

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

Mapa Log: a melhor escolha logística

Marília
2024

MODELO DE NEGÓCIOS | NOVOTEC ADMINISTRAÇÃO

Relatório Final

Mapa Log: a melhor escolha Logística

Ana Laura Sena da Silva
Evelyn Texeira do Nascimento
Gabrielle Ribeiro Lamin
Karine Sparapan da Silva

Professor Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Luciana Cristina Leite

Marília
2024

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	4
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	6
1.1 Problema.....	6
1.2 Solução Potencial	7
1.3 Valor para o cliente	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação	7
1.5 Time de projetos.....	8
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO	9
2.1 Identidade da Empresa	9
2.2 Canvas do modelo do negócio.....	11
2.3 Design da proposta de valor	12
2.4 Formalização do Negócio.....	12
2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio	13
Tópico 3 PRODUTO	14
3.1 Escopo do Produto.....	14
3.2 MVP	14
3.3 Pivotagem do Produto.....	21
Tópico 4 MERCADO	22
4.1 Análise Setorial	22
4.2 Pesquisa de Campo.....	22
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo.....	23
4.2.2 Análise de Dados.....	24
4.4 Ambiente Interno e Externo	31
4.5 Marketing e Vendas	31
4.5.1 Composto de Marketing	31
4.5.2 Projeção de Vendas	32
4.6 Pivotagem do Mercado	32
Tópico 5 FINANÇAS.....	33
5.1 Premissas econômico-financeiras.....	33
5.2 Investimentos e fontes de recursos.....	33
5.3 Custos e despesas.....	34
5.4 Estratégias de precificação	34
5.5 Relatórios econômico-financeiros	34
5.6 Análise de viabilidade	35
5.7 Valuation	Erro! Indicador não definido.
5.8 Pivotagem das finanças	Erro! Indicador não definido.

PITCH	36
--------------------	-----------

SUMÁRIO EXECUTIVO

Propósito: O Brasil, com sua vasta extensão territorial e diversidade econômica, enfrenta desafios logísticos, especialmente para pequenas empresas e produtores autônomos. Muitos deles carecem de ferramentas que tornem a gestão de transporte mais eficiente e econômica. O projeto "Mapa Log" visa oferecer uma plataforma que permita a esses usuários comparar custos de frete e explorar diferentes modais de transporte, facilitando suas operações e aumentando a competitividade.

Definição do Negócio: O projeto Mapa Log será desenvolvido como um aplicativo e um site acessíveis a pequenas empresas e produtores autônomos, que enfrentam desafios significativos na gestão de transporte. A plataforma permitirá que esses usuários comparem custos de frete e explorem diferentes modais de transporte, facilitando suas operações e aumentando sua competitividade. Os usuários poderão inserir detalhes sobre suas remessas, como peso, dimensões e destino, e receber cotações de diversas transportadoras, possibilitando a escolha do frete mais econômico. Além disso, a plataforma apresentará as vantagens de diferentes modais, como rodoviário, ferroviário, aéreo e marítimo, ajudando na decisão sobre qual opção é mais viável.

Time de Projeto:

- Ana Laura Sena da Silva: Habilidade em escrita e conhecimento em gestão de projetos, promovendo a organização do trabalho.
- Evelyn Teixeira Do Nascimento: Boa comunicação e experiência em atendimento ao cliente, garantindo suporte eficiente.
- Gabrielle Ribeiro Lamin: Habilidade em comunicação e conhecimento em logística, focando nas necessidades de pequenos negócios.
- Karine Sparapan da Silva: Experiência em design de interfaces e marketing digital, com foco em usabilidade para o público-alvo.

Localização: R. Antártica, 850 - Jardim Vitoria, Marília - SP, 17520-130

Mercado e Competidores: O Mapa Log atua no mercado de logística e transporte, focando em pequenas empresas e produtores autônomos. Concorrentes incluem plataformas como Frete Rápido, que oferece cotações de frete, mas carece de um foco específico em pequenas operações e na diversidade de modais que o Mapa Log propõe.

Conclusão: O Mapa Log se propõe a ser uma ferramenta essencial para pequenas empresas e produtores autônomos, ajudando-os a otimizar sua logística e reduzir custos. Com uma interface amigável e funcionalidades específicas, a plataforma tem o potencial de transformar a forma como

esses usuários gerenciam suas operações de transporte, contribuindo para a competitividade e o crescimento sustentável de seus negócios.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

No cenário do transporte de mercadorias, especialmente no Brasil, um país de vastas dimensões continentais, é frequente que o setor enfrente uma série de desafios. Isso ocorre porque a infraestrutura de transporte no Brasil ainda é significativamente afetada por questões relacionadas à infraestrutura e investimentos. Não por acaso, os custos logísticos no Brasil para o ano de 2023 foi equivalente a 15,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (Maciel, 2024).

No Brasil, uma variedade de mercadorias circula diariamente, alcançando números recordes após a pandemia, especialmente com o crescimento do e-commerce. Apesar do setor estar em expansão, diversos desafios comprometem a eficiência total do segmento (CARGON, 2024), alguns deles diretamente ligados aos custos associados às opções viáveis de transporte de carga no país. Nesse contexto, uma parcela considerável dos custos logísticos está relacionada à escolha do modal de transporte, ao tipo de combustível utilizado, às especificidades da carga e aos fretes que influenciam o transporte de mercadorias (TOTVS, 2023).

Levando em consideração esses fatores, fica claro que é necessário adotar estratégias que permitam escolher de forma eficiente a melhor maneira de entregar uma mercadoria., uma vez que o transporte se trata de uma das mais importantes decisões a serem tomadas quando se pensa em atender o cliente no melhor nível (Fernandes; Corrêa, 2021). Essa tarefa nem sempre é de baixo custo, especialmente quando se considera o tipo de carga a ser transportada ou o valor do frete a ser pago. Além disso, contratar empresas especializadas para realizar o transporte nem sempre é viável, o que torna essencial obter informações que possibilitem um bom planejamento, principalmente no contexto de trabalho autônomo ou de pequenos transportadores.

Diante desse cenário, a proposta do modelo de negócios visa oferecer uma solução que permita a diferentes profissionais acessar informações logísticas por meio de um aplicativo, o MapaLog. Este aplicativo será focado em fornecer dados que possibilitem um planejamento prévio e eficaz, ajudando a escolher o melhor modal e o frete mais adequado, buscando facilitar a tomada de decisões informadas e reduzir custos operacionais, promovendo eficiência e competitividade para autônomos e pequenos transportadores.

1.2 Solução Potencial

O aplicativo "MapaLog" oferece uma solução especializada ajudando na decisão sobre qual opção de modal é mais viável para se utilizar por peso. Os usuários podem acessar funcionalidades como cadastro de empresas, cálculo de fretes, além de incluir comparação de preços em tempo real e recomendações personalizadas baseadas no tipo de carga e nas necessidades específicas do usuário. O objetivo é proporcionar uma experiência intuitiva e eficaz para profissionais da área de logística e transporte, contribuindo para a otimização de processos e o aumento da eficiência operacional.

1.3 Valor para o cliente

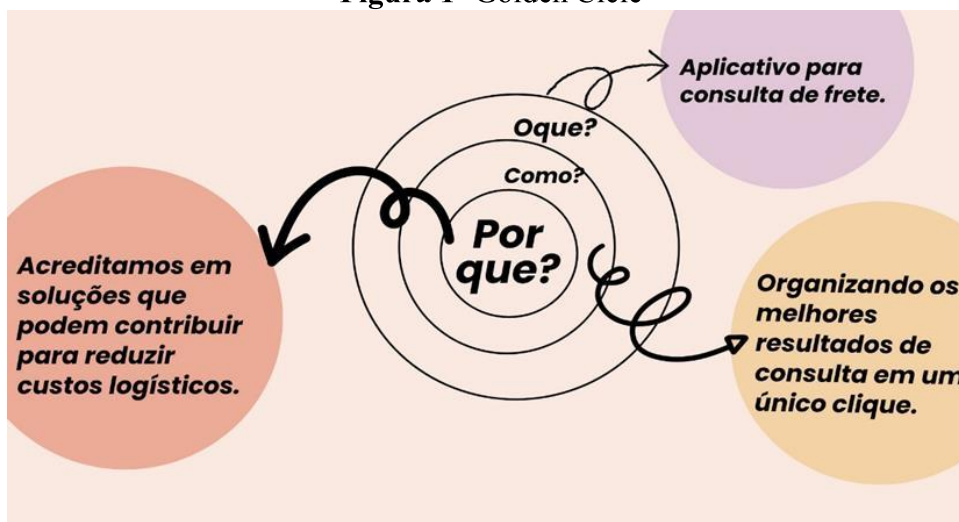
Ao adotar o aplicativo "MapaLog", pequenas empresas e profissionais envolvidos na logística obtêm uma série de benefícios que otimizam suas operações e reduzem custos. O "Mapa Log" forma parcerias estratégicas com pequenas empresas de transporte, fornecedores de serviços logísticos e vendedores, garantindo vantagens exclusivas para seus usuários. Com o acesso do aplicativo em dispositivos móveis ou computadores, os usuários podem imediatamente aproveitar suas funcionalidades intuitivas e eficientes. Basta ter acesso à internet para utilizar as ferramentas disponíveis, tornando o processo simples e acessível a qualquer hora e lugar.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

O aplicativo "MapaLog" se destaca por sua abordagem focada no planejamento eficaz da logística de entrega, visando a otimização de processos e a integração de múltiplas funcionalidades em uma única ferramenta. Isso proporciona uma experiência completa e simplificada para os profissionais da área logística, especialmente para aqueles que não dispõem de recursos financeiros para contratar grandes transportadoras. Embora não seja uma ferramenta inovadora em si, o aplicativo "MapaLog" busca oferecer funcionalidades adicionais que nem sempre estão presentes nas soluções existentes no mercado. Com isso, pretende criar experiências que possam levar a futuras adaptações e melhorias, alinhando-se continuamente às necessidades dos clientes.

Dessa forma, apresenta-se a ideia e o valor proposto, conforme a Figura 1.

Figura 1- Golden Cicle



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

1.5 Time de projetos

No quadro 1, apresenta-se o time do projeto, bem como suas habilidades e competências para o desenvolvimento da proposta.

