam o descarte regular.

- **Interesse em educação ambiental:** Famílias com crianças podem integrar o uso do app em projetos educativos, aumentando o engajamento.

Comparativo de Clientes Ideais

Critério	Estabelecimentos Comerciais	Residências
Volume de óleo gerado	Alto	Moderado
Frequência de uso esperada	Regular	Eventual
Sensibilidade a incentivos	Alta (descontos financeiros)	Alta (recompensas práticas)
Motivação principal	Cumprimento legal e economia	Sustentabilidade e conveniência

Os estabelecimentos comerciais são o público ideal primário devido ao alto volume de geração de resíduos e à demanda regulatória por serviços de descarte. Por outro lado, residências conscientes constituem o público ideal secundário, oferecendo oportunidade de expansão ao envolver uma maior base populacional com recompensas e campanhas de engajamento ambiental.

O sucesso do aplicativo dependerá da criação de experiências personalizadas para cada grupo, como agendamentos flexíveis para negócios e campanhas educativas ou recompensas para famílias.

6.2 CONCORRÊNCIA:

Reciclaê!



Fonte: <https://institutolegado.org/blog/reciclae-o-aplicativo-que-conecta-catadores-a-materiais-reciclaveis/>

O Reciclaê! Foi lançado em fevereiro de 2020 nas plataformas Android e iOS. Os usuários acumulam pontos ao entregar recicláveis, e esses pontos podem ser trocados por benefícios, incentivando o engajamento no processo de reciclagem. O objetivo é promover uma mudança cultural, incentivando a população a se envolver mais ativamente com o meio ambiente. Foi uma das startups selecionadas pelo Legado Semente, um programa de aceleração voltado para empresas de impacto social. Durante o programa, a startup recebeu mentorias e capacitações, além de oportunidades de networking com outras startups do mercado, o que ajudou a aprimorar o modelo de negócio e a desenvolver soluções mais eficientes. O projeto combina inovação e impacto social, utilizando a tecnologia para enfrentar problemas ambientais e promover a sustentabilidade.

Localizada em Vista Alegre Curitiba - PR, Brasil

Óleo pelo Futuro



Fonte: <https://semil.sp.gov.br/2020/09/app-de-reciclagem-contribui-com-renda-de-comunidade-de-sp/>

O projeto Óleo pelo Futuro foi lançado no início de 2021, e o aplicativo foi implementado para facilitar a coleta e a troca de óleo de cozinha usado e garrafas plásticas, desde o início do projeto, mais de 14 milhões de litros de óleo foram coletados, com a colaboração de 90 cooperativas de reciclagem em todo o Estado de São Paulo, é um projeto que visa promover a coleta de óleo de cozinha usado e garrafas plásticas, incentivando a reciclagem e a economia circular. A iniciativa é realizada pela Cicla, uma empresa especializada no desenvolvimento de projetos de sustentabilidade, em parceria com o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento).

Localizada no Jardim São Remo, que está localizado na zona oeste de São Paulo.

POSICIONAMENTO E PROPOSTA DE VALOR

Posicionar o aplicativo como uma solução prática e sustentável para descarte de óleo, que incentiva a economia circular e evita o impacto ambiental negativo.

■ **Plano de Voz: Estratégia de Comunicação para o Aplicativo**

Para conectar-se ao público-alvo e reforçar o posicionamento do aplicativo como uma solução prática e sustentável, o tom de voz e a abordagem devem refletir acessibilidade, conexão emocional e credibilidade técnica. Este plano de voz será ajustado aos dois públicos principais: estabelecimentos comerciais e residências conscientes.

■ **Perfil de Abordagem Ideal**

■ Para os estabelecimentos comerciais usaremos uma abordagem específica.

Usaremos um tom que transmita autoridade no setor de reciclagem e sustentabilidade, enquanto destaca benefícios econômicos e operacionais.

Como estilo de comunicação utilizaremos uma linguagem objetiva, que demonstre os ganhos financeiros e a conformidade com regulamentações ambientais, posicionando o cliente como um protagonista da economia circular e da sustentabilidade.

Exemplo de Abordagem:

"Gerencie seus resíduos com praticidade e reduza custos. Nosso aplicativo facilita o descarte correto do óleo vegetal, ajudando sua empresa a cumprir as normas ambientais enquanto contribui para um futuro sustentável."

Usaremos como canais e ferramentas o LinkedIn, e-mails personalizados, newsletters técnicas e materiais educativos (e-books, white papers).

Faremos visitas presenciais e demonstrações do aplicativo para redes de alimentação e associações comerciais.

Para as residências usaremos um tom mais amigável, inclusivo e inspirador, pois a comunicação deve gerar empatia e apelo emocional, motivando a adoção de

práticas sustentáveis com uma linguagem simples e acessível, focaremos na conscientização ambiental, mostrando como pequenas ações individuais causam grande impacto coletivo, reforçamos o papel das famílias na preservação ambiental com benefícios diretos, como recompensas e praticidade.

Exemplo de Abordagem:

- *"Sabia que 1 litro de óleo descartado incorretamente pode contaminar até 25 mil litros de água? Com nosso aplicativo, você descarta seu óleo usado de forma fácil e ainda ganha recompensas. Juntos, podemos fazer a diferença!"*

Usaremos como canais e ferramentas as Redes sociais (Instagram, Facebook e TikTok), parcerias com influenciadores sustentáveis e eventos educativos em comunidades, vídeos curtos, posts interativos, desafios e gamificação para promover o engajamento.

Canal	Tom	Objetivo
Redes Sociais	Amigável, inspirador	Conscientizar e engajar, utilizando conteúdos visuais e interativos para destacar impactos.
E-mail Marketing	Profissional, confiável	Informar sobre vantagens específicas do app e motivar ações imediatas, como cadastros.
Eventos Presenciais/Online	Educativo, acolhedor	Demonstrar benefícios práticos e esclarecer dúvidas diretamente, conectando-se ao público.
Site e App	Claro, objetivo	Garantir fácil compreensão dos serviços e incentivos para uso contínuo.

■

■

■

■ Exemplos de Comunicação Prática

Campanha Digital (Estabelecimentos)

- *"Transforme um problema em uma solução sustentável! Com nosso app, sua empresa recicla óleo vegetal de forma prática e contribui para um planeta mais verde. Cadastre-se e comece agora."*
- *"Sabia que cada litro de óleo reciclado ajuda a proteger milhares de litros de água? Faça sua parte e ganhe recompensas! Baixe o app agora e descubra como é fácil."*

Esperamos que com os resultados iremos construir uma confiança com os estabelecimentos comerciais, destacando a eficiência e o impacto do aplicativo, promovendo um senso de responsabilidade social e ambiental, além de benefícios práticos, posicionando como líder sustentável e prático no descarte de óleo vegetal.

Esta abordagem equilibrada entre profissionalismo e inspiração garante uma comunicação eficaz com os dois perfis de clientes.

Exemplo de Campanha Publicitária

Nome da Campanha: "Cada Gota Conta"

Descrição: Uma campanha voltada para conscientizar os usuários sobre o impacto positivo do descarte correto do óleo de cozinha, incentivando o uso do aplicativo para facilitar esse processo.

Slogan:

"Cada gota de óleo que você descarta corretamente é um passo para um planeta mais limpo."

Mensagens de Impacto:

"Vamos juntos transformar óleo usado em um futuro sustentável. Baixe o app agora!"
"Não jogue fora, descarte com consciência. Sua atitude faz a diferença!"

Formato:

Vídeos curtos (30s) para redes sociais mostrando o ciclo do óleo: desde o descarte correto até a transformação em novos produtos.

Infográficos explicando o impacto ambiental do descarte incorreto de óleo e como o aplicativo promove a economia circular.

O plano de voz deve destacar a praticidade, sustentabilidade, e impacto positivo que o aplicativo oferece, criando uma narrativa que ressoe com os valores dos usuários que buscam soluções práticas e ecológicas. Usar uma linguagem amigável e motivadora ajudará a engajar e fidelizar os usuários, incentivando-os a adotar hábitos mais sustentáveis no seu dia a dia.

O diferencial é destacar a convivência, facilidade de uso e os benefícios ambientais e sociais do aplicativo, incluindo recompensas e a segurança da destinação correta do óleo.

O pertencimento do cliente ideal para a campanha "Cada Gota Conta" está ancorado em valores de sustentabilidade, responsabilidade ambiental e desejo de praticidade no cotidiano. O cliente ideal se identifica como alguém que valoriza a conveniência oferecida pelo aplicativo para o descarte correto do óleo de cozinha, sem complicações.

Se preocupa com o impacto de suas ações no planeta e quer fazer parte de iniciativas que promovam a sustentabilidade, como a economia circular e a redução de resíduos.

Enxerga no descarte correto uma oportunidade de agir de forma responsável, sabendo que cada atitude, por menor que pareça, tem um impacto significativo.

Além de ajudar o meio ambiente, aprecia a ideia de ser reconhecido ou recompensado por sua participação em ações sustentáveis.

É atraído por campanhas visuais impactantes, como vídeos e infográficos, que explicam de forma simples e motivadora os benefícios de suas ações.

Sente-se conectado a um grupo de pessoas que compartilham os mesmos valores e objetivos, reforçando o senso de pertencimento e engajamento coletivo.

O pertencimento do cliente ideal é consolidado pela ideia de que suas ações individuais, somadas ao uso do aplicativo, contribuem para um movimento maior de

transformação ambiental e social. Eles se veem como protagonistas de uma mudança positiva, impulsionados pela mensagem de que "Cada gota conta."

6.3 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Marketing digital e conteúdo:

- Focar em canais digitais para educar e engajar o público:
- Blog e SEO: Criação de conteúdo sobre o impacto ambiental do descarte incorreto, dicas de reciclagem e reutilização de óleo, e artigos sobre economia circular.
- Redes Sociais: Uso do Instagram, Facebook e LinkedIn para divulgar infográficos, vídeos educativos e casos de uso (histórico de usuários que já utilizam o app).
- Vídeos curto prazo: Produção de vídeos curtos com demonstração de como funciona o aplicativo, seu impacto ambiental e incentivos para o descarte correto.
- Campanhas de e-mails: Boletins informativos para usuários cadastrados com atualizações sobre novas funcionalidades, dicas de reciclagem e impacto acumulado da comunidade.

PARCERIAS LOCAIS

Restaurantes e empresas do setor alimentício: Parcerias com estabelecimentos para o descarte de óleo, além de divulgação mútua do aplicativo.

Instituições educacionais: Parceria com escolas e universidades para promover campanhas de conscientização e atividades educativas sobre sustentabilidade.

Ongs e órgãos Governamentais:

Colaboração com organizações ambientais para aumentar a credibilidade e o impacto da campanha, reforçando o impacto positivo.

Programas de indicação e recompensas

Programa de indicações:

Incentivar usuários a recomendarem o aplicativo, oferecendo pontos ou descontos para cada novo usuário que realizar uma coleta.

Recompensas por descarte frequente:

Oferecer recompensas para os usuários que realizam descarte frequente como pontos que podem ser trocados por descontos, produtos sustentáveis.

CAMPANHA PUBLICITÁRIAS

Campanha de Conscientização será feita no dia Mundial da Água e terá como tema: "Óleo Usado no Lugar Certo, Água Limpa para Todos"

Slogan da Campanha:

“Descarte consciente: cuide do óleo, proteja a água.”

Nossa mensagem principal será: “O óleo de cozinha usado não é lixo comum! Ao descartá-lo corretamente, você ajuda a preservar rios, lagos e oceanos.”

■ **Objetivo:**

Conscientizar a população sobre os riscos do descarte inadequado de óleo vegetal e promover o descarte correto, incentivando a prática como uma atitude sustentável e responsável.

■ **Público-Alvo:**

- Consumidores domésticos que utilizam óleo vegetal.
- Pequenos comerciantes e restaurantes.
- Comunidade escolar e grupos locais.

■ **Mensagem Principal:**

O óleo vegetal descartado no ralo ou no lixo pode causar grandes impactos ambientais, como a contaminação da água e do solo. Com pequenas atitudes, você pode fazer a diferença!

■ **Ações da Campanha:**

■ **Informar e Educar:**

Ação: Cartilha Digital e Impresso Informativo

- Criaremos uma cartilha simples e visual com orientações sobre:

Por que o óleo não deve ser jogado na pia ou no lixo comum.

Como armazenar o óleo usado corretamente (em garrafas plásticas fechadas).

Locais de coleta e reciclagem de óleo (pontos de coleta na cidade).

Mensagem Curta para Redes Sociais:

- “Descartar óleo na pia polui. Armazene e recicle!”
- “Cada gota de óleo no lugar certo faz a diferença para o meio ambiente.”
- **Incentivo:** Para cada litro de óleo entregue, o participante ganha um brinde ecológico (ex.: copos reutilizáveis, ecobags) ou pontos extras no aplicativo.