Quadro 1 – Time do projeto

Integrante	Habilidades/Competências
Ana Laura Sena Da Silva	1.Boa comunicação; 2. Habilidade em escrita 3.Conhecimento em gestão de projetos.
Evelyn Teixeira Do Nascimento	1.Facilidade com escrita; 2.Boa comunicação; 3. Experiência em atendimento ao cliente
Gabrielle Ribeiro Lamin	1.Facilidade com <i>design</i> ; 2.Boa comunicação; 3. Conhecimento em logística
Karine Sparapan Da Silva	1. Marketing digital, com foco em usabilidade para o público-alvo 2 Experiência em design de interfaces 3.Boa comunicação.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

Nas seções que se seguem, serão apresentadas a modelagem de negócios, bem como o mercado competidor e o protótipo da proposta.

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

2.1 Identidade da Empresa

A identidade da empresa é um aspecto crucial para definir como ela deseja ser percebida pelos clientes. Neste contexto, é fundamental apresentar elementos essenciais e visuais que reflitam claramente seus objetivos e valores. Isso contribui para a criação de uma imagem coesa e confiável, fortalecendo a comunicação com o público-alvo. Uma identidade bem definida inclui um logotipo marcante, uma paleta de cores consistente, uma tipografia adequada e uma mensagem clara que ressoe com os princípios da empresa (ROCKCONTENT, 2016).

Escolher o nome "Mapalog" para um aplicativo de modais e fretes é estratégico por várias razões. Primeiro, "Map" sugere geolocalização e rotas, enquanto "Log" indica logística, comunicando diretamente a funcionalidade do aplicativo. Além disso, o nome é curto, fácil de lembrar e pronunciar, o que facilita sua memorização. A combinação desses dois conceitos une mapeamento (rotas) e logística (transporte e armazenamento), refletindo os principais aspectos do serviço.

O logotipo da MapaLog apresenta um caminhão em movimento, simbolizando a eficiência e a dinâmica do serviço de logística oferecido pelo aplicativo. As cores escolhidas para o logotipo são o vermelho e o preto. O vermelho transmite energia, urgência e dinamismo a eficiente do serviço de logística oferecido pela MapaLog. O preto adiciona um toque de sofisticação e profissionalismo, ressaltando a confiabilidade e seriedade da empresa.

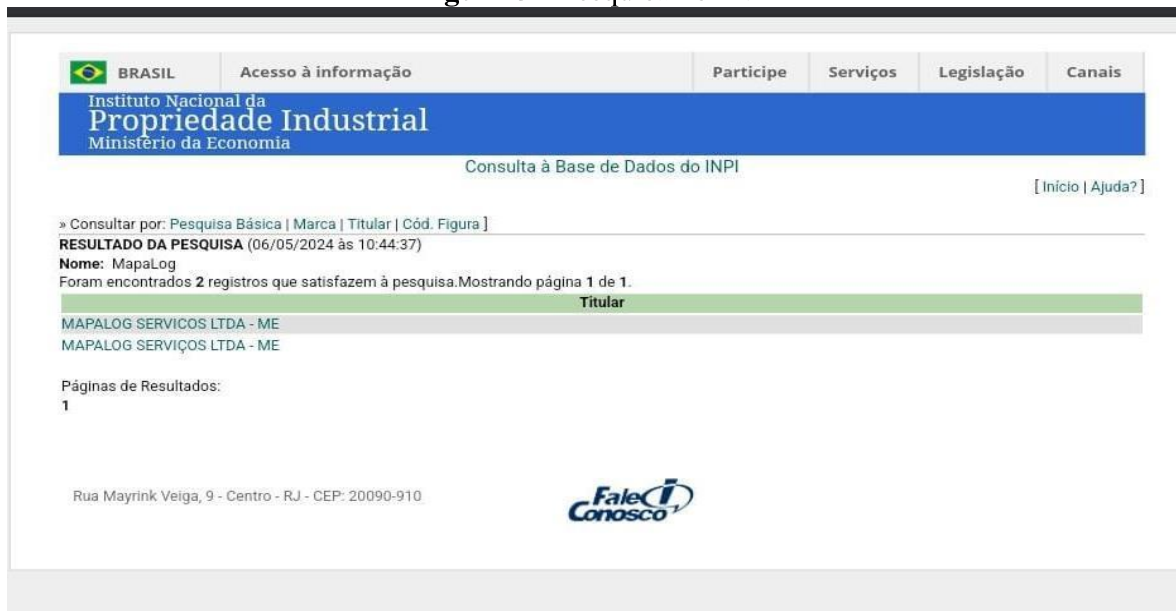
Figura 2- Logotipo



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Para a confirmação do nome escolhido, foi realizada uma pesquisa no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), com o intuito de verificar se o nome já estava sendo utilizado por outra empresa.

Figura 3 - Pesquisa no INPI



Fonte: INPI (2024)

Com a pesquisa foi possível verificar que o nome “MapaLog” é um nome já usado, porém em outro segmento, dessa forma, mantem-se a proposta inicial.

Em relação ao domínio, foi realizada uma pesquisa no aplicativo “Godaddy.com” com a finalidade de verificar possibilidades de uso de domínios utilizando o nome proposto, conforme demonstra a Figura 4.

Figura 4 – Registro de domínio



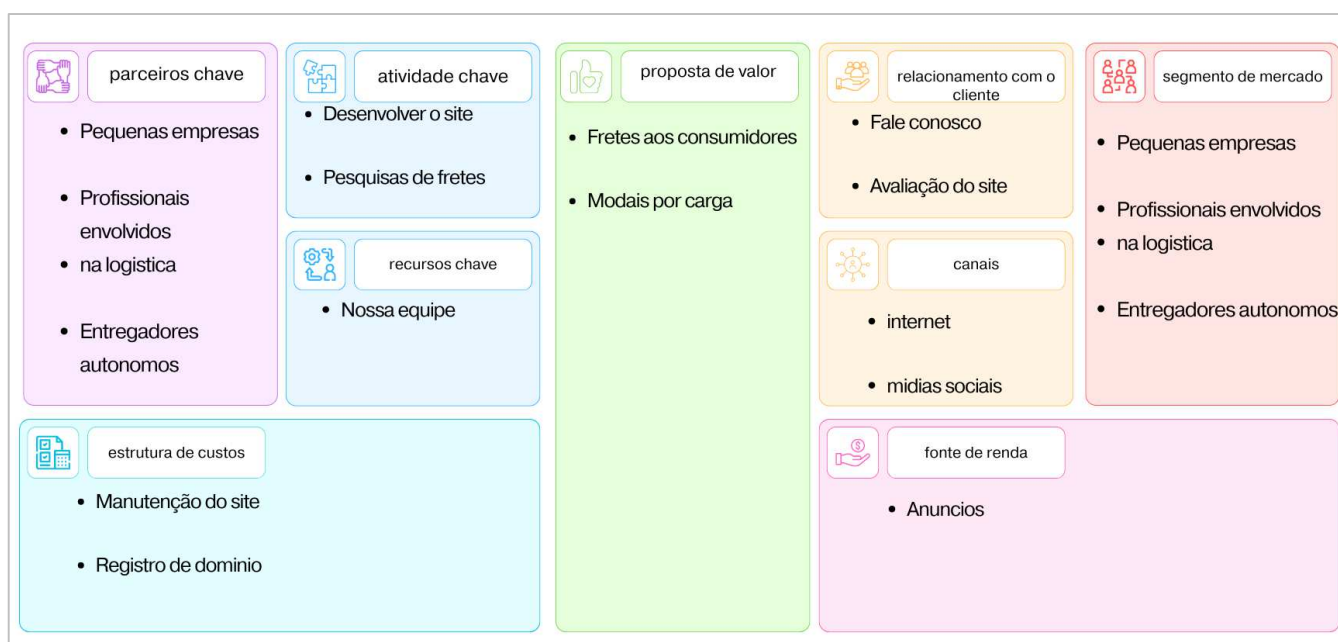
Fonte: Godaddy.com (2024)

De acordo com o resultado da pesquisa, foi possível optar por um domínio que mantém o nome do projeto, sendo de fácil memorização. Em geral, o registro de um domínio tem seu custo de acordo com a contratação dos serviços, em função de tempo de uso.

2.2 Canvas do modelo do negócio

A Figura 5 representa o Business Model Canvas do modelo de negócios, que é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócios novos ou existentes (CANVA, 2012). Assim, para evidenciar a proposta de moldagem, apresenta-se o Canvas dos negócios.

Figura 5- Canvas do Modelo de Negócio



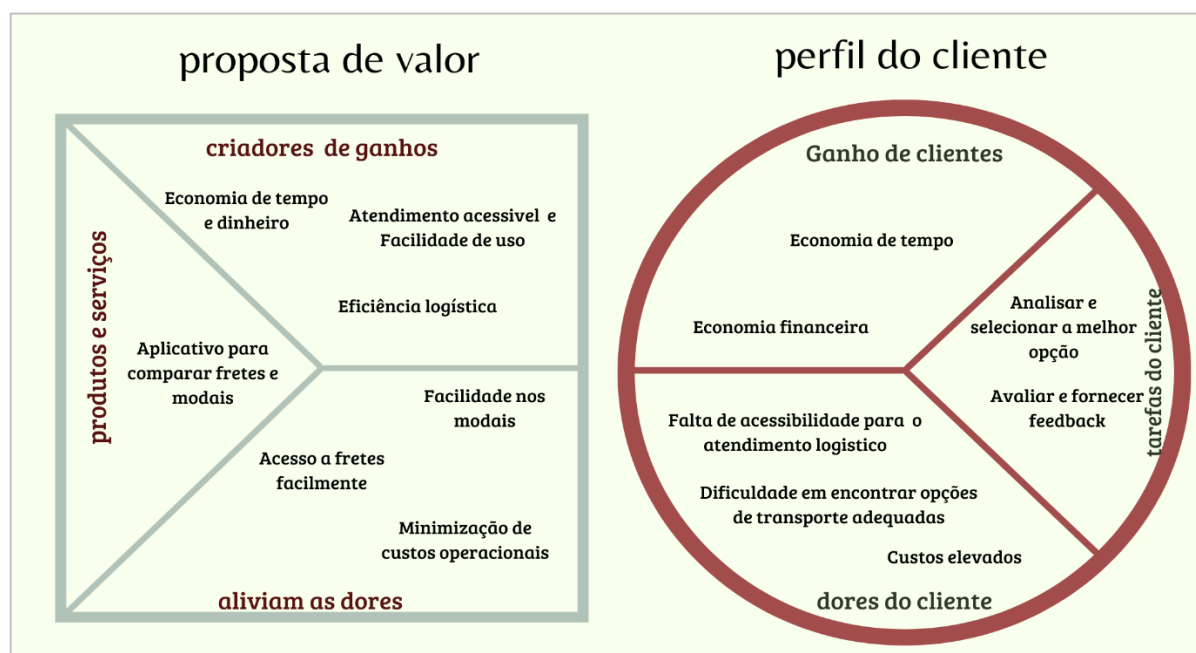
Fonte: Canva(2024)

Conforme mostra a Figura 5, a proposta do Canvas permitiu que a ideia de negócio fosse descrita em nove quadrantes, o que permitiu mostrar a proposta de valor oferecida e a quem se destina (como o cliente compra e como recebe o produto), como a empresa se relaciona com o cliente, as atividades e recursos necessários para implementá-la, bem como os parceiros listados, estrutura de custos e fontes de receita. Com o auxílio da ferramenta é possível obter uma análise e visualização abrangente do negócio, permitindo que seja corrigido caso necessário

2.3 Design da proposta de valor

O design da proposta de valor é uma ferramenta que tem por finalidade ajudar a criar e posicionar produtos ou serviços em torno do que o cliente precisa e que ajuda a encontrar a solução, Produto-mercado de forma estruturada. Assim a Figura 6 mostra o design da proposta de valor do modelo do negócio proposto.

Figura 6- Canvas da Proposta de Valor



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

2.4 Formalização do Negócio

Para a validação do negócio, apresenta-se, abaixo, alguns dos principais dados para a formalização dos negócios.

Quadro 2- Dados da empresa, enquadramento tributário e forma jurídica

Razão Social:	MapaLog Ltda
Nome Fantasia:	MapaLog
Ramo de Atividade:	Prestação de serviços
Aplicativo:	Mapa Log
Endereço	. Antártica, 850 - Jardim Vitoria, Marília - SP, 17520-130
Prédio Próprio/Alugado	Alugado
Enquadramento Tributário:	Simples Nacional
CNAE:	
Forma Jurídica:	Sociedade por cotas limitadas

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 3 –Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
Ana Laura Sena Da Silva	25%	R\$ 20.000,00
Evelyn Nascimento Teixeira	25%	R\$ 20.000,00
Gabrielle Ribeiro Lamin	25%	R\$ 20.000,00
Karine Sparapan Da Silva	25%	R\$ 20.000,00
Total	100	R\$ 80.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores

Registros Necessários

Âmbito Municipal	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Estadual	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.
Âmbito Federal	Registro na junta comercial. Alvará de localização e funcionamento. Inscrição municipal. CNPJ. Licença ambiental. Licença sanitária. Vistoria de cumprimento de normas de segurança.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

O nome inicialmente escolhido, “ShipLog”, foi substituído por “MapaLog”. A pivotagem foi necessária pois a primeira opção já estava sendo usada no mesmo segmento, portanto ele foi alterado.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O Mapalog é um aplicativo gratuito desenvolvido para fornecer opções de fretes para pequenas empresas e oferecer informações sobre os melhores modais de transporte para diferentes tipos de cargas. Disponível para dispositivos Android e iOS, o aplicativo tem como objetivo facilitar a gestão de transporte para empresas de pequeno porte, conectando-as com as melhores opções de fretes e modais disponíveis no mercado.

Quadro 5- Escopo do Projeto

Serviços	Objetivo	Escopo do produto
Opções de Fretes	Facilitar a gestão de transporte	Listagem de uma ampla variedade de opções de fretes disponíveis para atender às necessidades específicas de empresas de pequeno porte.
Informações sobre Melhores Modais	Informar sobre melhores modais	Fornecer descrições abrangentes e detalhadas dos diferentes modais de transporte, destacando as vantagens e desvantagens de cada opção.
Interface Intuitiva e de Fácil Navegação	Facilitar a navegação dos usuários no aplicativo	Criar uma interface de usuário intuitiva, com design limpo e organizado, que permita uma experiência de navegação agradável e sem complicações.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na próxima seção, se dará a continuidade na apresentação do produto, apresentando a proposta de protótipo e validação dos aspectos visuais do mesmo.

3.2 MVP

3.2.1 Apresentação

O aplicativo do projeto Mapa Log foi desenvolvido com uma combinação das cores preta, branco e vermelho. O preto foi escolhido por ser uma cor clássica e transmite uma sensação de segurança e confiança. Em um ambiente de negócios, como o que o Mapa Log oferece, o preto pode criar uma base forte, permitindo que os usuários se sintam mais seguros ao navegar. Ele também traz um ar de sofisticação, o que pode ser encorajador para quem está buscando soluções logísticas.

Já o branco é sinônimo de simplicidade e clareza. Quando você abre o aplicativo e vê uma interface limpa e bem organizada, isso ajuda a focar no que realmente importa, sem distrações. O branco cria um espaço que torna a navegação mais agradável e acessível, ideal para microempreendedores que precisam de rapidez e eficiência.

E o vermelho é uma cor vibrante e cheia de energia! chama a atenção e pode ser usado para destacar informações importantes, como alertas ou botões que você precisa pressionar. Ele transmite paixão e motivação, o que é perfeito para empreendedores que estão sempre buscando crescer e melhorar. Quando essas três cores se juntam, elas criam uma experiência visual que é não apenas atraente, mas também funcional. O Mapa Log se torna um ambiente onde os usuários se sentem à vontade para explorar, aprender e encontrar as soluções que precisam para seus negócios. É uma paleta que reflete a determinação e a confiança que todos desejam ter em sua jornada empreendedora!

A Figura 7 apresenta a tela inicial do aplicativo, mostrando ao usuário o logotipo do aplicativo e o nome de forma intuitiva e a opção de se cadastrar.

Figura 7- Tela inicial



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 8, o usuário tem o acesso à área de cadastro para continuar para a área de serviços futuramente

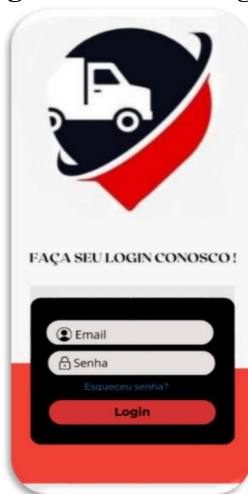
Figura 8-Área de cadastro



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 9 A tela apresenta a opção para *login* para caso já esteja cadastrado.

Figura 9-Area de *login*



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 10 mostra a área de serviços com quatro opções principais de tipos de carga: Carga Geral, Carga a Granel, Carga Refrigerada e Carga Frágil. Essas opções facilitam a escolha do tipo de serviço que o usuário deseja contratar. Na parte inferior, há um botão vermelho destacado com a opção Modais, para caso o usuário não queira contratar um serviço de frete e sim saber um pouco mais sobre qual modal escolher e na parte superior tem um botão sobre nós para caso ele se interesse em saber mais sobre a empresa.

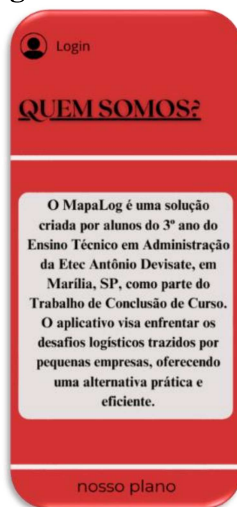
Figura 10- Área de serviços



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 11 está a parte sobre nós informando para os clientes sobre o projeto e o aplicativo. E na parte inferior tem a opção de ver nosso plano mensal para caso queira assinar e ter benefícios.

Figura 11- Sobre nós



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 12 está contida informações sobre o plano mensal que mostra melhores fretes e benefícios.

Figura 12- Plano mensal



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 13 esta amostra a área de serviços de rotas mais a fundo, mostrando os valores de uma carga geral de Florianópolis para São Paulo assim dando a opção do usuário escolher a melhor empresa para levar sua carga

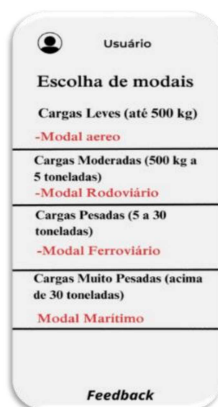
Figura 13-Área de serviços de rota



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Na Figura 14, estão apresentados os tipos de modais por cargas para que pequenos empresários tenha uma noção sobre isso.

Figura 14-Área de modais



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A Figura 15 mostra a área de feedback para que nossos clientes tenham como avaliar o aplicativo.

Figura 15-Area de feedback



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

3.2.2 Processo de Validação

Para validar a proposta, foi elaborada uma pesquisa do qual objetivou-se verificar a percepção de possíveis usuários em relação ao protótipo, considerando o layout, cores, nome e formatação. A pesquisa foi respondida por 21 pessoas, via formulário Google, no período de 6 dias. Os resultados obtidos estão organizados nos gráficos e quadros abaixo.

Na Questão 1, os participantes foram questionados sobre a adequação do logotipo em relação ao propósito e identidade do projeto. As respostas estão contidas no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Percepção quanto à Identidade da logo e seu propósito

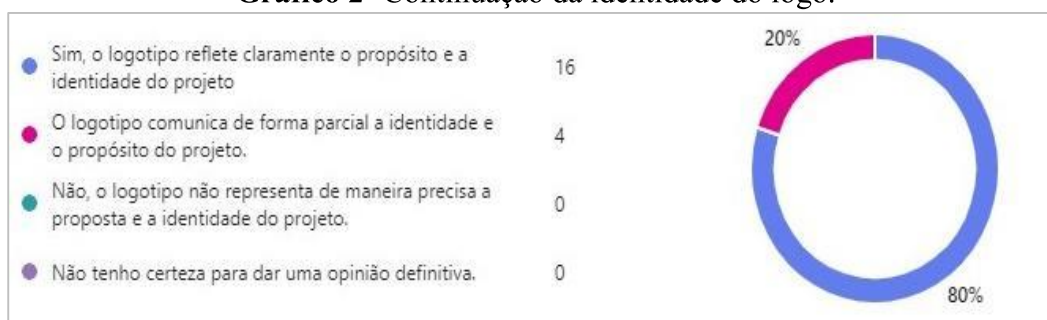


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Considerando os resultados obtidos no Gráfico 1, observa-se que 85% dos sujeitos afirmam que a logo transmite a ideia do protótipo, enquanto 15% afirmam que a logo transmite parcialmente a identidade do projeto. Pode-se assim considerar que a maioria dos sujeitos reconhecem a logo como aderente à proposta, que será mantida conforme a ideia inicial.