Educação nas Escolas e nas comunidades

- Será feito oficinas e palestras com crianças, adolescentes e com toda a comunidade da região de Várzea Paulista, iremo ensinar como o descarte correto protege a água e o meio ambiente.

Campanha de lançamento do Aplicativo Bio Pontos

Estratégia

A campanha será dividida em 3 etapas-chave: Pré-Lançamento, Lançamento Oficial e Pós-Lançamento, com ações simples, porém impactantes, que destacam o diferencial sustentável do aplicativo.

Pré-Lançamento: Criando Expectativa

Duração: 2 semanas antes do lançamento

Objetivo: Gerar curiosidade e engajamento antecipado.

Ações:

- **Teasers nas Redes Sociais:**

Posts curtos e misteriosos com mensagens como:

"Algo verde está chegando... E vai mudar como você acumula e resgata vantagens."



"Está na hora de valorizar cada ponto da sua jornada sustentável. Descubra mais em breve!"



- **Parcerias com Lojas Parceiras:**

Exiba teasers nas lojas físicas e online dessas empresas com QR codes para a landing page.

Lançamento Oficial: Gerando Impacto

Duração: Dia do lançamento

Objetivo: Maximizar downloads e criar engajamento imediato.

Ações:

Evento de Lançamento (Presencial ou Virtual):

Tema: "Cada Ponto Conta: O Futuro da Sustentabilidade Está Aqui!"



Terá demonstração ao vivo do app, mostrando como funciona o resgate de pontos e agendamentos.

Influenciadores locais ou micro influenciadores com foco em sustentabilidade serão convidados para participar e divulgar.

Desafios nas Redes Sociais:

Lançaremos o desafio **#MinhaPrimeiraTroca**: usuários compartilham o primeiro benefício resgatado usando o app, com sorteios semanais de prêmios (ex.: descontos maiores ou brindes das lojas parceiras).

Promoção de Lançamento:

Nos primeiros 7 dias, vamos oferecer pontos em dobro para as ações realizadas no app (resgates e agendamentos).

Distribuição de QR Codes em Locais Estratégicos:

Posicionamento de QR codes promocionais em shoppings, supermercados e lojas parceiras. O QR leva diretamente à página de download com a mensagem: *"Baixe agora e ganhe 50 pontos na hora!"*



Pós-Lançamento: Fidelização dos Usuários

Duração: 1 mês após o lançamento

Objetivo: Garantir retenção e boca-a-boca.

Ações:

E-mails de Engajamento:

Vão ser enviadas mensagens com dicas de uso, ofertas exclusivas e relatórios pessoais de sustentabilidade (ex.: “Você já economizou X litros de óleo com seus resgates!”).

Campanha de Indicação:

Criaremos um programa “Convide Amigos”:

Usuários que indicarem o app recebem pontos extras a cada novo cadastro feito com seu link.

Posts de Sucesso:

Faremos alguns posts divulgando histórias reais de usuários que já aproveitaram os benefícios, destacando as lojas parceiras e os serviços agendados.

MÉTRICAS E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

Indicadores de Desempenho:

- Downloads e taxa de ativação:
Número de downloads, usuários ativos e frequência de uso.
- Taxa de coletas realizadas:
Quantidade de coletas agendadas e completadas mensalmente.

- Crescimento da base de usuários:
Número de novos usuários e os que recomendam o app.
- Engajamento nas redes sociais:
Curtidas, compartilhamentos, comentários e crescimento de seguidores nas plataformas sociais.
- Impacto ambiental:
Litros de óleo coletados e estimativa de impacto ambiental positivo..

6.4 4 PS●

1 PRODUTO

Descrição:

Um aplicativo que facilita o descarte responsável do óleo de cozinha usado, oferecendo uma solução sustentável e prática para residências e empresas. Ele conecta usuários com coletores locais, permitindo o agendamento de coletas e acompanhando o impacto ambiental das ações

Funcionalidades principais:

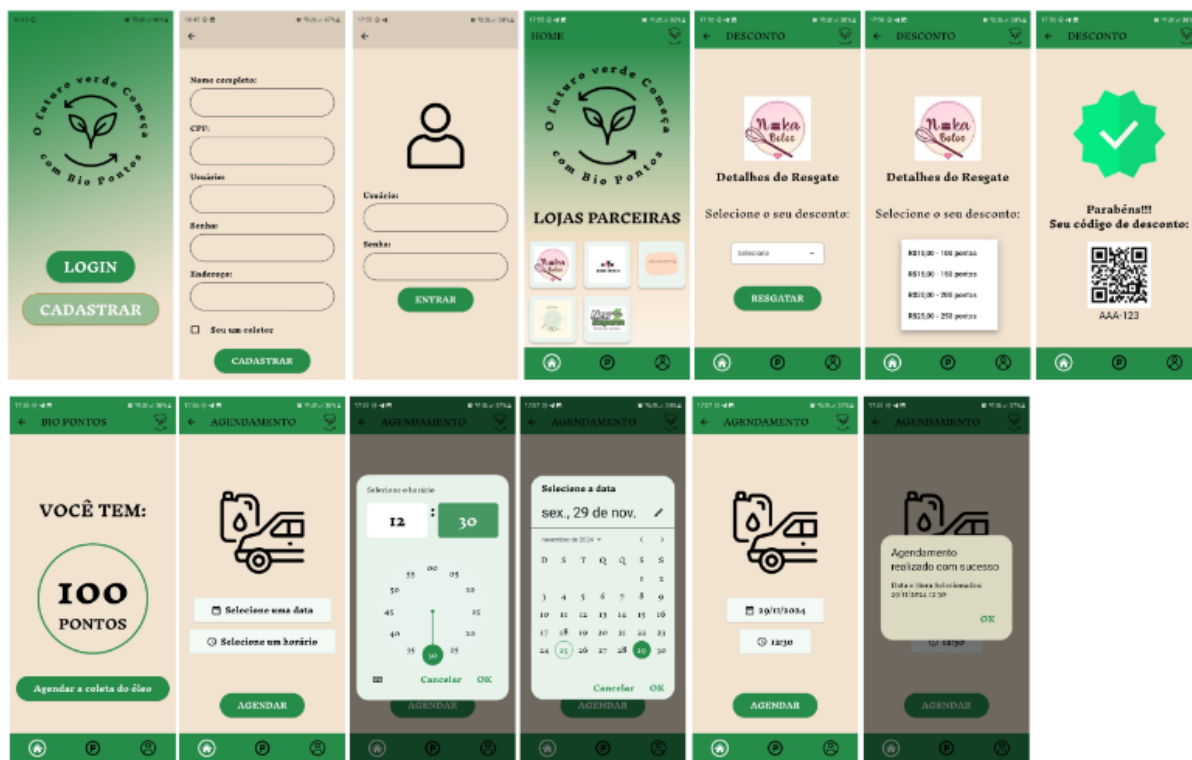
Agendamento de coletas, cálculo de recompensa ou pontos, rastreamento de impacto ambiental, notificação sobre dia de coleta, conteúdo educativo sobre reciclagem de óleo e economia circular

Diferenciais:

Facilidade de uso, impacto ambiental positivo, possibilidade de recompensa por uso frequente, parceria com empresas para ampliar o impacto social e ecológico.

Na próxima página nosso protótipo do aplicativo Bio Pontos que nos permite a leitura abrangente da ideia de negócio.

PROTÓTIPO APLICATIVO BIO PONTOS



Início:

"Escolha entre *Login* ou *Cadastrar-se* para começar a usar o aplicativo."

Login:

"Faça login inserindo seu e-mail e senha previamente cadastrados."

Cadastro:

"Preencha os campos com Nome, CPF, E-mail, Telefone e Senha para criar sua conta."

Página Inicial (Home):

"Bem-vindo à tela inicial! Explore as *Lojas Parceiras* e as opções de resgate ou agendamento."

Lojas Parceiras:

"Visualize as lojas parceiras e os benefícios disponíveis para resgate."

Resgate de Pontos:

"Selecione um benefício e confirme o resgate. Gere um QR code para usar na loja."

Confirmação de Resgate:

"Resgate confirmado! Use o QR code na loja parceira para validar o benefício."

Seção de Pontos:

"Veja o saldo de pontos acumulados e saiba como utilizá-los."

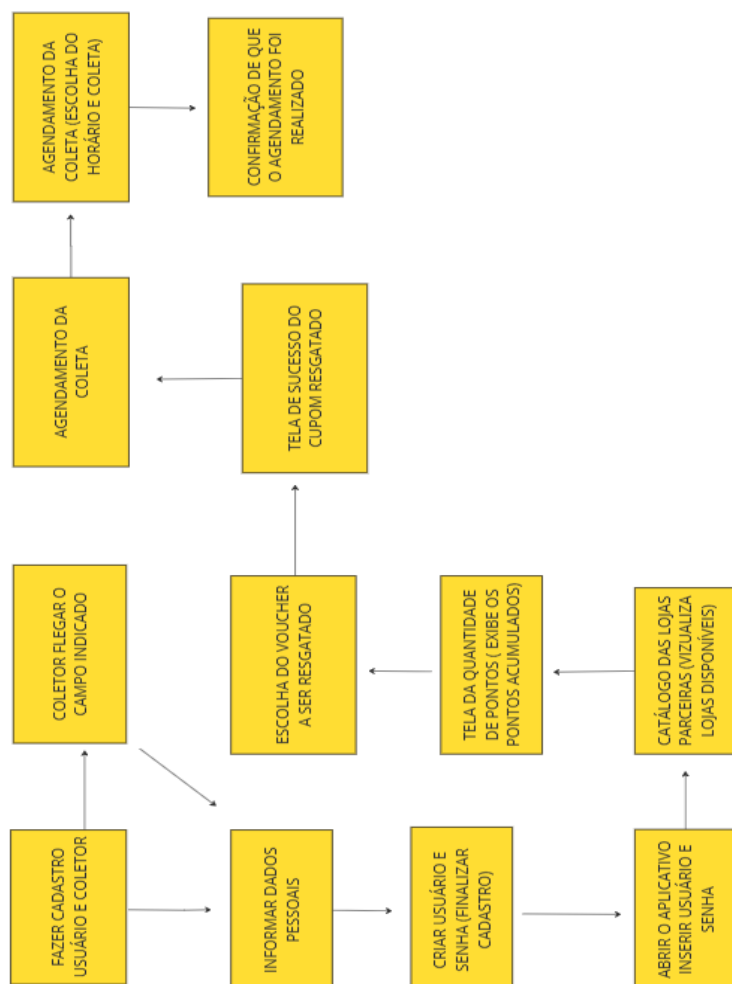
Agendamento de Serviços:

"Selecione a data e o horário desejados para agendar o serviço disponível."

Confirmação de Agendamento:

"Agendamento confirmado com sucesso! Aguarde o atendimento no dia e horário escolhidos."

FLUXOGRAMA DO APLICATIVO BIO PONTOS



6.5 TABELA DE PRECIFICAÇÃO

Descrição	Custo Unitário	Tipo de Custo	Justificativa
Desenvolvimento do Aplicativo	R\$ 30.000,00	Custo Direto	Desenvolvimento da funcionalidade do aplicativo, back-end, integração e testes iniciais.
Design do App	R\$ 10.000,00	Custo Direto	Criação de interfaces e design de experiência do usuário
Infraestrutura e Servidores	R\$ 2.000/mês	Custo Direto	Custos mensais para servidores e manutenção de banco de dados.
Licenciamento de Software	R\$ 5.000,00	Custo Direto	Licenças de APIs e SDKs necessárias para o funcionamento do app.
Marketing	R\$ 8.000,00	Custo Indireto	Anúncios em plataformas de mídia social, influenciadores e campanhas publicitárias.
Suporte Técnico	R\$ 3.000,00/mês	Custo Indireto	Suporte ao cliente e atendimento a dúvidas ou problemas técnicos.
Despesas Administrativas	R\$ 4.000,00	Custo Indireto	Aluguel, contabilidade, serviços administrativos e legais.
Impostos	R\$ 5.000,00	Impostos	Impostos relacionados à venda do aplicativo ou à prestação de serviço.
Lucro (30%)	R\$ 20.400,00	Margem de Lucro	Percentual de lucro sobre os custos totais do projeto.
Custo Total (sem lucro)	R\$ 68.000,00	Custo Total	Soma dos custos diretos, indiretos e impostos.
Preço Final Estimado (com lucro)	R\$ 88.400,00	Preço Final	Custo total somado ao lucro para definição do valor final.

PREÇO

Estratégia de Preço:

Para usuários residenciais, o serviço é gratuito, com opção de recompensas para incentivar a adesão. No caso de empresas que geram grandes volumes de óleo, pode haver planos de assinatura ou cobranças por coleta com preços competitivos.

MODELO DE MONETIZAÇÃO

Patrocínio ou Investimento:

Acordos com empresas para financiar a operação, especialmente com instituições que apoiem a reciclagem e a sustentabilidade.