Na Questão número 2, os respondentes foram submetidos a uma pergunta referente a identidade da logo e seus elementos visuais previamente utilizados. As respostas estão contidas no Gráfico 2.

Gráfico 2- Continuação da identidade do logo.

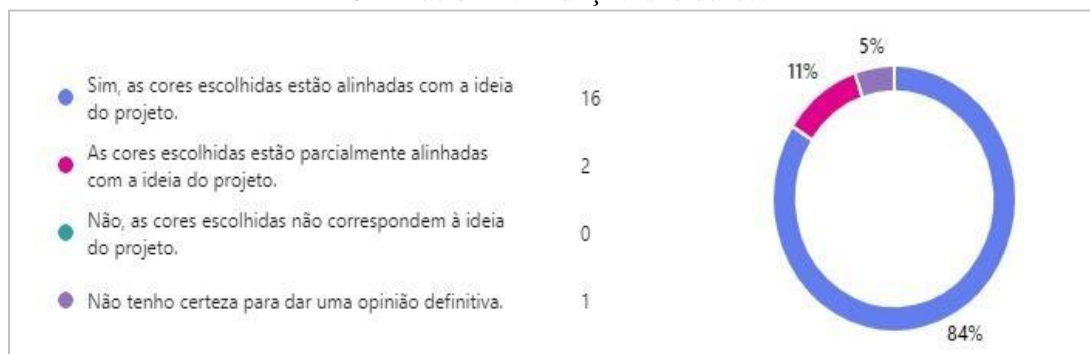


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No Gráfico 2, observa-se que resultado obtido sobre uma pergunta referente aos elementos na logo tiveram a aprovação de 80% dos sujeitos, enquanto 20% afirmam que a logo transmite parcialmente a identidade do projeto. Verificou-se, portanto, que os elementos e cores presentes na logo estão de acordo com o protótipo dos elementos visuais presentes projeto.

Na Questão número três da pesquisa, os participantes foram subordinados a responderem se as cores presentes nas plataformas do projeto estão em conformidade com o propósito. A respostas estão contidos no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Validação das cores.

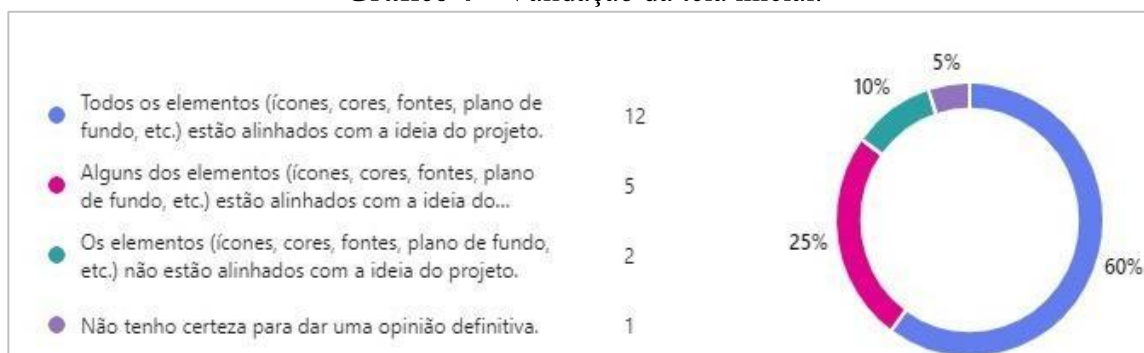


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Notou-se nos dados contidos no Gráfico 3, que 84% das pessoas afirmaram que as cores do design da plataforma estão em conformidade, 11% dos votantes afirmaram que as cores parcialmente estão alinhadas ao projeto, enquanto 5% afirmam que não possuem uma opinião definitiva. Dessa forma, considera-se que as cores estão alinhadas à proposta.

Na próxima etapa da pesquisa, perguntamos aos sujeitos em relação ao design visual da tela inicial (ícones, cores, fonte das letras, plano de fundo etc.). As respostas estão contidas no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Validação da tela inicial.

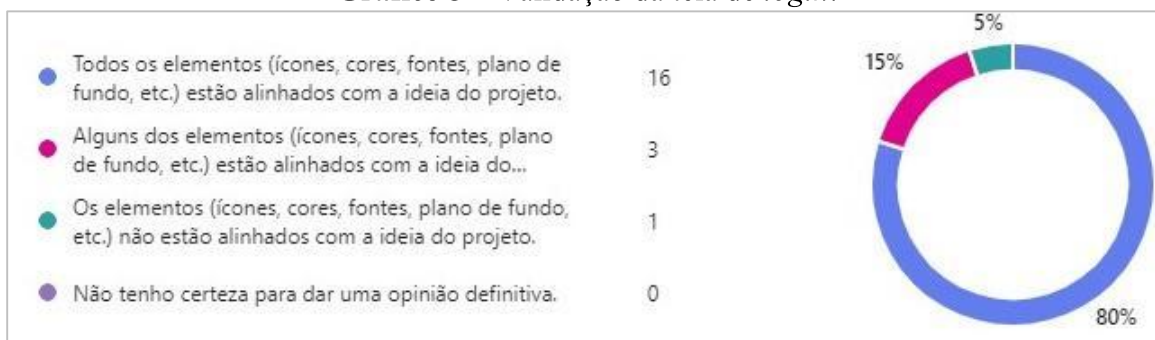


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Foi constatado, no gráfico 4, que 60% das pessoas concordam que os itens gráficos estão alinhados com a identidade do projeto, 25% disseram estar parcialmente, 10% disseram que não estar alinhado a proposta e 5% apontaram não ter certeza. Nesse caso, considera-se que a maior parte dos respondentes se posicionaram positivamente para a proposta.

Na questão número 5, os participantes foram subordinados a analisarem o design visual da tela de cadastro (ícones, cores, fonte das letras, plano de fundo etc.). A respostas estão contidas no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Validação da tela de *login*.

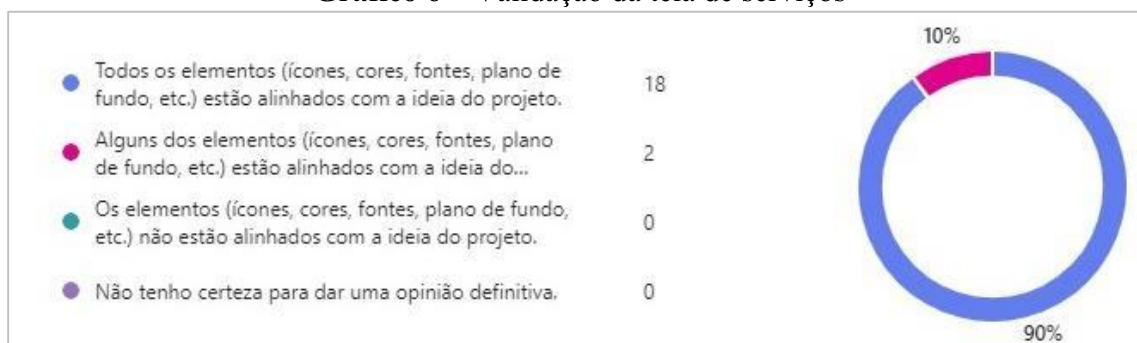


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No gráfico 5, observa-se que resultado obtido sobre a tela de *login* foi de 80% concordou que todos estão alinhados, 15% concordou parcialmente e 5% apontou que não estão alinhados. Considera-se, portanto, que a maior parte dos respondentes se posicionaram positivamente para a proposta.

Na última questão da pesquisa perguntamos sobre o design visual da tela de serviços (ícones, cores, fonte das letras, plano de fundo etc.). A respostas estão contidas no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Validação da tela de serviços



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A pesquisa revelou que 90% dos participantes consideraram que as telas de serviços da plataforma estão bem alinhadas, enquanto 10% dos entrevistados acharam que estão alinhadas parcialmente. Considera-se, portanto, que a maior parte dos respondentes se posicionaram positivamente para a proposta.

3.3 Pivotagem do Produto

Após avaliar a validação do aplicativo, constatou-se que o projeto alcançou resultados satisfatórios, atraindo o interesse de potenciais usuários e assinantes. As respostas foram favoráveis e bastante significativas. Assim, com base nos resultados obtidos, o grupo decidiu manter a ideia original.

Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

Em 2022, o setor logístico no Brasil experimentou um crescimento significativo, com um aumento de 12% na demanda por serviços de frete e modais, conforme dados recentes da CNT (Confederação Nacional do Transporte). Esse crescimento reflete uma expansão contínua no mercado, onde microempreendedores e pequenas empresas buscam soluções logísticas eficientes para apoiar suas operações e expandir seus negócios. O Brasil, com sua vasta extensão territorial e complexidade logística, abriga um mercado diversificado que demanda serviços ágeis e personalizados. A logística desempenha um papel crucial para pequenas e médias empresas, que frequentemente enfrentam desafios em termos de custo e eficiência na gestão de suas cadeias de suprimento.

Em resposta a essa demanda crescente, o Mapa Log surge como uma solução inovadora e essencial para microempreendedores. Lançado em 2023, o Mapa Log é uma plataforma que oferece serviços logísticos integrados, incluindo fretes e modais, especialmente projetados para atender às necessidades de pequenos negócios. A plataforma proporciona uma experiência simplificada e acessível, permitindo que microempreendedores acessem uma variedade de serviços logísticos de forma intuitiva e direta. O Mapa Log combina opções logísticas em um único aplicativo, oferecendo transporte de cargas, rastreamento de entregas e soluções modais, tudo isso com ferramentas que otimizam o gerenciamento de fretes e reduzem custos.

A proposta de valor do Mapa Log se destaca ao integrar múltiplos serviços logísticos em uma plataforma que se adapta às necessidades específicas de microempreendedores. O crescimento do uso de dispositivos móveis e computadores para gerenciar operações de transporte reforça a importância de uma solução digital eficiente. O Mapa Log diferencia-se dos concorrentes ao oferecer uma interface amigável e uma gama de funções que atendem a todas as necessidades logísticas em um único local, simplificando o processo de contratação de serviços e oferecendo suporte e recursos essenciais para que pequenos negócios prosperem no mercado competitivo.

4.2 Pesquisa de Campo

Para validar o projeto, foi conduzida uma pesquisa de campo utilizando um formulário do Google, com o objetivo de obter a opinião do público sobre a ideia do projeto "Mapa Log". A pesquisa considerou fatores como logotipo, ícones, cores, fonte das letras, plano de fundo etc. Para apoiar a validação da proposta, o Quadro 7 apresenta os dados sobre

Quadro 7 - Amostra e Universo

Objetivos:	Avaliar a receptividade e a acessibilidade ao serviço
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Alunos da etec descentralizada
Tamanho do Universo:	5.000 pessoas
Tamanho da Amostra:	25 pessoas
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	90%

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

Para validação do projeto foi realizado um questionário com intuito de verificar a opinião do público-alvo referente à eficiência do serviço. A pesquisa foi respondida por 25 pessoas no período de 3 semanas. Abaixo, segue o modelo de questionário aplicado:

Seção 1: Perfil do Respondente

1. **Qual é o seu cargo/função na empresa?**
 - ☐ Dono/Proprietário
 - ☐ Gerente de Logística
 - ☐ Assistente de Logística
 - ☐ Outro: _____
2. **Em qual setor sua empresa atua?**
 - ☐ Varejo
 - ☐ Comércio eletrônico
 - ☐ Indústria
 - ☐ Transporte e Logística
 - ☐ Outro: _____
3. **Quantas entregas ou fretes sua empresa realiza por mês?**
 - ☐ 1-10
 - ☐ 11-50
 - ☐ 51-200
 - ☐ Mais de 200

Seção 2: Gerenciamento de Fretes

6. **Atualmente, como sua empresa (ou a qual trabalha) calcula os custos de frete?**
 - ☐ Manualmente
 - ☐ Usando software específico
 - ☐ Calculadora online
 - ☐ Outro: _____
7. **Qual o principal desafio que você enfrenta no gerenciamento de fretes?**
 - ☐ Alta variação nos preços
 - ☐ Complexidade em calcular fretes com diferentes transportadoras
 - ☐ Falta de previsibilidade nos prazos de entrega
 - ☐ Dificuldade em monitorar entregas em tempo real
 - ☐ Comunicação com transportadoras
 - ☐ Outro: _____

Você costuma utilizar transportadoras terceirizadas e comparar preços antes de fechar o frete? O custo do frete impacta diretamente a decisão de compra dos seus clientes?

- ☐ Sempre comparo preços e o custo impacta na decisão de compra
- ☐ Às vezes comparo preços e o custo impacta na decisão de compra
- ☐ Raramente comparo preços, mas o custo impacta na decisão de compra

- Não comparo preços e o custo não impacta na decisão de compra

Seção 3: Interesse em uma Solução de Cálculo de Fretes

Você já utilizou, conhece ou utiliza algum aplicativo para calcular ou gerenciar fretes?

- Já utilizei e utilizo regularmente
- Já utilizei, mas não utilizo mais
- Conheço, mas nunca utilizei
- Não conheço

11. Você acha que um aplicativo que calcule automaticamente os valores de frete, considerando diferentes transportadoras e fatores como peso e distância, facilitaria seu trabalho?

- Sim, facilitaria muito
- Não sei dizer, pois não conheço ou utilizo algum
- Não facilitaria

12. Qual funcionalidade você considera mais importante em um aplicativo de cálculo de fretes?

- Comparação de preços entre transportadoras
- Estimativa de prazo de entrega
- Rastreamento de entregas
- Relatórios de custos de frete por período
- Integração com sistemas de vendas/ERP
- Cálculo automático baseado em peso e distância
- Outro: _____

13. Você estaria disposto a pagar por um aplicativo que otimizasse o cálculo e a gestão de fretes?

- Sim
- Não
- Dependeria do custo

14. Quais fatores influenciariam sua decisão de usar um aplicativo de cálculo de fretes?

- Custo do aplicativo
- Facilidade de uso
- Suporte a diversas transportadoras
- Funcionalidades adicionais (ex.: relatórios, rastreamento)
- Integração com sistemas existentes
- Outro: _____

Seção 4: Comentários Finais

15. Avalie nosso projeto

4.2.2 Análise de Dados

Considerado a aplicação da pesquisa, apresenta-se nos Gráficos de 7 a 17 e a figura 12, os resultados da pesquisa de campo, bem como a análise dos resultados, de modo que se possa compreender a visão dos sujeitos quanto a proposta apresentada, como se segue a abaixo.

Na primeira e segunda questões foram direcionadas para identificar qual o cargo ou função na empresa exerce na empresa, bem como o setor em que atua. Os resultados estão contidos nos Gráficos 7 e 8.

Gráfico 7- Cargo/função na empresa



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Gráfico 8- Setor de atuação

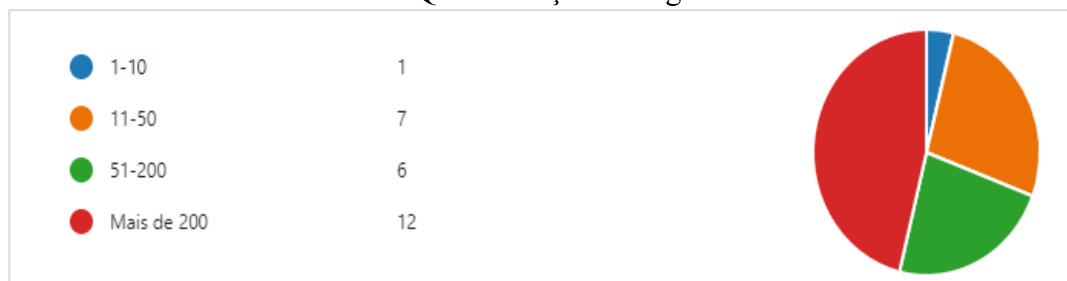


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Como resultados obtidos no Gráfico 7, observa-se que a maioria dos respondentes (48%) ocupa o cargo de gerente logístico, enquanto 32% são assistentes logísticos e apenas 20% são donos ou proprietários. Esses dados nos permitem entender melhor as ocupações de nossos clientes. Já nos dados contidos no Gráfico 8, cerca de 42% dos respondentes atuam em indústrias, 25% estão envolvidos com comércio eletrônico, 21% trabalham com transporte logístico e apenas 13% atuam no varejo. Isso indica que a maioria dos nossos clientes está ligada ao setor industrial.

Na Questão 3, buscamos entender quantas entregas ou fretes as empresas realizam por mês. As respostas a essa pergunta estão apresentadas no Gráfico 9.

Gráfico 9- Quantificação entrega/frete mês



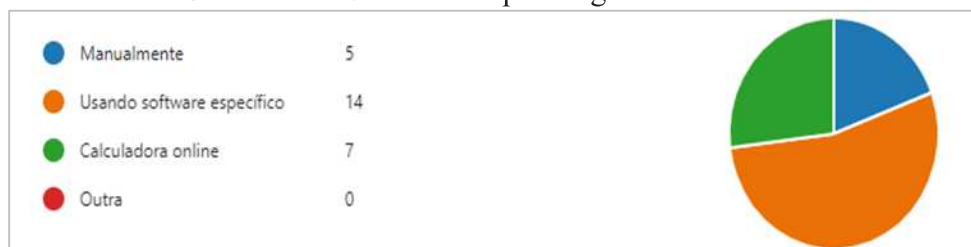
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No Gráfico 9, observamos que 46% dos participantes realizam mais de 200 entregas ou fretes por mês. Em seguida, 27% fazem entre 11 e 50 entregas, enquanto 23% realizam entre 51

e 200. Apenas 4% informaram que fazem entre 1 e 10 entregas por mês. Com isso conseguimos saber que a maioria dos nossos clientes fazem entregas por mês

Na Questão 4, foi questionado como as empresas (ou as que os participantes trabalham) calculam os custos de frete. As respostas a essa pergunta estão apresentadas no Gráfico 10.

Gráfico 10- Como as empresas gerenciam o frete

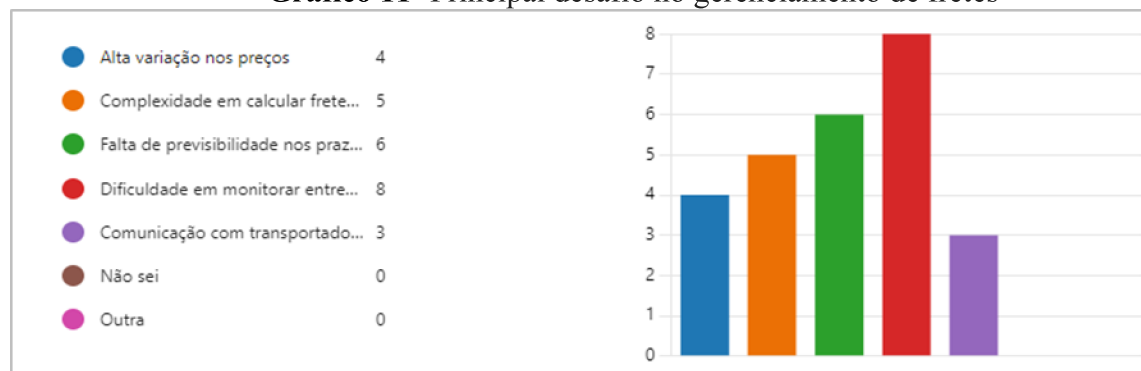


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Os resultados apresentados no Gráfico 10 indicam que 54% dos respondentes utilizam um software específico para cálculo de fretes, enquanto 27% recorrem a uma calculadora online e 19% fazem os cálculos manualmente. Isso mostra que a maioria dos nossos clientes já está familiarizada com as ferramentas disponíveis para calcular custos de frete.

Quanto à Questão 5, que abordou os principais desafios enfrentados no gerenciamento de fretes, as respostas estão detalhadas no Gráfico 11.

Gráfico 11- Principal desafio no gerenciamento de fretes

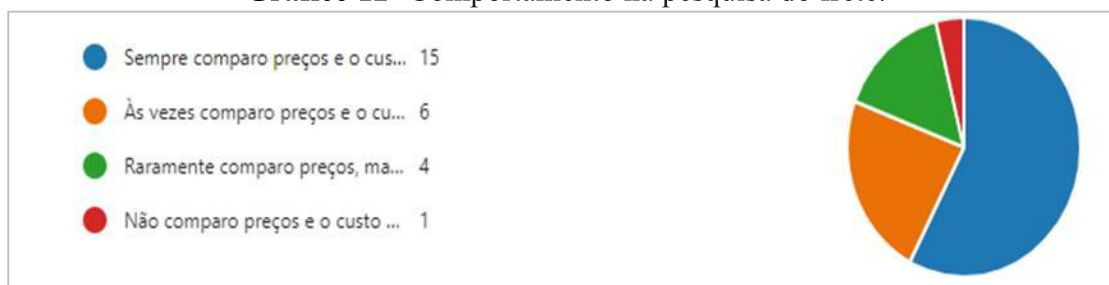


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No Gráfico 11, observamos que a maior parte dos participantes (8 pessoas) identificou a dificuldade em monitorar entregas em tempo real como seu principal desafio atualmente. Em seguida, 6 pessoas apontaram a falta de previsibilidade nos prazos de entrega, enquanto 5 mencionaram a complexidade de calcular fretes com diferentes transportadoras. Além disso, 4 pessoas destacaram a alta variação dos preços, e apenas 3 responderam que a comunicação com as transportadoras é um desafio.