Programa de recompensas e pontos:

O usuário pode acumular pontos que podem ser trocados por brindes, descontos em produtos sustentáveis, incentivando o uso contínuo.

PRAÇA

Área de atuação:

O aplicativo será lançado inicialmente no aglomerado urbano de Jundiaí, expandindo para outras regiões e, havendo maior demanda a expansão se dará naturalmente.

Parcerias com supermercados que funcionarão como pontos de coleta, e também centros de reciclagem para facilitar e ampliar a captação do óleo e consequentemente o seu o descarte correto.

O aplicativo estará disponível para download na App Store e Play Store sendo acessível também através do website para empresas interessadas em agendar coletas recorrentes.

PROMOÇÃO

O futuro verde Começa com Bio Pontos

Cada gota conta!

Cada gota de óleo que você descarta corretamente é um passo para um planeta mais limpo.

Vamos juntos transformar óleo usado em um futuro sustentável. Baixe o app agora!

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

Outdoor

O futuro verde Começa com Bio Pontos

Fernanda Vieira
Marketing

11 9 9999-9999
fernanda.vieira@biopontos.com.br

O futuro verde Começa com Bio Pontos

11 4444-4444
biopontos.com.br

Cartão de Visitas

Papelaria

Plano de mídia

O objetivo geral é promover o aplicativo como uma solução prática e sustentável para o descarte de óleo vegetal, atingindo residências e estabelecimentos comerciais. O plano é desenhado para maximizar alcance e engajamento.

■ Orçamento Total Estimado

Valor total: R\$ 12.000,00

Divisão do orçamento:

- 50% em publicidade digital (Google Ads, redes sociais).
- 20% em influenciadores digitais e marketing de conteúdo.
- 15% em eventos e ações locais.
- 10% em mídia offline.
- 5% em métricas e otimização contínua.

■ Detalhamento Mensal do Plano de Mídia

Mês 1: Lançamento

- **Google Ads:** Campanhas de busca e display focadas em palavras-chave como "reciclagem de óleo", "descarte sustentável" e "coleta de resíduos".
- **Redes Sociais (Meta e TikTok):** Anúncios com vídeos curtos explicando a funcionalidade do app.
- **Parcerias com Influenciadores:** Micro Influenciadores locais que abordam sustentabilidade e práticas conscientes.
- **Material Gráfico:** Design de peças para redes sociais e Google Ads.
- **Eventos Locais:** Ação de conscientização em um supermercado local, com distribuição de brindes.
- **Acompanhamento e Métricas:** Monitoramento inicial para ajustes nas campanhas.

Mês 2: Crescimento

- **Google Ads:** Continuidade de campanhas anteriores, adicionando público-alvo de estabelecimentos comerciais.
- **Redes Sociais:** Anúncios otimizados para engajamento e captação de leads.
- **Influenciadores Digitais:** Criação de vídeos com tutoriais sobre como usar o aplicativo.
- **Mídia Offline:** Cartazes e flyers distribuídos em escolas e restaurantes.
- **Otimização e Acompanhamento:** Análise detalhada dos resultados do primeiro mês para ajuste das campanhas.

Mês 3: Engajamento

- **Google Ads:** Manutenção da campanha, com foco em remarketing para usuários que interagiram, mas não converteram.
- **Redes Sociais:** Campanha com posts interativos e gamificação (ex.: desafios sustentáveis).
- **Marketing de Conteúdo:** Blog posts sobre sustentabilidade, descarte de óleo e economia circular. Vídeos curtos mostrando os impactos positivos da reciclagem.
- **Eventos Comunitários:** Ações em escolas e associações de bairro.

Mês 4: Expansão

- **Google Ads:** Campanhas expandidas para novos mercados regionais.
- **Redes Sociais:** Promoção de histórias reais de usuários que utilizam o aplicativo.
- **Influenciadores Digitais:** Parcerias com influenciadores regionais para reforçar a mensagem de impacto local.
- **Material Impresso:** Panfletos distribuídos em restaurantes e eventos regionais.
- **Monitoramento e Ajustes:** —

Mês 5: Consolidação

- **Google Ads:** Continuação com foco em públicos recorrentes e palavras-chave mais performáticas.
- **Redes Sociais:** Anúncios sobre novas funcionalidades ou melhorias no aplicativo.
- **Eventos e Campanhas Locais:** Participação em feiras sustentáveis ou eventos comunitários para consolidar a marca.
- **Marketing de Conteúdo:** R\$?Publicação de ebooks ou guias gratuitos sobre reciclagem e economia circular.
- **Otimização e Métricas:** —

Mês 6: Avaliação e Retenção

- **Google Ads:** Campanhas voltadas à fidelização e recompensas para usuários ativos.
- **Redes Sociais:** Postagens focadas nos resultados acumulados: quantidade de óleo reciclado e impacto ambiental gerado.
- **Influenciadores Digitais:** Campanha final com influenciadores reforçando os impactos positivos gerados pelo uso do aplicativo.
- **Mídia Offline:** Outdoor em áreas de grande circulação.
- **Monitoramento Final:** Análise completa do desempenho ao longo dos seis meses para decisões futuras.

■ **Resultados Esperados**

- **Alcance total estimado:**

Digital: 1 milhão de pessoas impactadas (redes sociais e Google Ads).

Offline: 50 mil pessoas (eventos e mídia local).

- **Conversões:**

Meta de 15 mil downloads do aplicativo no período.

Engajamento mensal de 50% dos usuários cadastrados.

- **Impacto Ambiental:**

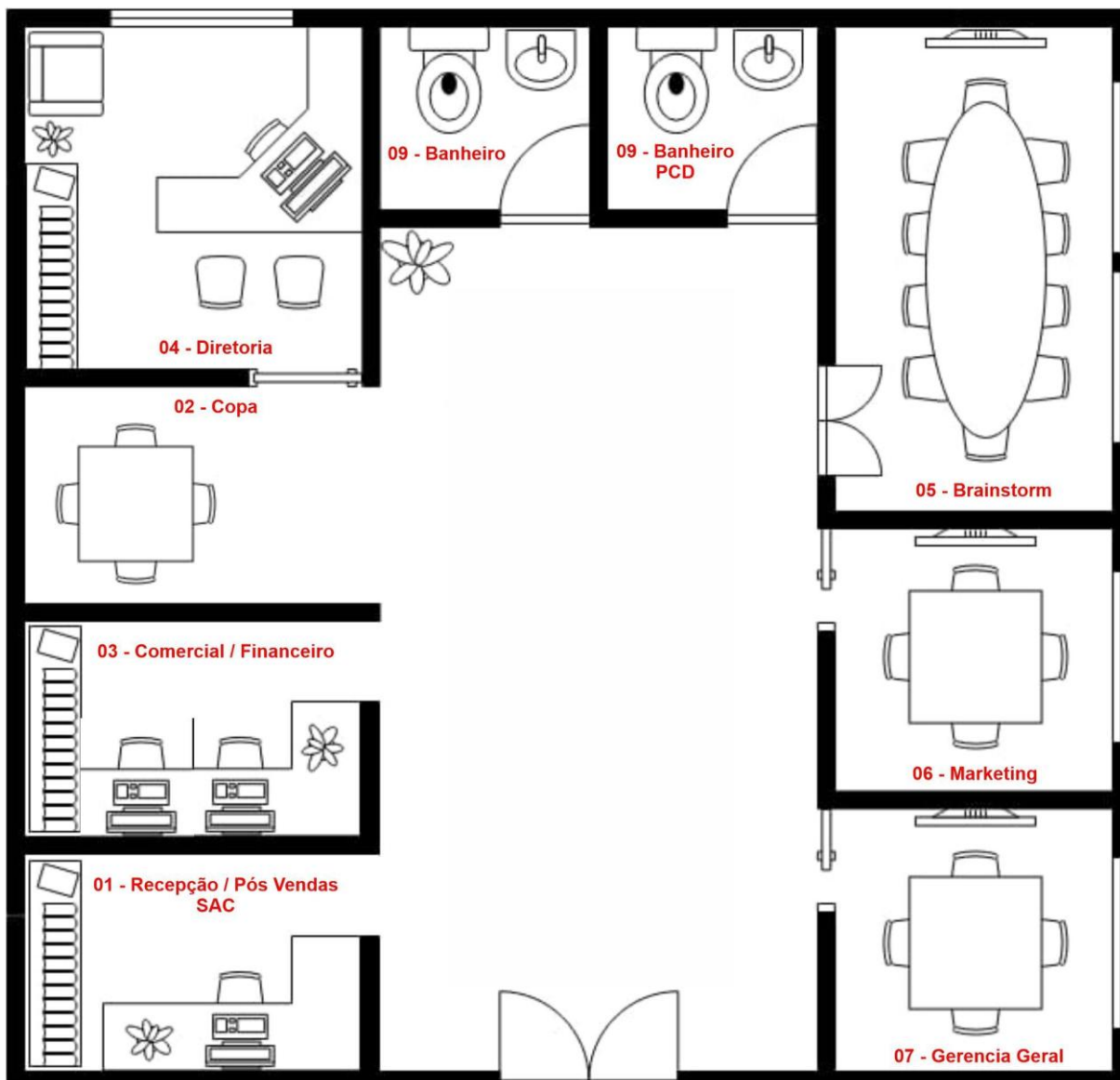
Coleta de 50 mil litros de óleo reciclado nos primeiros seis meses.

Com essa estratégia multicanal, o plano garante que o aplicativo atinja ampla visibilidade, engaje os usuários e estabeleça sua relevância como solução sustentável.

Meses	Google Ads (R\$)	Redes Sociais (R\$)	influenciadores Digitais (R\$)	Marketing de Contúdo (R\$)	Eventos e Campanhas Locais (R\$)	Mídia Offline (R\$)	Monitoramento e Otimização (R\$)	Total Mensal (R\$)
Mês 1	R\$ 600,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ 200,00	R\$ -	R\$ 100,00	R\$ 1.700,00
Mês 2	R\$ 500,00	R\$ 600,00	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
Mês 3	R\$ 400,00	R\$ 600,00	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ 100,00	R\$ 2.000,00
Mês 4	R\$ 500,00	R\$ 600,00	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
Mês 5	R\$ 400,00	R\$ 600,00	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ 600,00	R\$ -	R\$ 100,00	R\$ 2.000,00
Mês 6	R\$ 500,00	R\$ 600,00	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ 200,00	R\$ 2.000,00
								R\$ 11.700,00

6.6 PLANO OPERACIONAL

Planta funcional Sede Empresarial



■ **Recepção / Pós-Vendas / SAC**

- **Função principal:** É o ponto de contato inicial da empresa com clientes e visitantes.
- **Atividades desempenhadas:** Atendimento presencial, telefônico e online para tirar dúvidas e resolver questões relacionadas a produtos ou serviços. Gestão de chamadas, agendamento e redirecionamento para outros setores. Registro de feedbacks de clientes e resolução de problemas simples. Suporte ao setor de pós-vendas e SAC, lidando com solicitações, trocas e reclamações.

■ **Copa**

- **Função principal:** Espaço destinado ao conforto dos colaboradores para refeições e pausas.
- **Atividades desempenhadas:** Local para refeições rápidas e pausas durante o expediente. Armazenamento de alimentos e bebidas (geladeira, microondas e outros utensílios). Interação informal entre os colaboradores, promovendo integração.

■ **Comercial / Financeiro**

- **Função principal:** Área responsável pelas operações comerciais e gestão financeira da empresa.
- **Atividades desempenhadas Comercial:** Suporte às vendas, elaboração de propostas, contato com clientes e acompanhamento de pedidos.
- **Atividades desempenhadas Financeiro:** Controle de contas a pagar e a receber, emissão de relatórios financeiros, fluxo de caixa e conciliações bancárias. Processamento de informações financeiras para análise de resultados e tomada de decisão.

■ **Diretoria**

- **Função principal:** Espaço reservado ao diretor da empresa, que lidera as decisões estratégicas de alto nível.
- **Atividades desempenhadas:** Planejamento estratégico e supervisão das operações gerais da empresa. Reuniões com stakeholders, gerentes e líderes de equipe. Decisões relacionadas à visão, missão, metas e diretrizes organizacionais.

■ **Brainstorm**

- **Função principal:** Sala destinada a reuniões colaborativas e criativas para gerar ideias e soluções.
- **Atividades desempenhadas:** Sessões de brainstorming para desenvolvimento de novos projetos ou estratégias. Discussão de desafios e

propostas de melhoria entre diferentes equipes. Planejamento de campanhas e iniciativas interdepartamentais.

Marketing

- **Função:** Área focada em atrair e manter clientes, promovendo o crescimento da empresa. É também o ponto de contato para atendimento ao cliente, suporte e soluções de problemas.
- **Atividades desempenhadas:** Prospecção de novos clientes e manutenção do relacionamento com os atuais. Criação de campanhas de marketing para promover os serviços da empresa.
- **Justificativa na Proposta de Valor:** A sinergia entre vendas, marketing e SAC melhora a comunicação com o cliente e garante uma experiência consistente e positiva.