Na Questão 6, foi questionado se os participantes costumam utilizar transportadoras terceirizadas e comparar preços antes de fechar o frete, bem como se o custo do frete impacta diretamente a decisão de compra dos clientes. As respostas a essa pergunta estão apresentadas no Gráfico 12.

Gráfico 12- Comportamento na pesquisa do frete.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No Gráfico 12 é possível observar que a maior parte do público (58%) sempre compara preços e o custo impacta na decisão de compra.

A Questão 7 buscou responder se, caso você já utilizou, conhece ou utiliza algum aplicativo para calcular ou gerenciar fretes? As respostas estão contidas no Gráfico 13.

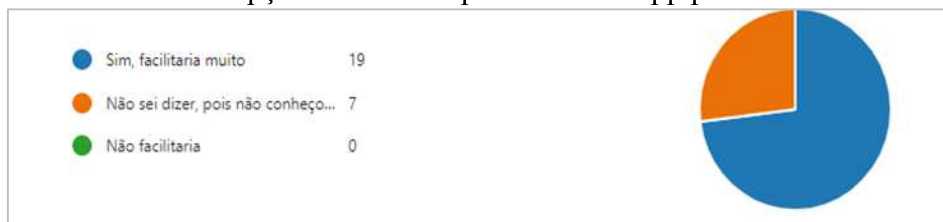
Gráfico 13- Conhecimentos sobre aplicativos para calcular ou gerenciar fretes



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Os resultados da Questão 7 mostra que 69% dos participantes já tiveram contato com aplicativos para cálculo ou gerenciamento de fretes, sendo que 38% utilizam regularmente e 31% usaram no passado. Apenas 31% dos respondentes nunca usaram ou não conhecem esses aplicativos. Isso indica que há um bom nível de conhecimento sobre essas ferramentas. A Questão 8 investigou se os participantes acreditam que um aplicativo que calcule automaticamente os valores de frete, levando em consideração diferentes transportadoras e fatores como peso e distância, facilitaria seu trabalho. Respostas no Gráfico 14.

Gráfico 14- Percepções sobre a importância do App para cálculo de frete

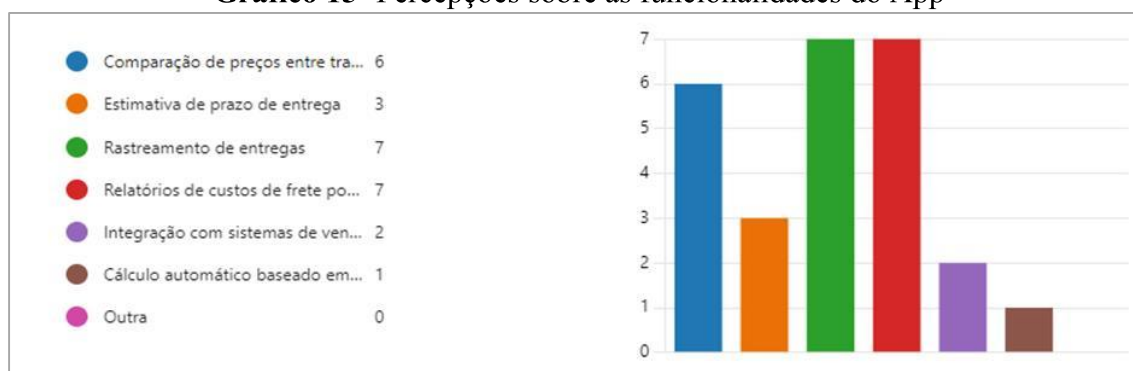


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

No Gráfico 14 é possível observar que 73% dos participantes acreditam que um app para calcular frete facilitaria o trabalho, enquanto 27% não souberam opinar.

Na Questão 9 foi questionado qual funcionalidade você considera mais importante em um aplicativo de cálculo de fretes. As respostas a essa pergunta estão apresentadas no Gráfico 15.

Gráfico 15- Percepções sobre as funcionalidades do App

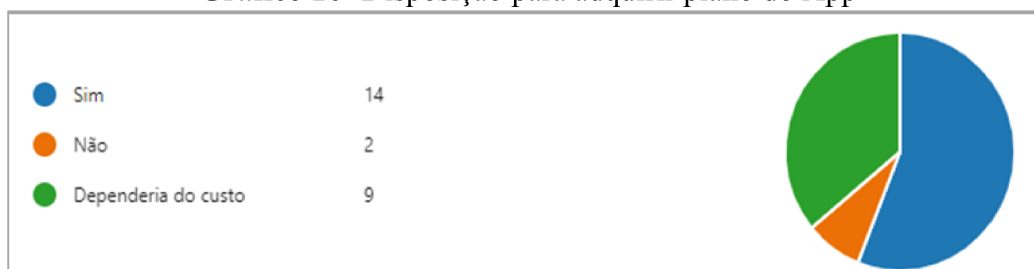


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Como resultado a essa pergunta, observamos que as funcionalidades mais valorizadas para um aplicativo de cálculo de fretes são rastreamento de entregas e relatórios de custos, ambos com 7 votos cada. Em seguida, a comparação de preços entre transportadoras recebeu 6 votos, enquanto a estimativa de prazo de entrega foi mencionada por 3 participantes. Integração com sistemas de vendas teve 2 votos e cálculo automático com base em variáveis recebeu apenas 1 voto. Isso mostra que os usuários priorizam principalmente rastreamento e relatórios, com menos foco em funcionalidades automáticas ou integração.

A Questão 10 buscou responder se nosso público estaria disposto a pagar por um aplicativo que otimizasse o cálculo e a gestão de fretes as respostas estão contidas no Gráfico 16.

Gráfico 16- Disposição para adquirir plano do App

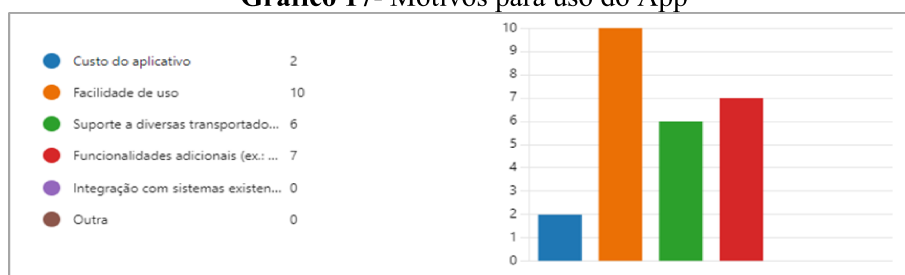


Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A análise dos resultados mostra que 53,8% dos entrevistados estão dispostos a pagar por um aplicativo de gestão de fretes, enquanto 34,6% afirmam que isso dependeria do custo, e apenas 7,7% não pagariam. Isso demonstra uma demanda potencial para o aplicativo, mas sugere que o preço deve ser bem avaliado para atender às expectativas dos clientes.

Na Questão 11 é última, a pesquisa foi direcionada para identificar quais fatores influenciariam sua decisão de usar um aplicativo de cálculo de fretes. As respostas a essa pergunta estão apresentadas no Gráfico 17.

Gráfico 17- Motivos para uso do App



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Os resultados mostram que a facilidade de uso (10 respostas) é o fator mais importante para a escolha de um aplicativo de cálculo de fretes, seguida por funcionalidades adicionais (7) e suporte a diversas transportadoras (6). O custo é um critério menos relevante (2 respostas) e ninguém mencionou a integração com sistemas existentes. Isso indica que o aplicativo deve focar em ser fácil de usar e oferecer recursos que vão além do básico.

Por fim colocamos uma sessão para nossos clientes nos avaliarem o resultado está na Gráfico 18.

Gráfico 18- Avaliação do projeto



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A avaliação média do projeto foi 4,65, indicando uma percepção muito positiva. 73,1% dos respondentes deram a nota máxima (5) e 23,1% deram nota 4, mostrando que a maioria está satisfeita. Apenas 3,8% deram nota 3, sugerindo poucas áreas de melhoria. Nossa pesquisa teve uma amostra não intencional feita para profissionais da logística.

4.3 Competidores

Para todo o tipo de mercado, existem ou existirão competidores, ainda que indiretos. Entrar em um mercado onde não se conhece a concorrência apresenta riscos ao negócio, visto que é essencial entender o que está sendo ofertado e quais são os diferenciais positivos e negativos para que a empresa possa tomar decisões estratégicas. No quadro abaixo, está exposta a análise de Oceano Vermelho e Oceano Azul, incluindo os competidores diretos e indiretos da empresa.

Figura 16 – Análise dos concorrentes

ANÁLISE DO MERCADO - MAR VERMELHO			
Descrição	Concorrente Direto	Concorrente indireto	Análogo
Serviços que oferecem	Quero Frete oferece: encontrar fretes de acordo com o tipo de veículo e a localização.	Waze oferece: ajuda o motorista a encontrar rotas alternativas, para reduzir atrasos e aumentar a eficiência e a produtividade.	
Preços que praticam	O Quero frete e um aplicativo pago na Google play e dentro dele há muitas publicidades	O Waze teve parcerias com empresas e publicidades	Publicidades.
Públicos com os quais trabalham	Motoristas de caminhão e transportadoras e empresas que precisarem enviar cargas.	Motoristas urbanos, motoristas de longa distância, empresas de transporte.	Transportadoras
Diferenciais	Compara fretes	Encontrar rotas melhores	
ANÁLISE DO MERCADO - MAR AZUL			
O que pode ser eliminado na solução	Economizar tempo entrando em um aplicativo apenas		
O que pode ser reduzido na solução	Redução de recursos desnecessários e fornecer informações essenciais de forma clara e concisa, sem sobrecarregar o usuário com detalhes desnecessários		
O que pode ser elevado na solução	Comparações de fretes		
Que atributos nunca oferecidos pelo setor devem ser criados	Permitir que os usuários personalizem os critérios de acordo com suas necessidades específicas certamente pode trazer benefícios significativos. Essa abordagem mais flexível e adaptável pode facilitar a correspondência entre transportadoras e cargas disponíveis, tornando o processo mais eficiente e vantajoso para todos os envolvidos.		
Preço praticado	Publicidade		

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Com base nessa análise, é possível observar que tanto os concorrentes diretos quanto os indiretos possuem serviços que se assemelham ao projeto. Contudo, os benefícios oferecidos são separados e cada empresa apresenta suas particularidades. Isso as diferencia dos serviços ofertados pela plataforma Mapa Log, que reúne um conjunto de funções em um único ambiente, facilitando a escolha do melhor frete e modal. Dessa forma, o Mapa Log se destaca ao oferecer serviços integrados e fundamentados, que atendem às necessidades de transportadoras, motoristas autônomos e clientes que buscam otimizar o transporte de suas cargas.