■ Gerência Geral

- **Função principal:** Escritório do gerente geral, que supervisiona as operações diárias da empresa.
- **Atividades desempenhadas:** Monitoramento do desempenho das equipes e alinhamento com a estratégia da diretoria. Decisões operacionais e ajustes de processos internos. Comunicação direta com a diretoria e demais gerências. Elaboração de relatórios sobre os resultados e progresso das metas.

Banheiros (Comum e PCD)

- **Função:** Infraestrutura de apoio para o conforto dos colaboradores e visitantes, incluindo banheiros acessíveis para pessoas com deficiência (PCD).

Logística de Operação e Justificativa

Fluxo de Trabalho Otimizado:

Recepção / Pós-Vendas / SAC

Localizada na entrada principal, esta sala é estrategicamente posicionada para ser o primeiro ponto de contato com clientes e visitantes. A função desta área é atender solicitações, fornecer informações e encaminhar as demandas para os

setores responsáveis.

Justificativa: A proximidade com a entrada garante um atendimento ágil e eficiente, além de organizar o fluxo de entrada e saída.

Comercial / Financeiro

Localizado próximo à recepção, este setor lida com negociações, pagamentos, orçamentos e demais questões financeiras. A posição facilita o contato com a recepção para o encaminhamento de clientes e colaboradores.

Justificativa: A proximidade com o SAC permite uma integração eficiente entre a captação de demandas e a resolução de questões financeiras ou comerciais.

Copa

A copa está estrategicamente situada no centro do layout, de fácil acesso para todos os funcionários.

Justificativa: Sua localização centralizada otimiza o uso pelos colaboradores, permitindo pausas rápidas sem interferir nas atividades produtivas.

Diretoria

Posicionada em uma área reservada, longe de fluxo intenso, a sala da diretoria garante privacidade e tranquilidade para a tomada de decisões estratégicas.

Justificativa: O ambiente reservado reflete a necessidade de foco e confidencialidade das funções diretivas.

Sala de Brainstorm

Uma área ampla e equipada para reuniões e discussões colaborativas, localizada próxima aos setores operacionais.

Justificativa: Facilita o acesso dos departamentos envolvidos em reuniões e projetos, promovendo a troca de ideias e a criatividade.

Marketing

Este setor está próximo à sala de brainstorming para garantir maior sinergia no desenvolvimento de campanhas e estratégias.

Justificativa: A proximidade entre brainstorming e marketing acelera o processo criativo e a execução de ideias.

Gerência

Geral

Localizada ao lado dos setores operacionais (marketing e brainstorming), a gerência pode supervisionar diretamente os projetos em desenvolvimento.

Justificativa: A posição facilita a comunicação direta com as equipes, assegurando a eficiência nas operações.

Banheiros

Os banheiros estão posicionados em uma área de fácil acesso para todos os colaboradores, garantindo acessibilidade e praticidade, com um banheiro específico para PCD.

Justificativa: Localização estratégica para atender todos os setores, com inclusão e acessibilidade

O layout proposto organiza os setores de acordo com suas funções e necessidades operacionais, garantindo:

- Eficiência no fluxo de trabalho: A proximidade entre áreas interdependentes (SAC, comercial e financeiro) otimiza processos.
- Acessibilidade: A disposição dos banheiros e da copa atende a todos os colaboradores de forma prática.
- Colaboração: A sala de brainstorming e o setor de marketing promovem um ambiente criativo e integrado.
- Privacidade: A diretoria está estrategicamente isolada para facilitar a concentração em decisões estratégicas.
- Atendimento ao cliente: A recepção, posicionada logo na entrada, melhora a experiência dos visitantes e garante um atendimento ágil.

- **Acessibilidade e Inclusão:**

- A presença de banheiros acessíveis demonstra o compromisso da empresa com a inclusão e o bem-estar de todos os colaboradores e visitantes.

- A disposição da planta e o funcionamento descrito da empresa foram cuidadosamente planejados para apoiar sua proposta de valor: **oferecer um serviço inovador e de alta qualidade que combina tecnologia com um atendimento ao cliente excepcional**. A logística interna favorece a colaboração, inovação e eficiência, permitindo à empresa responder rapidamente às necessidades do mercado e dos clientes.

í. Horário de Trabalho: Planejamento para Máxima Produtividade

Alta Produtividade (8h às 10h)

- Usamos esse período para nos dedicar às atividades que demandam maior concentração, criatividade e foco, que é ideal para tarefas estratégicas ou que exigem esforço mental elevado.

Reuniões ou Feedbacks (10h às 11h)

- Horário reservado para reuniões, discussões de projetos ou sessões de feedback, caso necessário.

Tarefas Operacionais (11h às 12h)

- Esse horário usamos para atividades administrativas ou menos intensas, como responder e-mails, organizar documentos ou lidar com demandas simples.

Intervalo para Almoço (12h às 13h)

Média Produtividade (13h às 15h)

- Após o retorno do almoço retomamos as tarefas, nesse horário usamos para revisar projetos ou lidar com pendências intermediárias.

Revisões e Conclusões (15h às 17h)

- Horário que dedicamos à finalização das atividades do dia, revisão do trabalho realizado e ajustes necessários, organizamos as prioridades do próximo dia.

Ajustamos os horários de acordo com as demandas diárias, com o ritmo de trabalho e a energia ao longo do dia, temos pequenas pausas entre cada horário, prezamos pela qualidade de vida dos colaboradores, essas pausas ajudam no melhoramento contínuo.

6.7 PROPOSTA DE VALOR

"Transforme o óleo usado em recompensas! Com o Bio Pontos, troque o seu óleo usado por pontos que podem ser convertidos em descontos, produtos e serviços exclusivos. Sustentabilidade, economia e praticidade em um só lugar."

O Bio Pontos oferece uma solução inovadora para o descarte responsável de óleo usado, incentivando a sustentabilidade e, ao mesmo tempo, recompensando os usuários por contribuírem com a preservação do meio ambiente. Ao realizar o descarte do óleo em pontos de coleta parceiros, os usuários acumulam pontos que podem ser trocados por uma variedade de benefícios, como:

- **Descontos em Academias**
- **Cafés**
- **Fast Cakes**
- **Experiências exclusivas** (viagens, ingressos para eventos, descontos em lojas parceiras).
- **Campanhas ambientais** (plantio de árvores, doações para projetos sustentáveis).

Além disso, o aplicativo oferece uma maneira simples de localizar pontos de coleta, acompanhar o histórico de descarte e gerenciar os pontos acumulados, tudo com a conveniência de uma interface amigável.

Benefícios para o Usuário:

Praticidade e conveniência: Localização de pontos de coleta facilmente acessível no app.

Sustentabilidade: Contribuição ativa para o meio ambiente, evitando o descarte irregular de óleo usado.

Recompensas tangíveis: Pontos que podem ser convertidos em benefícios reais, agregando valor a cada ação responsável.

Engajamento contínuo: Acompanhamento da sua contribuição ecológica e recompensas acumuladas, incentivando a fidelidade e a continuidade do comportamento sustentável.

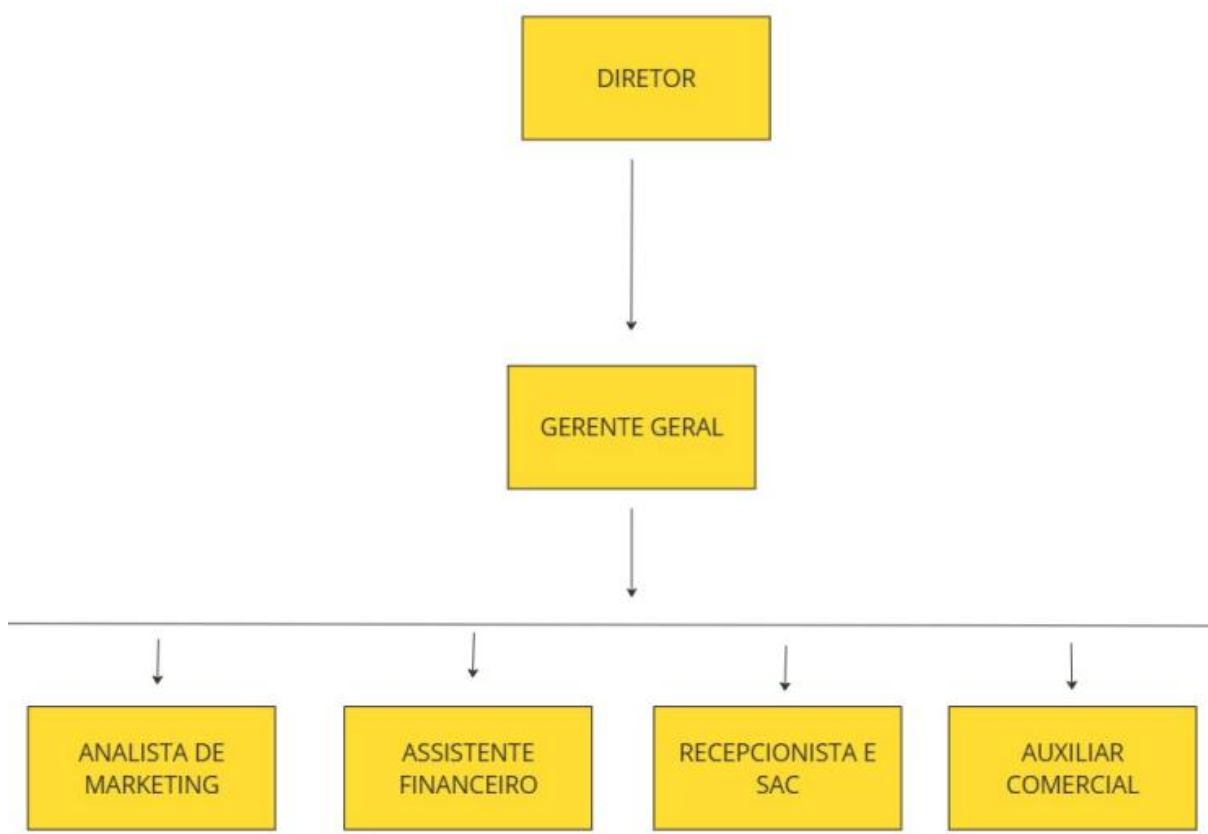
Para o Meio Ambiente:

- **Redução de impactos ambientais** ao garantir que o óleo usado seja reciclado corretamente.
- **Promoção da economia circular**, estimulando a reutilização e a conscientização ambiental.

Em resumo, o Bio Pontos não só promove uma prática ambientalmente responsável, mas também transforma um ato simples em uma oportunidade de ganho para o usuário e para o planeta.

6.8 RECURSOS HUMANOS

ORGANOGRAMA



Cargos e Funções

- **Gleidson Oliveira Diretor:** Como Diretor, sou responsável por liderar o negócio, como marketing, finanças ou operações. Meu papel é traçar os caminhos estratégicos e garantir que a empresa siga na direção certa, também defino a visão e a missão que norteiam a organização. Estabeleço objetivos de longo prazo e crio estratégias para alcançá-los. Tomo decisões importantes que afetam toda a empresa. Supervisiono líderes e gerentes, assegurando que as estratégias sejam executadas com eficiência. Represento a empresa em eventos, junto a parceiros e na mídia. Cuido do orçamento global e trabalho para garantir que as metas financeiras sejam atingidas.
- **Jorge Giantomazi: Gerente Geral:** Como Gerente Geral, sou responsável por transformar as estratégias em ações e garantir que as operações diárias da empresa funcionem de forma eficiente, lidero equipes de diferentes áreas,

como vendas, marketing e atendimento, assegurando que todos trabalhem de forma alinhada. Coloco em prática as estratégias e diretrizes definidas pelo Diretor. Monitoro os resultados, acompanhando indicadores para garantir o cumprimento das metas operacionais e financeiras. Tomo decisões de médio porte, ajustando recursos e processos conforme necessário. Reporto periodicamente os resultados ao Diretor e proponho melhorias sempre que necessário.

- **Fernanda Pottes: Analista de Marketing:** Minha missão é construir a imagem da marca e aproximá-la do público. Planejo e executo campanhas para aumentar a visibilidade e impulsionar as vendas. Realizo pesquisas para entender o comportamento dos clientes e identificar tendências de mercado. Desenvolvo e gerencio campanhas publicitárias, tanto online quanto offline. Atuo na criação de conteúdos visuais e textuais, cuido das redes sociais, mantendo uma comunicação ativa com o público e promovendo a marca. Analiso os resultados das campanhas e ajusto estratégias para torná-las mais eficazes. Estabeleço parcerias com influenciadores e outros meios para ampliar o alcance da marca.
- **Natália Domingues: Assistente Financeiro:** Sou responsável por cuidar das finanças diárias da empresa, garantindo que tudo esteja sob controle. Gerencio contas a pagar e a receber, garantindo que os pagamentos sejam realizados e registrados corretamente. Acompanho o fluxo de caixa, monitorando entradas e saídas para manter a estabilidade financeira. Preparo relatórios financeiros, como demonstrativos e projeções. Auxílio durante auditorias, fornecendo informações necessárias. Participo da elaboração e do monitoramento do orçamento, trabalhando junto com outros setores.
- **Vinicius Henrique / SAC:** No meu papel como Recepcionista e atendente do SAC, sou a primeira pessoa com quem os clientes entram em contato,

garantindo que todos sejam bem atendidos e tenham uma experiência positiva. Sou responsável por responder dúvidas, fornecer informações e encaminhar solicitações para os responsáveis. Atendo ligações e respondo e-mails, cuidando para que nenhuma solicitação seja ignorada. Recepciono clientes e visitantes, criando um ambiente acolhedor e profissional. Também ajudo em tarefas administrativas, como agendamentos e organização de correspondências, registro feedbacks dos clientes e encaminho questões mais complexas para o setor adequado.

- **Fernanda Pottes: Comercial:** Além do Marketing irei atuar com o apoio da equipe de vendas, ajudando a organizar o setor e a melhorar os processos para garantir a melhor experiência para os clientes. Dou suporte aos vendedores, ajudando com materiais, orçamentos e acompanhamento de clientes. Auxílio no controle de estoque e no registro de pedidos, verificando o status de entregas. Contribuo para a análise da concorrência e busco novas oportunidades de mercado. Mantenho um banco de dados atualizado com informações sobre clientes e histórico de compras. Auxílio na prospecção de novos clientes, realizando follow-ups e fornecendo informações sobre nossos serviços.
- **Contabilidade e Recursos Humanos:** Contratamos o escritório Pasqualino Contabilidade para cuidar dos nossos funcionários e também da contabilidade.

6.9 PLANO FINANCEIRO

Usamos como base para o plano financeiro informações retiradas do site da Prefeitura de Jundiaí.

A Região Metropolitana de Jundiaí (RMJ) é formada pelos municípios de Cabreúva, Campo Limpo Paulista, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira e Várzea Paulista. Criada pela Lei Complementar nº 1.362, de 30 de novembro de 2021, tem como objetivos, segundo o artigo 2º, promover:

- **Planejamento regional** voltado para o desenvolvimento socioeconômico e a melhoria da qualidade de vida;
- **Cooperação entre diferentes níveis de governo**, articulando e integrando órgãos e entidades públicas para otimizar o uso dos recursos disponíveis;
- **Uso racional do território e proteção ambiental**, controlando empreendimentos públicos e privados na região;
- **Integração do planejamento e execução de funções públicas** de interesse comum entre os entes públicos;

Redução das desigualdades regionais.

Em 24 de agosto de 2011, a unidade regional foi institucionalizada como a primeira Aglomeração Urbana (AU) do Estado de São Paulo, por meio da Lei Complementar Estadual nº 1.146.

A RMJ abriga 797.070 habitantes (dados do IBGE de 2020), representando 1,79% da população do estado e gerando 3,3% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual. Localizada entre as Regiões Metropolitanas de São Paulo e Campinas, possui um eixo urbano quase contínuo e é servida por uma infraestrutura viária que conecta os principais aeroportos do estado e o Porto de Santos, o maior da América Latina.

A região é altamente industrializada e apresenta forte integração com as áreas vizinhas, destacando-se pela importância logística e pelo potencial industrial no cenário estadual. Seu território é marcado por grandes contrastes socioeconômicos,

com o desenvolvimento urbano e econômico concentrado ao longo do eixo das rodovias Anhanguera e Bandeirantes.

Além disso, a RMJ conta com áreas protegidas e uma densa rede hídrica, incluindo rios importantes como o Jundiáí, Jundiáí-Mirim e Capivari. Também possui significativa cobertura vegetal nativa, com destaque para a Serra do Japi, um maciço de 354 km², cujo ponto mais alto chega a 1.250 metros de altitude. A Serra do Japi foi tombada pelo Condephaat por meio da Resolução nº 11, de 8 de março de 1983.



Fonte: Prefeitura do Município de Jundiáí

Investimento Inicial: R\$150.000,00

Descrição	Valor
Capital Inicial (R\$ 30.000 cada sócio)	R\$ 150.000,00
Divulgação (06 meses)	R\$ 12.000,00
Desenvolvimento da plataforma (App)	R\$ 45.000,00
Inscrição na Receita Federal	R\$ 1.500,00
Água	R\$ 68,00
Luz	R\$ 320,00
Internet comercial/móvel + planos de celular	R\$ 390,00
Aparelhos de celular (02 und)	R\$ 3.200,00
Extintores (kit 2)	R\$ 472,00
Material de escritório	R\$ 120,00
Nobreak (02 und)	R\$ 1.600,00
Notebooks (4 und)	R\$ 12.000,00
Cafeteira	R\$ 280,00
Purificador de água	R\$ 600,00
Impressora	R\$ 1.400,00
Mesa em "L" (03 und)	R\$ 600,00
Mesa para reuniões (10 lugares)	R\$ 555,00
Mesa quadrada 04 lugares (02 und)	R\$ 980,00
Cadeira giratória p/ escritório (12 und)	R\$ 3.060,00
Poltona (01 und)	R\$ 950,00
Armário baixo p/ escritório 80cm (04 und)	R\$ 1.560,00
Lixeira (9 und)	R\$ 225,00
TVs 55" (02 und)	R\$ 4.100,00
Decoração (Quadros, vasos, persianas, tapetes etc...)	R\$ 1.800,00
Geladeira	R\$ 2.000,00
Micro-ondas	R\$ 600,00
TOTAL	R\$ 95.380,00
Capital de Giro	R\$ 54.620,00

Custos de RH

Categoria	Descrição	Custo Mensal (R\$)
Salários e Cargos	Diretor	R\$ 8.035,67
	Gerente Geral	R\$ 3.876,60
	Analista de Marketing	R\$ 2.970,00
	Assistente Financeiro	R\$ 2.485,00
	Recepcionista e SAC	R\$ 1.600,00
	Auxiliar Comercial	R\$ 2.061,00
	Encargos	R\$ 1.682,26
TOTAL	R\$	22.710,53

Custos Fixos e Variáveis

Custos Fixos de Operação	Descrição dos gastos	Valores
	Aluguel	R\$ 3.300,00
	Condomínio	R\$ 600,00
	Contabilidade	R\$ 1.412,00
	Seguro Empresarial	R\$ 208,33
	Internet e telefonia	R\$ 390,00
	Água	R\$ 68,00
	Luz	R\$ 320,00
	Custod de tecnologia e hospedagem	R\$ 2.500,00
	Material de escritório	R\$ 120,00
	Limpeza/Diarista	R\$ 600,00
TOTAL		R\$ 9.518,33

NOSSAS RECEITAS: (VENDAS)

- Plano de Assinatura para Coletores Autônomos: R\$60,00 / mês
- Porcentagem nas vendas de produtos e serviços realizados por nossos parceiros: 12% do valor bruto
- Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço: R\$120,00 / mês
- Assinaturas premium para empresas coletoras ou que desejam serviços adicionais, tais como maior visibilidade ao ter sua marca/empresa exposta para muitos possíveis clientes dentro da plataforma, relatório detalhado das operações realizadas como quantidade de óleo coletada no período e por região.
- Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001 nas empresas interessadas: R\$20.000,00.

MARK UP

PV = Preço de Venda

$PV = \text{custo} \times (1 + \text{MK}\%)$

- Plano de Assinatura para Coletores Autônomos: R\$60,00 / mês

$PV = R\$43,00 \times (1 + 40\%)$

$PV = R\$43,00 \times (1 + 0,40)$

$PV = R\$43,00 \times 1,40$

$PV = R\$60,20$

- Porcentagem nas vendas de produtos e serviços realizados por nossos parceiros: 12% do valor bruto

$\text{Ganho (\%)} = \frac{\text{taxa fixa}}{\text{preço de venda}} \times 100$

Ex:

Considerando que o valor de venda seja R\$ 100,00

Comissão do aplicativo de 12%

$\text{Ganho} = (12\% \div R\$100) \times 100$

$\text{Ganho} = (12 \div 100) \times 100$

$\text{Ganho} = 0,12 \times 100$

$\text{Ganho} = R\$12$

Ganho Bruto: R\$12,00

Custo Operacional: R\$ 2,00 (taxa de pagamento)

Lucro Líquido: R\$12,00 - R\$2,00 = R\$10,00

- Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço: R\$120,00 / mês

$PV = R\$86,00 \times (1 + 40\%)$

$PV = R\$86,00 \times (1 + 0,40)$

$PV = R\$86,00 \times 1,40$

$$PV = R\$120,40$$

- Assinaturas premium para empresas coletoras ou que desejam serviços adicionais.

$$PV = R\$715,00 \times (1+40\%)$$

$$PV = R\$715,00 \times (1+0,40)$$

$$PV = R\$715,00 \times 1,40$$

$$PV = R\$1001,00$$

- Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001 nas empresas interessadas: R\$20.000,00

$$PV = R\$14.300,00 \times (1+40\%)$$

$$PV = R\$14.300,00 \times (1+0,40)$$

$$PV = R\$14.300,00 \times 1,40$$

$$PV = R\$20.020,00$$

PLANO OTIMISTA

Descrição	Qtde.	Preço Unitário	Total
Assinaturas de Coletores Autônomos			
Assinaturas por mês	50	R\$ 60,00	R\$ 3.000,00
Assinaturas em 6 meses	300	R\$ 60,00	R\$ 18.000,00
Porcentagem nas vendas de produtos e serviços			
Vendas totais em 6 meses			R\$ 1.200.000,00
Comissões (12% sobre vendas)			R\$ 144.000,00
Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço			
Assinaturas de divulgação por mês	120	R\$ 120,00	R\$ 14.400,00
Assinaturas de divulgação em 6 meses	720	R\$ 120,00	R\$ 86.400,00
Assinaturas premium			
Assinaturas premium por mês	10	R\$ 1.000,00	R\$ 10.000,00
Assinaturas premium em 6 meses	60	R\$ 1.000,00	R\$ 60.000,00
Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001			
Vendas (em 6 meses)	3	R\$ 20.000,00	R\$ 60.000,00
Total das receitas estimadas em 6 meses			R\$ 368.400,00
Receitas mensais estimadas			R\$ 61.400,00

- Plano otimista para 06 meses:

300 assinaturas de Coletores Autônomos: R\$60,00 / mês cada

$300 \div 06 \text{ (meses)} = 50 \text{ assinaturas por mês} \times R\$60,00 = R\$3.000,00 / \text{mês}$
 $R\$3.000,00 \times 06 \text{ meses} = R\$18.000,00$

- Porcentagem nas vendas de produtos e serviços realizados por nossos parceiros: 12% do valor bruto

R\$1.200.000,00 em vendas (em 06 meses)

$R\$1.200.000,00 \div 06 \text{ (meses)} = R\$200.000,00 / \text{mês}$

$R\$1.200.000,00 \times 12\% = R\$144.000,00$

$R\$144.000,00 \div 06 = R\$24.000,00 / \text{mês}$

- Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço: R\$120,00 / mês

720 assinaturas de divulgação a R\$120,00

$720 \div 06 \text{ (meses)} = 120 \text{ assinaturas por mês} \times R\$120,00 = R\$ 14.400,00 / \text{mês}$

$R\$14.400,00 \times 06 \text{ meses} = R\$86.400,00$

- Assinaturas premium para empresas coletoras ou que desejam serviços adicionais

60 assinaturas premium: R\$1.000,00 / mês cada

$60 \div 06 \text{ (meses)} = 10 \text{ assinaturas por mês} \times R\$1.000,00 = R\$ 10.000,00 / \text{mês}$

$R\$10.000,00 \times 06 \text{ meses} = R\$60.000,00$

- Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001 nas empresas interessadas: R\$20.000,00.