Ao atender a um público diversificado e adaptar seus serviços para diferentes modais, o Mapa Log demonstra um diferencial importante no mercado de fretes e transportes, agregando valor com soluções eficientes e adaptáveis às exigências de cada cliente e contexto de transporte.

4.4 Ambiente Interno e Externo

Com o objetivo de se traçar um futuro planejamento (estratégico, tático e operacional) para o modelo de negócios, se faz necessário analisar o ambiente interno e externo, utilizando assim a ferramenta análise SWOT. A matriz SWOT está apresentada na Quadro 8.

Quadro 8 - Matriz Swot

	Forças	Fraquezas
Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Interface amigável e fácil de usar; • Algoritmos avançados para cálculo preciso de fretes; • Parcerias com diversas transportadoras; • Atendimento ao cliente eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca ainda desconhecida no mercado; • Necessidade de investimentos significativos em marketing; • Recursos financeiros limitados para desenvolvimento contínuo.
	Oportunidades	Ameaças
Externas	<ul style="list-style-type: none"> • Crescente demanda por soluções digitais no setor logístico; • Aumento no comércio eletrônico e necessidade de opções de frete; • Potencial para expansão em mercados não explorados; • Possibilidade de integrar funcionalidades adicionais, como rastreamento em tempo real. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência intensa de outros aplicativos e plataformas logísticas; • Mudanças regulatórias no setor de transporte; • Flutuações nos preços de combustíveis que podem afetar o custo dos fretes; • Resistência de empresas tradicionais e pequenas em adotar novas tecnologias.

A análise SWOT permitiu, aos idealizadores do aplicativo, compreenderem como visualizam a sua posição no mercado, de modo que contribua para tomada de futuras decisões, embasadas para maximizar os pontos fortes, explorar oportunidades, minimizar fraquezas e se proteger contra ameaças. Isso certamente irá garantir o sucesso e a relevância do app em um mercado competitivo.

4.5 Marketing e Vendas

4.5.1 Composto de Marketing

No Quadro 9, buscou-se apresentar a proposta a partir da concepção dos 4P's do Marketing, bem como a especificidade para cada um dos itens: Produto, Preço, Praça e Promoção.

Quadro 9 – Composto de Marketing

Produto	O Mapa Log é um aplicativo que facilita a comparação de fretes e modais de transporte, permitindo que empresas e indivíduos selecionem a melhor opção com base no peso das mercadorias (kg). Ele apresenta informações detalhadas sobre tarifas, especificação de cargas, e contato direto com as empresas assim oferecendo uma solução completa para otimização logística.
Preço	O aplicativo adota uma estratégia de precificação baseada em assinatura, com taxas variáveis que dependem do volume de uso e dos serviços contratados. Existem diferentes planos para atender às pequenas empresas, e o primeiro mês é gratuito para novos usuários, garantindo acessibilidade e custo-benefício para diversos perfis de usuários.
Praça	O Mapa Log está disponível em todo o território nacional, com suporte para transporte rodoviário. Seu acesso é feito via aplicativo para dispositivos móveis, tornando-se acessível para todos que necessitam comparar fretes e modais de qualquer lugar e a qualquer momento.
Promoção	A estratégia promocional do Mapa Log inclui campanhas de marketing digital em redes sociais e parcerias com associações de transporte e logística. Além disso, oferece um período de teste gratuito e descontos para novos assinantes, promovendo a experimentação e incentivando a adesão de novos usuários.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

4.5.2 Projeção de Vendas

PRODUTO	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Usuários Totais (downloads)	50.000	70.000	90.000	110.000	130.000
Usuário Pagantes (%)	15	18	20	25	30
Usuários Pagantes (n°)	7.500	12.600	18.000	27.500	39.000
Receita	375.000	630.000	900.000	1.375.000	1.950.000

4.6 Pivotagem do Mercado

Após a análise setorial de mercado, constatou-se que o Mapa Log apresenta características que se alinham bem com as necessidades dos usuários, especialmente em relação à diferenciação de frete e à seleção de modais. A aceitação inicial do protótipo entre potenciais clientes foi positiva, demonstrando um interesse claro no aplicativo. Portanto, decidiu-se manter os ideais iniciais, sem a necessidade de modificações significativas na proposta.

Tópico 5 | FINANÇAS

5.1 Premissas econômico-financeiras

O Brasil, com um crescente cenário logístico e um aumento constante nas demandas de transporte, apresenta um mercado propício para soluções tecnológicas que otimizem a logística de frete. O setor de transporte e logística é vital para a economia nacional, e com a expansão do e-commerce, a necessidade de modais eficientes se torna ainda mais evidente. A pesquisa indica que o mercado de logística deve continuar em expansão, com uma projeção de crescimento significativo nos próximos anos.

O aplicativo Mapa Log se insere nesse contexto, oferecendo uma plataforma que atende às crescentes necessidades de empresas e profissionais que buscam otimizar custos e melhorar a eficiência de suas operações logísticas. Com a possibilidade de diferenciação de frete e seleção de modais mais adequados, o Mapa Log tem o potencial de se tornar uma ferramenta indispensável para o setor, promovendo economia e agilidade nas operações de transporte.

Assim, as premissas econômicas e financeiras do Mapa Log fundamentam-se na tendência de aumento da demanda por soluções logísticas eficientes e na disposição das empresas em investir em tecnologia que proporcione vantagens competitivas.

5.2 Investimentos e fontes de recursos

Para a iniciação do projeto, foram realizados investimentos em recursos tecnológicos, por meio desses, objetivamos a iniciação do mercado e o êxito do projeto “Mapa Log”.

Figura 17 – Planilha de Investimento Inicial

Investimentos				
Investimento inicial	Item	preço	quantia	total
Utensílios de uso diário	Notebook Lenovo	R\$ 2.617,59	5	13.087,95
	Celular	R\$ 1.600,00	4	R\$ 6.400,00
Subtotal				R\$19.487,95
Comunicação visual	Criação da marca	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00
	Aplicativo	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
Subtotal				
Despesas de Funcionamento	Wifi(500 mega)	R\$ 200,00	1	R\$ 200,00
	Manutenção do app	R\$ 180,00	1	R\$ 180,00
Subtotal				
TOTAL				R\$ 20.317,95

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

5.3 Custos e despesas

A execução da oferta de serviço inclui despesas como programa de gestão, wi-fi, marketing, além dos salários e coworking, totalizando R\$20.000,00

Figura 18 – Despesas

Despesas gerais	Custo(media)	Tipo
Wifi(500 mega)	R\$ 200,00	Fixo
Pró-Labore	R\$ 15.000,00	Fixo
Manutenção (media)	R\$ 1.100,00	Variavel
Aluguel	R\$ 300,00	Fixo
Marketing	R\$ 3.700,00	Fixo
Total das despesas		R\$20.000,00
Cálculo Total		
Lucro bruto	R\$ 31.250,00	
Despesas	R\$ 20.000,00	
Lucro líquido	R\$ 11.250,00	

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

5.4 Estratégias de precificação

Para estipular o preço dos anunciantes, foi feita uma análise de Mark-up, chegando ao valor médio, por anúncio, de R\$ 50,00.

Figura 19 - Mark-up

Referente ao mês em media			Referente ao anual em media		
preço de venda	100%	R\$ 50,00	preço de venda	100%	R\$ 600,00
ICMS	18%	R\$ 9,00	ICMS	18%	R\$ 108,00
PIS	2%	R\$ 1,00	PIS	2%	R\$ 12,00
CONFINS	8%	R\$ 4,00	CONFINS	8%	R\$ 48,00
despesas fixas	5%	R\$ 2,50	despesas fixas	5%	R\$ 30,00
margem de lucro	40%	R\$ 20,00	margem de lucro	40%	R\$ 240,00
mark up divisor	28%	R\$ 24,00	mark up divisor	28%	R\$ 168,00
mark up multiplicador	2,139037	-----	mark up multiplicador	2,139037	-----

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

5.5 Relatórios econômico-financeiros

Nos dados da tabela constam a demonstração mês a mês, evidenciando as informações acerca da posição patrimonial e financeira, como também o desempenho do site.