A cada 02 meses 01 venda em um período de 06 meses

Então: $R\$20.000,00 \times 03 \text{ vendas} = R\$60.000,00$

Total das receitas estimadas:

R\$ 368.400,00 (em 06 meses)

R\$ 61.400,00 mensais

Tributação sobre receita mensal	Coluna1	Coluna2
Tipo de imposto	% Alíquota	Valor
ICMS	18%	R\$ 11.052,00
PIS	0,65%	R\$ 399,10
COFINS	3%	R\$ 1.842,00
ISS	5%	R\$ 3.070,00
IRPJ	8%	R\$ 4.912,00

CSSL	9%	R\$ 5.526,00
Total de Tributos Mensais		R\$ 26.801,10

Tributação sobre receita mensal:

ICMS: 18% = R\$11.052,00

PIS: 0,65% = R\$399,10

COFINS: 3% = R\$1.842

ISS: 5% = R\$3.070

IRPJ: 8% = R\$4.912

CSSL: 9% = R\$5.526

TOTAL: R\$26.801,10 (Regime sobre Lucro Presumido)

ROI sobre Plano Otimista	Coluna1
Descrição	Valor
Receitas líquidas mensais	R\$ 34.598,90
Investimento Inicial	R\$ 150.000,00
ROI (%)	-76,93%

ROI SOBRE PLANO OTIMISTA

$R\$61.400 - R\$26.801,10 = R\$34.598,90$

Receitas líquidas = R\$34.598,90

Investimento Inicial = R\$150.000,00

$ROI = \frac{(Receitas\ líquidas - Investimento\ Inicial)}{Investimento\ Inicial} \times 100$

Investimento Inicial

$ROI = \frac{(R\$34.598,90 - R\$150.000,00)}{R\$150.000,00} \times 100$

R\$150.000,00

ROI = - 76,93%

PLANO PESSIMISTA

Descrição	Qtde	Preço Unitário	Total
Assinaturas de Coletores Autônomos			
Assinaturas por mês	25	R\$ 60,00	R\$ 1.500,00
Assinaturas em 6 meses	150	R\$ 60,00	R\$ 9.000,00
Porcentagem nas vendas de produtos e serviços			
Vendas totais em 6 meses			R\$ 600.000,00
Comissões (12% sobre vendas)			R\$ 72.000,00
Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço			
Assinaturas de divulgação por mês	60	R\$ 120,00	R\$ 7.200,00
Assinaturas de divulgação em 6 meses	360	R\$ 120,00	R\$ 43.200,00
Assinaturas premium			
Assinaturas premium por mês	5	R\$ 1.000,00	R\$ 5.000,00
Assinaturas premium em 6 meses	30	R\$ 1.000,00	R\$ 30.000,00
Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001			
Vendas (em 6 meses)	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
Total das receitas estimadas em 6 meses			R\$ 174.200,00
Receitas mensais estimadas			R\$ 29.033,33

- Plano pessimista para 06 meses:
 - 150 assinaturas de Coletores Autônomos: R\$60,00 / mês cada
 - $150 \div 06 \text{ (meses)} = 25 \text{ assinaturas por mês} \times R\$60,00 = R\$1.500,00 / \text{mês}$
 - $R\$1.500,00 \times 06 \text{ meses} = R\$9.000,00$
- Porcentagem nas vendas de produtos e serviços realizados por nossos parceiros: 12% do valor bruto
 - R\$600.000,00 em vendas (em 06 meses)
 - $R\$600.000,00 \div 06 \text{ (meses)} = R\$100.000,00 / \text{mês}$
 - $R\$600.000,00 \times 12\% = R\$72.000,00$
 - $R\$72.000,00 \div 06 = R\$12.000,00 / \text{mês}$
- Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço: R\$120,00 / mês
 - 60 assinaturas de divulgação a R\$120,00

$360 \div 06 \text{ (meses)} = 60 \text{ assinaturas por mês} \times \text{R}\$120,00 = \text{R}7.200,00 / \text{mês}$
 $\text{R}\$7.200,00 \times 06 \text{ meses} = \text{R}\$43.200,00$

- Assinaturas premium para empresas coletoras ou que desejam serviços adicionais

30 assinaturas premium: R\$1.000,00

$30 \div 06 \text{ (meses)} = 5 \text{ assinaturas por mês} \times \text{R}\$1.000,00 = \text{R}5.000,00 / \text{mês}$
 $\text{R}\$5.000,00 \times 06 \text{ meses} = \text{R}\$30.000,00$

- Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001 nas empresas interessadas: R\$20.000,00.

A cada 06 meses 01 venda

Então: $\text{R}\$20.000,00 \times 01 \text{ vendas} = \text{R}\$20.000,00$

Total das receitas estimadas:

R\$174.200,00 (em 06 meses)

R\$29.033,33 mensais

Tributação sobre Receita Mensal	Coluna1	Coluna2
Tipo de Imposto	% Alíquota	Valor
ICMS	18%	R\$ 5.225,99
PIS	0,65%	R\$ 188,71
COFINS	3%	R\$ 870,99
ISS	5%	R\$ 1.451,66
IRPJ	8%	R\$ 2.322,66
CSSL	9%	R\$ 2.612,99
Total de Tributos Mensais		R\$ 12.673,00

Tributação sobre receita mensal:

ICMS: 18% = R\$5.225,99,00

PIS: 0,65% = R\$188,71

COFINS: 3% = R\$870,99

ISS: 5% = R\$1.451,66

IRPJ: 8% = R\$2.322,66

CSSL: 9% = R\$2.612,99

TOTAL: R\$12.673 (Regime sobre Lucro Presumido)

ROI sobre Plano Otimista	Coluna1
Descrição	Valor
Receitas líquidas mensais	R\$ 16.360,33
Investimento Inicial	R\$ 150.000,00
ROI (%)	-89,09%

ROI SOBRE PLANO PESSIMISTA

$R\$29.033,33 - R\$12.673 = R\$16.360,33$

Receitas líquidas = R\$16.360,33

Investimento Inicial = R\$150.000,00

$ROI = \frac{\text{Receitas líquidas} - \text{Investimento Inicial}}{\text{Investimento Inicial}} \times 100$

Investimento Inicial

$ROI = \frac{(R\$16.360,33 - R\$150.000,00)}{R\$150.000,00} \times 100$

R\$150.000,00

ROI = - 89,09%

PLANO REALISTA

Descrição	Qtde.	Preço Unitário	Total
Assinaturas de Coletores Autônomos			
Assinaturas por mês	40	R\$ 60,00	R\$ 2.400,00
Assinaturas em 6 meses	240	R\$ 60,00	R\$ 14.400,00
Porcentagem nas vendas de produtos e serviços			

Vendas totais em 6 meses			R\$ 900.000,00
Comissões (12% sobre vendas)			R\$ 108.000,00
Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço			
Assinaturas de divulgação por mês	90	R\$ 120,00	R\$ 10.800,00
Assinaturas de divulgação em 6 meses	540	R\$ 120,00	R\$ 64.800,00
Assinaturas premium			
Assinaturas premium por mês	7	R\$ 1.000,00	R\$ 7.000,00
Assinaturas premium em 6 meses	42	R\$ 1.000,00	R\$ 42.000,00
Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001			
Vendas (em 6 meses)	2	R\$ 20.000,00	R\$ 40.000,00
Total das receitas estimadas em 6 meses			R\$ 269.200,00
Receitas mensais estimadas			R\$ 44.866,66

- Plano otimista para 06 meses:

240 assinaturas de Coletores Autônomos: R\$60,00 / mês cada

$240 \div 06 \text{ (meses)} = 40 \text{ assinaturas por mês} \times R\$60,00 = R\$2.400,00 / \text{mês}$

$R\$2.400,00 \times 06 \text{ meses} = R\$14.400,00$

- Porcentagem nas vendas de produtos e serviços realizados por nossos parceiros: 12% do valor bruto

R\$900.000,00 em vendas (em 06 meses)

$R\$900.000,00 \div 06 \text{ (meses)} = R\$150.000,00 / \text{mês}$

$R\$900.000,00 \times 12\% = R\$108.000,00$

$R\$108.000,00 \div 06 = R\$18.000,00 / \text{mês}$

- Plano de divulgação de empresa prestadoras de serviço: R\$120,00 / mês

90 assinaturas de divulgação a R\$120,00

$540 \div 06 \text{ (meses)} = 90 \text{ assinaturas por mês} \times R\$120,00 = R\$10.800,00 / \text{mês}$

$R\$10.800,00 \times 06 \text{ meses} = R\$64.800,00$

- Assinaturas premium para empresas coletoras ou que desejam serviços adicionais:

42 assinaturas premium: R\$1.000,00

$42 \div 06 \text{ (meses)} = 7 \text{ assinaturas por mês} \times R\$1.000,00 = R\$ 7.000,00 / \text{mês}$

R\$ 7.000,00 x 06 meses = R\$ 42.000,00

- Estudo e orientação para a implementação da ISO 14001 nas empresas interessadas: R\$ 20.000,00.

A cada 03 meses 01 venda

Então: R\$20.000,00 x 02 vendas = R\$40.000,00

Total das receitas estimadas:

R\$269.200,00 (em 06 meses)

R\$44.866,66 mensais

Tributação sobre Receita Mensal	Coluna1	Coluna2
Tipo de imposto	% Alíquota	Valor
ICMS	18%	R\$ 8.075,99
PIS	0,65%	R\$ 291,63
COFINS	3%	R\$ 1.345,99
ISS	5%	R\$ 2.243,33
IRPJ	8%	R\$ 3.589,33
CSSL	9%	R\$ 4.037,99
Total de Tributos Mensais		R\$ 19.584,26

Tributação sobre receita mensal:

ICMS: 18% = R\$8.075,99,00

PIS: 0,65% = R\$291,63

COFINS: 3% = R\$1.345,99

ISS: 5% = R\$2.243,33

IRPJ: 8% = R\$3.589,33

CSSL: 9% = R\$4.037,99

TOTAL: R\$19.584,26 (Regime sobre Lucro Presumido)

ROI sobre Plano Realista	Coluna1
Descrição	Valor
Receitas Líquidas mensais	R\$ 25.282,40
Investimento Inicial	R\$ 150.000,00
ROI (%)	-83,14%

ROI SOBRE PLANO REALISTA

$$R\$44.866,66 - R\$19.584,26 = R\$25.282,40$$

$$\text{Receitas líquidas} = R\$25.282,40$$

$$\text{Investimento Inicial} = R\$150.000,00$$

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Receitas líquidas} - \text{Investimento Inicial})}{\text{Investimento Inicial}} \times 100$$

$$\text{Investimento Inicial}$$

$$\text{ROI} = \frac{(R\$25.282,40 - R\$150.000,00)}{R\$150.000,00} \times 100$$

$$R\$150.000,00$$

$$\text{ROI} = - 83,14\%$$

Após ser feito o ROI, do nosso aplicativo, chegamos ao valor de - 83,14%, esse valor representa no primeiro mês de vendas da empresa reflete um cenário inicial comum para muitos negócios, especialmente Startups. Essa porcentagem negativa ocorre porque no começo, os custos de lançamento, operação e marketing tendem a ser significativamente mais altos do que as receitas geradas. Porém, esse resultado inicial não determina o futuro da empresa, desde que sejam feitos ajustes estratégicos, pois o primeiro mês de operação é geralmente um período de teste de

mercado. Nesse momento, as vendas ainda estão ganhando tração, e os custos fixos, são proporcionalmente mais pesados.

Para melhorar o ROI, adotaremos uma estratégia da seguinte forma:

. Escalabilidade:

Aumentar a base de clientes e parcerias onde pode diluir os custos fixos ao longo do tempo

. Otimização de Custos:

Revisar despesas para priorizar aqueles que geram maior impacto nas vendas

. Promoções e Incentivos:

Criar campanhas para atrair usuário e parceiros rapidamente

Seguindo essas estratégias, podemos ter o tempo necessário para o retorno do investimento inicial, dependendo de uma análise detalhada de alguns fatores-chaves, especialmente considerando que o ROI atual é de -83,14%, onde será feita uma projeção de lucro futuro, através das receitas líquidas mensais, após os custos, sendo que esse valor vai ser positivo para começar a dar o retorno esperado.

Sendo assim, calculamos para saber o tempo de retorno, onde:

Lucro líquido projetado R\$ 25.290,00

$100\% - 83,14\% = 16,86\%$

$\$150.000,00 * 16,86\%$

$= R\$ 25.290,00$

Tempo de retorno

$= \text{Investimento} /$

Lucro líquido

$= R\$150.000,00 /$

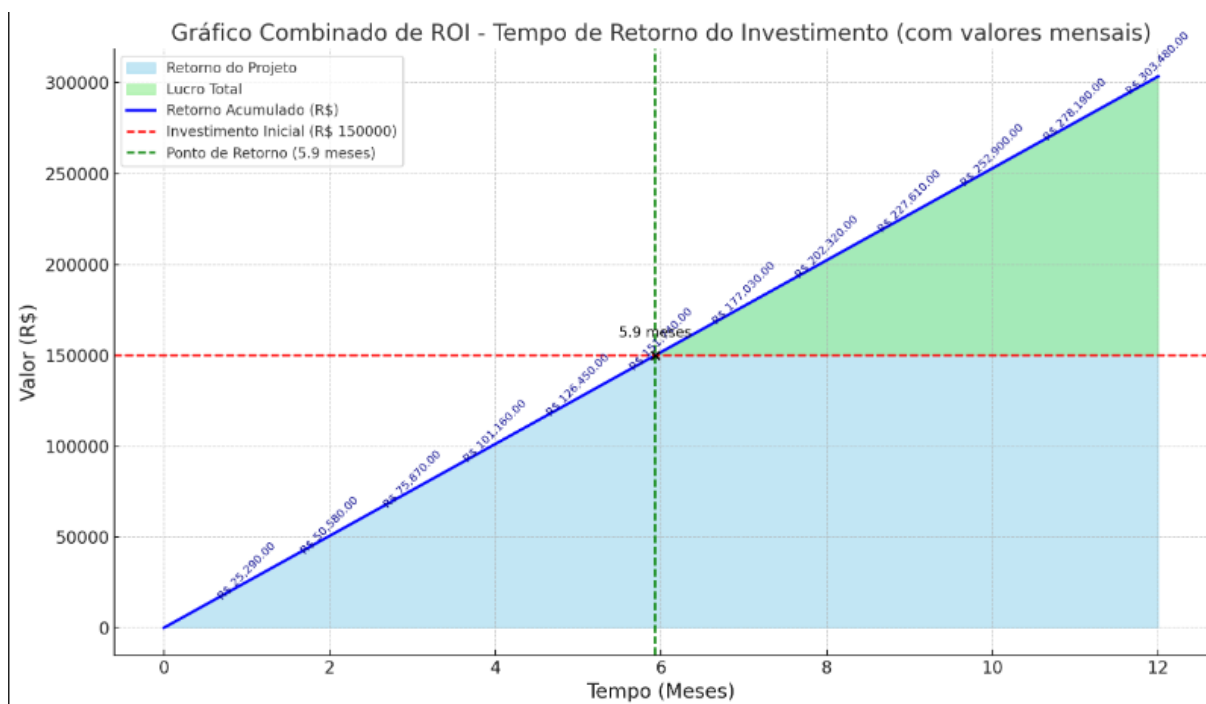
R\$ 25.290,00

=5,93 Meses

O investimento será recuperado em apaixonadamente 6 meses, desde que a receita líquida mensal se mantenha constante, mas existe observações a serem feitas:

1. Se a receita líquida mensal variar, o prazo pode ser mais longo ou mais curto, isso são as receitas flutuantes
2. Aguardando um aumento gradual nas vendas, o retorno pode ser mais rápido, sendo considerado o crescimento do negócio
3. É essencial acompanhar mensalmente as receitas e custos para ajustar a previsão, fazendo o monitoramento regular.

Pois chegamos a tal conclusão que, o cenário é promissor, mas exige acompanhamento estratégico para mitigar riscos e assegurar o retorno no prazo estimado. O investimento inicial está alinhado ao desempenho atual, e o nosso negócio apresenta boas perspectivas de escalabilidade e rentabilidade.



ANÁLISE SWOT DE PRODUTO/ SERVIÇO – PÓS PLANEJAMENTO

FORÇAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Conscientização ambiental: O app se alinha ao aumento da consciência sobre sustentabilidade e descarte responsável. • Inovação: O foco específico no óleo de cozinha usado diferencia o app de outros de reciclagem. • Recompensas: Incentivos como descontos e créditos motivam a adesão e fidelizam usuários. • Facilidade de uso: Com funcionalidades intuitivas e geolocalização o app facilita o acesso a pontos de coleta próximo 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência: Aplicativos de reciclagem abrangentes podem competir ao agregar óleo de cozinha entre os serviços. • Desinteresse do consumidor: A resistência a novas práticas de descarte pode dificultar a adesão. • Desafios logísticos: Coleta e transporte do óleo podem ser complicados e onerosos, especialmente em áreas remotas. • Regulamentações específicas: Alterações nas políticas de descarte e reciclagem podem impactar o modelo de negócio
FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Necessidade de ampla rede de coleta: Para ser eficaz, o app depende de uma vasta rede de pontos de coleta. • Custo de implementação: Envolve custos com desenvolvimento, marketing e logística de parcerias. • Conscientização e adesão inicial: Dificuldade para atrair usuários e educar sobre o descarte correto de óleo. • Dependência de parceiros: O sucesso depende da colaboração de empresas de reciclagem e logística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado crescente de reciclagem: Crescimento do setor de economia circular e do uso de óleos usados para produzir biodiesel. • Incentivos governamentais: Parcerias com iniciativas públicas e regulamentações ambientais podem apoiar o desenvolvimento do app. • Expansão geográfica: Com sucesso local, o app pode ser ampliado para outras regiões ou países. • Parcerias comerciais: Possibilidade de firmar parcerias com redes de supermercados e estabelecimentos de alimentação para recompensas.

7- RESULTADOS

Com o nosso aplicativo Bio Pontos temos o propósito de conseguir resultados promissores, levando em conta uma receita líquida mensal, o retorno do investimento é previsto para um período menor do que 1 ano

Quanto a parte operacional, esperamos atingir parceiros e usuários por meio de estratégias de marketing, além de acreditar que teremos uma redução de impactos ambientais e assim promover a economia circular. Esperamos que contribua também para a educação ambiental.

Sendo assim, o projeto mostra ser sustentável, inovador e com potencial de crescimento, conforme mostrado nas pesquisas realizadas.

8- CONCLUSÕES – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluimos que um aplicativo de coleta de óleo usado tem grande potencial de impacto positivo, tanto ambiental quanto social, ao oferecer uma solução prática e eficiente para o descarte correto deste resíduo. O modelo se sustenta em uma base de mercado promissor, onde a demanda por práticas sustentáveis é crescente, e cada vez mais pessoas e empresas buscam formas de reduzir seu impacto ambiental

A viabilidade desse projeto depende de uma série de fatores, incluindo a educação do público alvo, a criação de uma rede de parceiros estratégicos e uma operação logística otimizada, iniciar com um produto mínimo viável e expandir gradualmente, conforme o modelo for validado, permitindo uma gestão de recursos mais segura. Além disso, o diferencial de um programa de recompensas e o uso de roteirização inteligente para coletas frequentes são estratégias que contribuem para a fidelização e a redução de custos operacionais “ A reciclagem é a forma mais atrativa de gerenciamento de resíduos, pois transforma o lixo em insumos, com diversas vantagens ambientais, podendo contribuir para a economia dos recursos, e para o bem estar da comunidade” (ALBECI; PONTES, 2004, p.74 Apud SOUZA; JÚNIOR,2020b, p.1-2).

Com um plano de marketing eficaz, um forte compromisso com o impacto ambiental e uma operação flexível, o app pode conquistar a adesão dos usuários e consolidar-se no mercado como uma solução inovadora e necessária. A longo prazo, além de oferecer um serviço útil, o aplicativo promove a conscientização ambiental e o engajamento da comunidade, gerando uma cadeia de valor que beneficia tanto a sociedade quanto o meio ambiente.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CNI. Levantamento sobre práticas de economia circular. 2022. Disponível em: <https://habitability.com.br/economia-circular-entenda-o-que-e-e-como-funciona>.

Acesso em: 22 nov. 2024.

PACHECO, Lenilde. *Economia circular: Programa da Cargill arrecada mais de 11 milhões de litros de óleo*. 2023. Disponível em: [https://habitability.com.br/economia-circular-entenda-o-que-e-e-como-](https://habitability.com.br/economia-circular-entenda-o-que-e-e-como-funciona/?utm_source=google_pago&utm_medium=&utm_content=&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAudG5BhAREiwAWMISjBsYcQfQ-mwTMNVIVjS0jBKkSYikJqajU0SJZKIV5xvkLgsa3flyzRoCIDYQAvD BwE)

[funciona/?utm_source=google_pago&utm_medium=&utm_content=&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAudG5BhAREiwAWMISjBsYcQfQ-mwTMNVIVjS0jBKkSYikJqajU0SJZKIV5xvkLgsa3flyzRoCIDYQAvD BwE](https://habitability.com.br/economia-circular-entenda-o-que-e-e-como-funciona/?utm_source=google_pago&utm_medium=&utm_content=&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAudG5BhAREiwAWMISjBsYcQfQ-mwTMNVIVjS0jBKkSYikJqajU0SJZKIV5xvkLgsa3flyzRoCIDYQAvD BwE)

LAZZAROTTO, Aline. A importância da logística reversa no ciclo do óleo vegetal. *Vozes do Agro*, 17 mar. 2022. Disponível em: <https://globo.com/Noticias/Opinioao/Vozes-do-Agro/noticia/2022/03/importancia-da-logistica-reversa-no-ciclo-do-oleo-vegetal.html>

SÃO PAULO. Parceria da Prefeitura em economia circular permite tirar 1,7 milhão de litros de óleo de cozinha da rede de esgoto da cidade de São Paulo. *Prefeitura de São Paulo*, 23 mar. 2022. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br>. Acesso em: 22 novembro 2024.

AMBIPAR. *AMBIPAR lança aplicativo com gamificação para impulsionar hábitos de reciclagem na sociedade*. 17 mar. 2022. Disponível em: <https://triciclo.eco.br/>. Acesso em: 22 novembro 2024.

NORMAS DA ABNT: Citações e Referências Bibliográficas. Disponível em: <http://www.leffa.pro.br/textos/abnt.htm> Acesso em: 21 novembro 2024.

BRISK, Victor. *Reciclaê!, o aplicativo que conecta catadores a materiais recicláveis*. 26 dez. 2019. Inovação. Disponível em: <https://www.reciclae.com.br/>. Acesso em: 22 novembro 2024.

TUHLINSKI, Camila. *App de reciclagem incentiva troca de óleo de cozinha usado e garrafas plásticas por dinheiro*. Estadão, 28 set. 2020. Disponível em: <https://sualink>. Acesso em: 22 novembro 2024.

PENSAMENTO VERDE. Criado aplicativo para facilitar coleta e reciclagem de óleo usado. 17 maio 2016. Disponível em: <https://www.pensamentoverde.com.br>. Acesso em: 22 nov. 2024.

VITAL RECICLAGEM. *Vital Reciclagem: Reciclagem de óleo de cozinha*. Disponível em: <https://www.vitalreciclagem.com/>. Acesso em: 24 abril. 2024.

BIOTANK. *Biotank*. Disponível em: <https://biotank.com.br/>. Acesso em: 24 abr. 2024.

ECO ABC. *Sobre nós*. Disponível em: <https://www.ecoabc.com.br/sobre-nos>. Acesso em: 24 abril 2024.

SILVA, Alex Aguiar da. *Óleo residual de cozinha*. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/meio-ambiente/oleo-residual-de-cozinha>. Acesso em: 24 abril 2024.

THO, Carim Hidemi; COSTA, Danielle Emerich da; OLIVEIRA, Juliana Garcez de; TORIKAI, Kleyton; KAWAMURA, Marcelo Kiyoshi; MARTINS, Nicoli Zunti. *Ciências do ambiente para engenharia física 1 – Grupo 6*. Disponível em: <https://www.dhb.ufscar.br/arquivos/ciencias-do-ambiente-para-engenharia-fisica-1/grupo6>. Acesso em: 4 abril 2024.

SENCOVICI, Luis Alfredo. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/32729/LUIS%20ALFREDO%20SENCOVICI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 abril. 2024.

FAMILHÃO. *Início*. Disponível em: <https://www.familhao.com/inicio>. Acesso em: 6 maio 2024.

VALE BÔNUS. Disponível em: <https://www.valebonus.com.br/>. Acesso em: 6 maio 2024.

ESFERA ENERGIA. O *que* são ODS?. Disponível em: <https://blog.esferaenergia.com.br/sustentabilidade/o-que-sao-ods>. Acesso em: 11 de outubro de 2024.

10. ANEXO

Desenvolvimento do MVP(produtos mínimo variável)

Lançamento com funcionalidades essenciais:

Para testar o mercado sem altos investimentos ,desenvolva um MVP com funcionalidades básicas ,como cadastro de usuário, agendamento de coleta, rastreamento de localização e notificação.

Teste com um grupo piloto:

Antes do lançamento oficial, teste o aplicativo com um grupo de empresas e residências que já descartam óleo. Isso permite coletar feedbacks e ajustar o app para maior aderência e usabilidade.

2 . Engajamento e fidelização de usuários

Educação sobre sustentabilidade:

Aposte em campanha que explicam o Impacto ambiental do descarte incorreto de óleo e os benefícios de reciclar inclua conteúdos educativos no app para que o usuário veja o impacto de suas coletas

Programa de recompensas :

Crie um programa simples e atrativo que recompense o descarte frequente Parcerias com marcas sustentáveis podem agregar valor ao programa ,oferecendo descontos ou produtos ecológicos em troca de pontos.

Desafios e Gamificação:

Incentive o uso contínuo do app com desafios(e: “Descarte X vezes ao mês e ganhe Y pontos”) ou uma métrica de impacto que mostre o quanto de óleo cada usuário já descartou corretamente ,equivalente ao impacto ambiental positivo.

3. Inovações e diferenciais competitivos

Certificação e relatórios de sustentabilidade para Empresas:

Oferecer relatórios personalizados para empresas que desejam incluir em suas práticas de ESG (Environmental, Social and Governance). Esse diferencial pode atrair empresas preocupadas com a sustentabilidade.

Pagamento e integração com apps de carteiras digitais:

Facilite o pagamento de serviços adicionais ou planos recorrentes para empresas e integração com carteiras digitais (ex: Pix) para aumentar a conveniência e reduzir atritos.