Figura 20 – DRE

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		Referente a um mês		DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		Referente ao período de um ano
Descrição				Descrição		
Venda de Planos Premium		R\$	26.640,00	Venda de Planos Premium		R\$ 319.680,00
RECEITA BRUTA		R\$	26.640,00	RECEITA BRUTA		R\$ 319.680,00
(-) Impostos sobre Vendas		R\$	3.996,00	(-) Impostos sobre Vendas		R\$ 47.952,00
RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS		R\$	22.644,00	RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS		R\$ 271.728,00
(-) Custo de Planos Vendido		R\$	11.322,00	(-) Custo de Planos Vendido		R\$ 135.864,00
LUCRO BRUTO		R\$	11.322,00	LUCRO BRUTO		R\$ 135.864,00
(-) Despesas Operacionais		R\$	2.750,00	(-) Despesas Operacionais		R\$ 33.000,00
(+) Comerciais (com Vendas)		R\$	1.375,00	(+) Comerciais (com Vendas)		R\$ 16.500,00
(+) Administrativas		R\$	1.787,50	(+) Administrativas		R\$ 21.450,00
(+) Tributárias		R\$	715,00	(+) Tributárias		R\$ 8.580,00
LUCRO OPERACIONAL		R\$	8.565,00	LUCRO OPERACIONAL		R\$ 102.780,00
Receitas/(Despesas) Financeiras		-		Receitas/(Despesas) Financeiras		-
Resultado Operacional		R\$	8.565,00	Resultado Operacional		R\$ 102.780,00
Receita/(Despesas) Não Operacional (parte dos acionistas)		-		Receita/(Despesas) Não Operacional (parte dos acionistas)		-
Resultado Antes da CSLL		R\$	8.565,00	Resultado Antes da CSLL		R\$ 102.780,00
(-) Provisão para CSLL		R\$	771,00	(-) Provisão para CSLL		R\$ 9.252,00
Resultado Antes do IRPJ		R\$	7.794,00	Resultado Antes do IRPJ		R\$ 9.352,00
(-) Provisão para IRPJ		R\$	1.169,10	(-) Provisão para IRPJ		R\$ 140.292,00
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		R\$	6.624,90	LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO		R\$ 79.498,80

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

5.6 Análise de viabilidade

Com base na análise das informações econômicas e financeiras contidas nas tabelas acima, nota-se a lucratividade que torna viável o projeto “Mapa Log”. Porém, o projeto indica que pode haver dificuldades operacionais inicialmente, principalmente porque o capital disponível para início é baixo, havendo necessidades de captação de recursos. Neste caso, torna-se importante fazer uma boa campanha para impulsionar o App, bem como a venda dos planos, que é um canal de entrada de recursos.

Após essa análise conclui-se que existe boas chances desse projeto ser impulsionado, embora o mercado já possua concorrentes com essa vertente. Além disso, o presente estudo apresenta uma ideia voltada para pequenos empreendedores, estando em consonância com as necessidades do mercado. Contudo, se faz necessário adotar controles financeiros rigorosos, com estratégias de captação de recursos, divulgação e MKT adequado para alcançar uma boa gestão e um mercado desejável, bem como obter parceiros e patrocinadores que acreditem na potencialidade da ideia.

PITCH

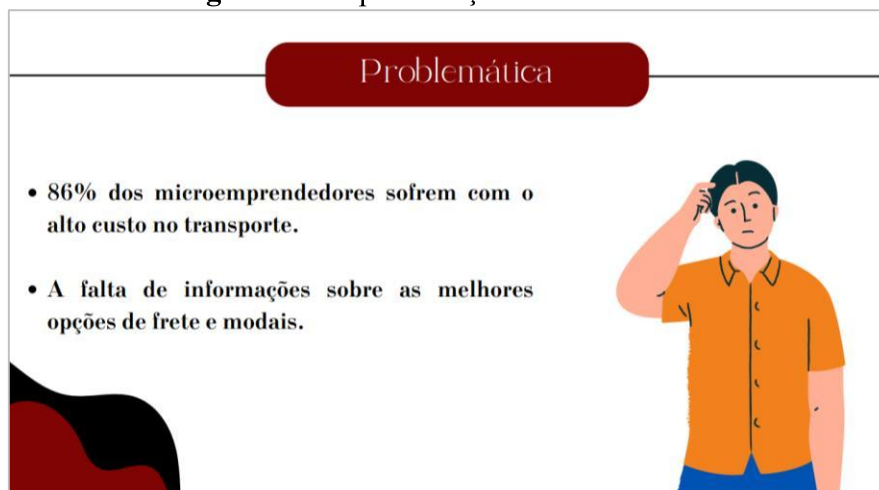
Apresenta-se, a seguir, o material do Pitch apresentado na II TalkPitch realizado no dia 28/11/2024, tendo como objetivo apresentar à comunidade escolar e convidados, a proposta do projeto aqui descrito (Figuras 21 a 11).

Figura 21 – Tela inicial da apresentação do Map Log



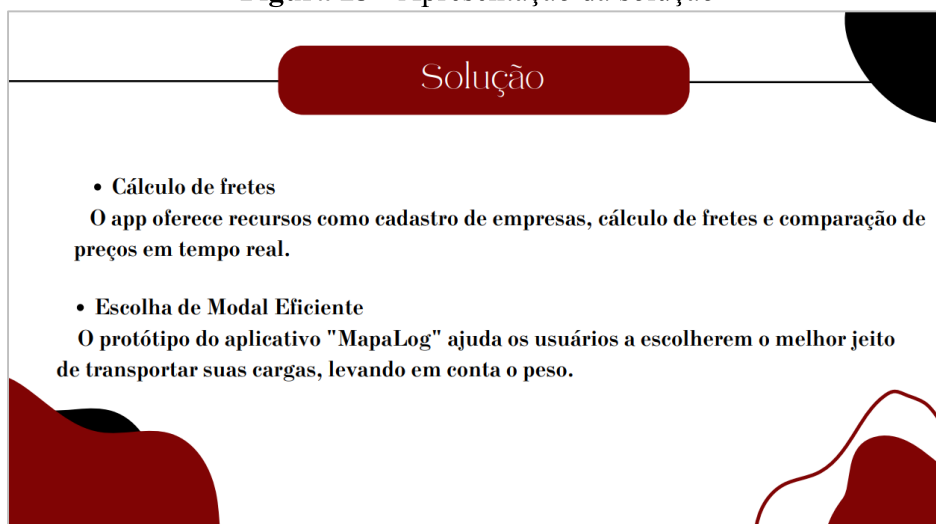
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 22 - Apresentação da Problemática



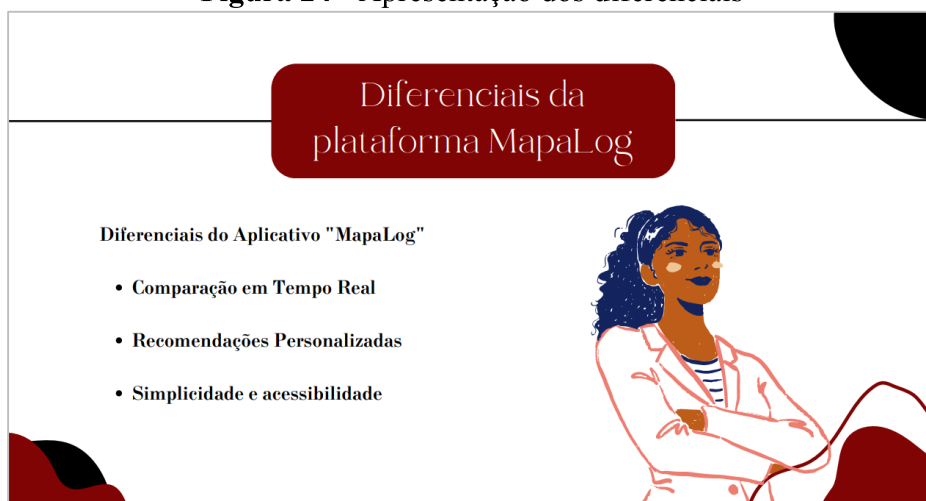
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 23 - Apresentação da solução



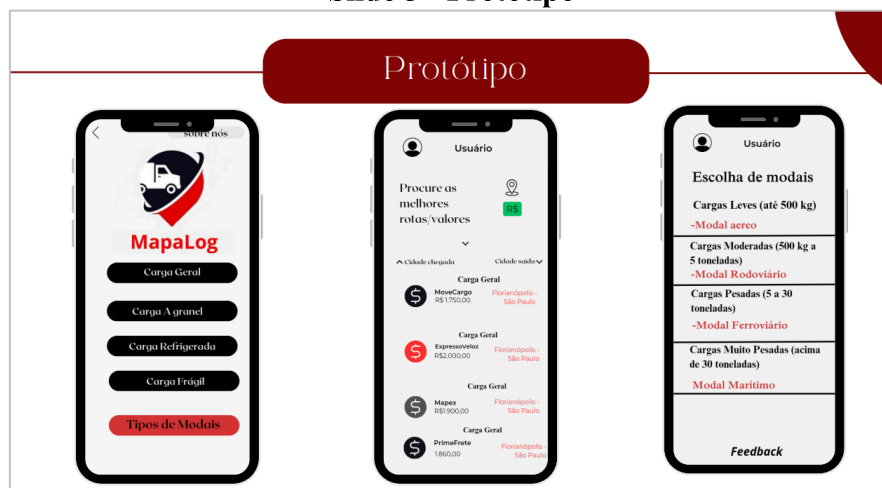
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 24 - Apresentação dos diferenciais



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Slide 5 - Protótipo



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

REFERÊNCIAS

CARGON. **Qual o tamanho da logística no Brasil?** Disponível em:

<https://cargon.com.br/blog/qual-tamanho-logistica-brasil/>. Acesso em: 13.mai.2024.

G1- Número de microempreendedores mais que triplicou nos últimos 10 anos no Brasil.

Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/video/numero-de-microempreendedores-mais-que-triplicou-nos-ultimos-10-anos-no-brasil-13028507.ghtml>. Acesso em: 11.set.2024

FERNANDES, Ana M.; CORRÊA, Nelson L.S. Modais de transporte: um estudo acerca dos três principais modais da matriz de transporte de cargas do Brasil. XII FATECLOG - Gestão da cadeia de suprimentos no agronegócio: desafios e oportunidades no contexto atual *Anais[...]* Mogi das Cruzes: Fatec, 2021.

MACIEL, Luis. Transporte de carga volta a crescer em 2023. **Revista Valor Econômico**.

Disponível em: [https://valor.globo.com/publicacoes/especiais/revista-](https://valor.globo.com/publicacoes/especiais/revista-logistica/noticia/2024/03/28/transporte-de-carga-volta-a-crescer-em-2023.ghtml)

[logistica/noticia/2024/03/28/transporte-de-carga-volta-a-crescer-em-2023.ghtml](https://valor.globo.com/publicacoes/especiais/revista-logistica/noticia/2024/03/28/transporte-de-carga-volta-a-crescer-em-2023.ghtml). Acesso em: 13.mai.2024.

ROCKCONTENT. O que é Identidade Corporativa, afinal de contas? Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/blog/identidade-corporativa/>. Acesso em: 27.mai.2024

TOTVS. **Tabela de frete: importância para os serviços de transporte de carga e atualizações recentes**. Disponível em:

<https://www.totvs.com/blog/gestao-logistica/tabela-de-frete/>. Acesso em: 13.mai.2024.

REVISTA MUNDOLOGÍSTICA: Uma publicação especializada em logística e cadeia de suprimentos, que fornece informações sobre as últimas tendências, desafios e soluções logísticas.

Disponível em: <https://mundologistica.com.br/>. Acesso em: 29.ago.2024