4. Análise e adaptação contínua

Feedback contínuo:

Monitore o feedback dos usuários no app e nas redes sociais para identificar pontos de melhoria. Realizar pesquisas periódicas para entender a satisfação dos usuários e fazer ajustes contínuos.

Métricas de sucesso:

Estabelecer métricas claras para avaliar o sucesso do app, como taxa de descarte repetido, adesão ao programa de recompensa e retenção de usuários.

Revisão de custos e rentabilidade:

Monitorar continuamente os custos operacionais e identificar oportunidades para otimizar as operações. Reduzir custos permite manter o app sustentável financeiramente a longo prazo.

5. Futuras Funcionalidades e Expansão do Modelo.

Expansão para outros resíduos:

Se o modelo for bem-sucedido, considere expandir o app para coleta de outros resíduos de difícil descarte, como eletrônicos, pilhas e baterias, ampliando o impacto ambiental do serviço.

Essas orientações podem ajudar a fortalecer o modelo do aplicativo de coleta de óleo usado, aumentando a viabilidade financeira e o impacto ambiental positivo. Apostando na inovação, parcerias e uma operação otimizada, o app pode crescer de forma sustentável e se destacar como uma referência no setor de descarte responsável.

11. APÊNDICE – ELEMENTO PÓS-TEXTUAL - Modelo de Pesquisa de Campo - Empresas de coleta

Pesquisa de mercado

*** Obrigatória**

Pesquisa de Parceria - Empresas de Coleta para o Aplicativo de Coleta de Óleo

Suas informações são altamente confidenciais, as informações a seguir são apenas para fins de pesquisa interna, todas as informações não serão compartilhadas externamente.

1. Estamos buscando empresas de coleta interessadas em se associar à "Reverte - Bio Pontos" para melhorar o processo de coleta e descarte de óleo usado de forma sustentável. Por favor, responda a este breve formulário para entendermos melhor seu perfil e como podemos colaborar!

2. Nome da Empresa *

Insira sua resposta

3. Localização Principal (Cidade/Estado): *

Jundiaí

3. Localização Principal (Cidade/Estado): *

Jundiaí

Várzea Paulista

Campo Limpo Paulista

Outra

4. Área de Atuação: *

Selecione no máximo 2 opções.

Coleta e transporte de óleo usado

Reciclagem e reprocessamento de óleo

Outro (especifique)

5. Quantos anos de experiência sua empresa tem neste setor? *

Menos de 1 ano

Entre 1 e 5 anos

Mais de 5 anos

6. Qual é a abrangência geográfica de sua empresa? *

Local

Regional

Estadual

Nacional

7. Quantas coletas de óleo sua empresa realiza, em média, por mês? *

Até 10

Entre 10 e 50

Entre 50 e 100

Acima de 100

Outra

8. Qual é a capacidade média de coleta de óleo em cada serviço? *

Marque tudo o que se aplica.

8. Qual é a capacidade média de coleta de óleo em cada serviço? *

Marque tudo o que se aplica.

Até 100 litros

Entre 100 e 500 litros

Entre 500 e 1.000 litros

Acima de 1.000 litros

9. Quantos veículos especializados para coleta de óleo sua empresa possui? *

De 1 a 3

De 4 a 10

Acima de 10

10. Sua empresa tem experiência em parcerias com plataformas digitais para coleta? *

Sim

Não

11. Quais recursos você considera importantes em um aplicativo de coleta? (Escolha até 3) *

Selecione no máximo 3 opções.

Agendamento e notificação automática de coletas

Rotas otimizadas para coleta

Suporte técnico em tempo real

Relatórios de desempenho e quantidade coletada

Outros: [Campo para resposta aberta]

12. Qual seria a frequência ideal de coletas solicitadas pelo aplicativo? *

Diária

Semanal

Sob demanda

13. Sua empresa está disposta a compartilhar dados de coleta (quantidade, frequência) no aplicativo? *

Sim, para melhorar a parceria e o serviço

Talvez, dependendo dos detalhes de privacidade

Não no momento

14. Quais fatores são mais importantes para a sua empresa ao firmar uma parceria? (Selecione todos que se aplicam) *

Selecione no máximo 5 opções.

Transparência e facilidade de comunicação

Compromisso com sustentabilidade

Confiabilidade e pontualidade dos parceiros

Segurança e conformidade com normas ambientais

Outros: [Campo para resposta aberta]

15. Nossos valores se baseiam na Sustentabilidade, Inovação, Transparência, Responsabilidade Social e Compromisso com a Comunidade! Diante disso, você diria que sua empresa compartilha dos mesmos valores de sustentabilidade e conformidade ambiental que promovemos? *

Sim, esses valores são essenciais para nós

Sim, mas estamos aprimorando nossa atuação

Não, mas temos interesse em seguir nessa direção

16. Estaria interessada em campanhas de conscientização ambiental em parceria com nossa empresa? *

Sim

Talvez, com mais informações

No momento não

17. Gostaria de agendar uma conversa para discutir os detalhes da parceria? *

Sim, gostaria de mais informações

Talvez, em um segundo momento

Não, por enquanto só estou explorando as possibilidades

18. em alguma sugestão ou observação sobre como podemos aprimorar esta iniciativa para atender sua empresa? *

Insira sua resposta

19. No mercado, quais outros produtos e serviços são **similares** aos nossos? Ignore esta seção se você não estiver ciente de produtos ou serviços semelhantes.

Insira sua resposta

Nunca formata sua senha. [Relatar abuso](#)

Modelo de Pesquisa de Campo - Parceiros Comerciais

⋮

Pesquisa de novos Serviços

*** Obrigatória**

1. Olá! A Reverte desenvolveu um aplicativo inovador para facilitar a coleta e o descarte de óleo usado de forma sustentável. Queremos estabelecer parcerias estratégicas com empresas que busquem assim como nós, soluções sustentáveis e eficientes para o descarte correto do óleo de cozinha usado. Responda a este breve formulário para conhecermos melhor suas necessidades para que assim possamos talvez explorarmos uma possível colaboração.*

2. Nome da Empresa: *

3. Setor de atuação *

Bares / Lanchonetes e Quiosques

Restaurantes e Cozinhas Industriais

Hotéis e Hospitalidade

Indústria de Óleo e Gordura

Outros: [Campo para resposta aberta]

4. Localização (Cidade/Estado): *

Várzea Paulista

Campo Limpo Paulista

Jundiaí

Outra

5. Tamanho da empresa (Em número de funcionários) *

Pequena (até 50 colaboradores)

Média (51 a 250 colaboradores)

Média (251 a 500 colaboradores)

Grande (mais de 500 colaboradores)

6. Sua empresa realiza o descarte de óleo usado regularmente? *

Sim, regularmente

Sim, mas sem frequência definida

Não, buscamos soluções para isso

7. Qual é o volume aproximado de óleo usado descartado mensalmente pela empresa? *

Até 50 litros

Entre 50 e 200 litros

7. Qual é o volume aproximado de óleo usado descartado mensalmente pela empresa? *

Até 50 litros

Entre 50 e 200 litros

Acima de 200 litros

Não se aplica

8. Quais métodos de descarte de óleo sua empresa utiliza atualmente? (Selecione todos que se aplicam) *

Coleta por empresa especializada

Descarte com outros resíduos

Outro (descreva): [Campo para resposta aberta]

9. Quais seriam as principais motivações para melhorar o processo de descarte de óleo na sua empresa? *

Redução de impacto ambiental

Conformidade com regulamentações

Redução de custos operacionais

Melhoria de processos internos

Outros: [Campo para resposta aberta]

10. Quais fatores são mais importantes ao escolher uma empresa de coleta de óleo? (Selecione os que se aplicam) *

Facilidade e flexibilidade no agendamento

Compromisso com a sustentabilidade

Confiabilidade e pontualidade no serviço

Custo-benefício

Outros: [Campo para resposta aberta]

11. Quais funcionalidades você considera importantes em uma plataforma (aplicativo) de coleta de óleo? (Escolha até 3) *

Agendamento fácil de coletas

Relatórios de impacto ambiental

Certificado de descarte sustentável

Histórico e acompanhamento de coletas

Suporte rápido e prático pelo app

Outros: [Campo para resposta aberta]

12. Qual seria a frequência ideal de coleta para sua empresa? *

Semanal

Quinzenal

Mensal

Sob demanda

13. Sua empresa está interessada em campanhas de conscientização e marketing sustentável em parceria com nossa empresa? *

Sim, com certeza

Talvez, com mais informações

Não, não é nosso foco no momento

14. Gostaria de agendar uma conversa para entender melhor a proposta do aplicativo? *

Sim, gostaria de mais informações

Talvez, no futuro

Não, apenas explorei as possibilidades

15. Qual é a probabilidade de você nos recomendar nossa plataforma/aplicativo a um amigo ou a um colega? *


0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Nada provável Extremamente provável

16. Tem alguma sugestão ou observação sobre o aplicativo e como ele poderia atender melhor a sua empresa? *

Insira sua resposta

Nunca forneça sua senha. [Relatar abuso](#)

 Microsoft 365

Este conteúdo foi criado pelo proprietário do formulário. Os dados que você enviar serão enviados ao proprietário do formulário. A Microsoft não é responsável pela privacidade ou práticas de segurança de seus clientes, incluindo aqueles do proprietário deste formulário. Nunca forneça sua senha.

Microsoft Forms | Pesquisas, questionários e votações com tecnologia de IA [Criar meu próprio formulário](#)

[Política de privacidade](#) | [Política de Privacidade dos Dados de Saúde do Consumidor](#) | [Condições de uso](#)

Modelo de Pesquisa de Campo - Parceiros Comerciais

Pesquisa de possíveis parcerias

* Obrigatória

1. Nome da Empresa: *

Insira sua resposta

2. Setor de Atuação: *

Produtos Sustentáveis (limpeza, cosméticos, etc.)

Equipamentos e Suprimentos para Coleta

Produtos para Restaurantes e Cozinhas Industriais

Outros: [Campo para resposta aberta]

3. Localização (Cidade/Estado): *

Jundiaí

Várzea Paulista

Campo Limpo Paulista

Outra

4. Tamanho da empresa: *

Pequena (até 50 colaboradores)

Média (51 a 500 colaboradores)

Grande (mais de 500 colaboradores)

5. Qual a linha principal de produtos que oferece? *

Produtos de limpeza sustentáveis

Produtos de cozinha/industrial

Produtos para gestão e descarte de resíduos

Outros: [Campo para resposta aberta]

6. Quais produtos sua empresa gostaria de divulgar e vender no aplicativo? (Descreva brevemente): *

Insira sua resposta

7. Pergunta Você está interessado(a) em alguma das seguintes opções de parceria? (Selecione todas que se aplicam) *

Divulgar a marca no aplicativo

Vender diretamente no aplicativo (e-commerce)

Oferecer promoções exclusivas para usuários do app

Outros: [Campo para resposta aberta]

8. Sua empresa possui uma estrutura de e-commerce? *

Selecione no máximo 2 opções.

Sim, já temos um sistema de vendas online

Sim, mas estamos aprimorando

Sim, além de chamadas telefônicas e WhatsApp

Não, mas temos interesse em desenvolver

Não, trabalho só com chamadas telefônicas e WhatsApp

Outra

9. Qual a região de entrega dos seus produtos? *

Selecione no máximo 2 opções.

Local

Regional

Estadual

Nacional

Internacional

10. Quais são os meios de pagamento aceitos atualmente pela empresa? *

Cartão de crédito/débito

Transferência bancária

Pagamento via aplicativos (Pix, etc.)

Outros: [Campo para resposta aberta]

11. Quais objetivos sua empresa espera alcançar com essa parceria? (Selecione todos que se aplicam)

Aumentar a visibilidade da marca

Alcançar um público mais preocupado com sustentabilidade

Aumentar as vendas online

Outros: [Campo para resposta aberta]

12. Qual seria o diferencial do(s) seu(s) produto(s) que gostaria de destacar no aplicativo?

*

Insira sua resposta

13. Estaria disposto(a) a oferecer benefícios ou descontos exclusivos para usuários do aplicativo? *

Sim

Talvez

Não

14. Você estaria interessado(a) em participar de campanhas de conscientização e sustentabilidade em parceria com o aplicativo? *

Sim, com certeza

Talvez, com mais informações

Não no momento

15. Nome do Representante da Empresa:

Insira sua resposta

16. Cargo:

Insira sua resposta

13. Estaria disposto(a) a oferecer benefícios ou descontos exclusivos para usuários do aplicativo? *

Sim

17. Telefone:

Insira sua resposta

18. E-mail:

Insira sua resposta

19. Gostaria de agendar uma conversa para discutirmos a parceria? *

- Sim, estou interessado(a) em mais informações
- Talvez, futuramente
- Não, no momento estou apenas explorando a possibilidade

20. Tem alguma sugestão ou observação sobre como essa parceria pode ser mais vantajosa para sua empresa? *

Insira sua resposta

