

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

Chicago: Marketplace Sustentável

Marília
2023

MODELO DE NEGÓCIOS | ETIM Administração

Relatório Final

Chicago: Marketplace sustentável.

Hayla Primo Figueira
José Henrique Ribeiro dos Santos
Luana Grazielle Marques Gonçalves
Luíza Souza Trevisan
Pedro Henrique Ribeiro dos Santos
Vinicius Espadoto Carvalho
Vitória Maginador Espadoto

Professora Orientadora: Thais Yuri Matsumoto

Marília
2023

MODELO DE NEGÓCIOS

APRESENTAÇÃO

O Modelo de Negócio apresentado neste relatório atende aos requisitos de conclusão do componente curricular Planejamento e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão do curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio da Etec Antonio Devisate.

A Chicago, um marketplace com uma iniciativa inovadora, focaliza suas atividades na integração de artesãos ao mercado de trabalho por meio de uma plataforma de e-commerce. Essa plataforma atua como intermediária entre vendedores e compradores, proporcionando não apenas oportunidades de venda, mas também promovendo a sustentabilidade por meio da reciclagem de tecidos e materiais.

Além da funcionalidade central de facilitar a venda de produtos artesanais, a Chicago oferece uma gama de serviços adicionais. Isso inclui orientações, formação e consultorias destinadas a otimizar a interação entre artesãos e compradores. A empresa também se destaca pela conexão com programas de suporte destinados a promover práticas sustentáveis e apoiar indivíduos no ramo do artesanato.

O propósito inspirador da Chicago é empoderar artesãos, proporcionando-lhes uma plataforma para realizar seus sonhos de se tornarem microempreendedores e contribuir para a economia. Ao alinhar-se à sustentabilidade e à promoção do artesanato, a Chicago não apenas transforma a experiência de compra e venda, mas também contribui para a promoção de práticas comerciais éticas e ambientalmente responsáveis.

SUMÁRIO EXECUTIVO	4
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	5
1.1 Problema	5
1.2 Solução Potencial	5
1.3 Valor para o cliente	7
1.5 Time de projetos	7
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO.....	9
2.1 Identidade da Empresa.....	9
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	12
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	13
2.4 Formalização do Negócio	14
2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio.....	15
Tópico 3 PRODUTO	16
3.1 Escopo do Produto	16
3.2 MVP	17
3.2.1 Apresentação.....	17
3.2.2 Processo de Validação.....	31
3.3 Pivotagem do Produto.....	48
Tópico 4 MERCADO	49
4.1 Análise Setorial.....	49
4.2 Pesquisa de Campo	49
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo.....	49
4.2.2 Análise de Dados	55
4.3 Competidores	62
4.4 Ambiente Interno e Externo.....	63
4.5 Marketing e Vendas	65
4.5.1 Composto de Marketing.....	65
4.5.2 Projeção de Vendas.....	66
4.6 Pivotagem do Mercado	67
Tópico 5 FINANÇAS.....	68
5.1 Premissas econômico-financeiras	68
5.2 Investimentos e fontes de recursos	68
5.3 Custos e despesas.....	69
5.4 Estratégias de precificação.....	70
5.5 Relatórios econômico-financeiros.....	70

5.6 Análise de viabilidade.....	71
5.7 Pivotagem das finanças.....	71

SUMÁRIO EXECUTIVO

Propósito: O presente trabalho tem como objetivo reduzir a poluição causada pelo setor confeccionista, que gera diversos impactos ambientais, como a poluição da água e emissão de poluentes. A Chicago, um site, conscientiza sobre os impactos da indústria têxtil e oferece a opção de compra e venda de roupas e artesanatos confeccionados a partir de tecidos descartados de forma inadequada.

Definição do negócio: A Chicago é uma plataforma online que busca criar oportunidades para artesãos ao promover a sustentabilidade na indústria têxtil. Além da venda de produtos artesanais, o site permite a doação de tecidos para artesãos, incentivando o uso de matéria-prima sustentável e apoiando jovens empreendedores.

Time do projeto:

- Hayla Primo Figueira: Hável em design;
- José Henrique Ribeiro dos Santos: Hável em desenvolvimento de sistemas;
- Luana Grazielle Marques Gonçalves: Hável em gestão financeira;
- Luíza Souza Trevisan: Hável em gestão de projetos;
- Pedro Henrique Ribeiro dos Santos: Hável em desenvolvimento de sistemas;
- Vinicius Espadoto Carvalho: Hável em design;
- Vitória Maginador Espadoto: Hável em gestão de projetos.

Produtos e serviços: O projeto Chicago consiste na criação de um site que disponibiliza informações sobre reciclagem de tecidos e oferece a compra e venda de produtos artesanais. Ao doar tecidos para artesãos iniciantes, a Chicago incentiva a produção sustentável e proporciona aos artesãos a oportunidade de venderem seus produtos de maneira consciente.

Localização: O site será disponibilizado para todo o município de Marília, onde também estará localizado o escritório da gestão.

Mercado e competidores: A Chicago visa atender o mercado, focando no aumento da busca por produtos artesanais sustentáveis. Os concorrentes principais são plataformas como Elo7 e Mercado Livre, porém, a Chicago destaca-se por seu compromisso com a sustentabilidade e pela oferta de conteúdo mais completo.

Análise Financeira e Econômica: O projeto iniciou com um investimento total de R\$ 68.076,00 destinado a custear funcionários e equipamentos essenciais. Já no primeiro mês de vendas, observou-se um retorno financeiro líquido (superávit) de R\$ 2.707,15. A projeção para o final do ano aponta para um superávit médio mensal de R\$ 32.485,80.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

O presente trabalho tem como objetivo reduzir a poluição causada pelo setor confeccionista, dado que, o mesmo gera diversos impactos ambientais, tais como a poluição da água e a emissão de poluentes. Sendo responsável por até 5% das emissões de gases do efeito estufa, estima-se que de 17% a 20% da poluição da água industrial vem de corantes e tratamento têxtil (indústria têxtil, engenharia do meio ambiente). Além disso, após a sua produção, existem os impactos do uso e descarte desses produtos.

1.2 Solução Potencial

Posterior a pesquisas e análises da problemática do setor confeccionista, foi julgado necessário a criação de uma solução para reduzir os impactos ambientais. A Chicago, um site no qual disponibiliza informações, tem o intuito de conscientizar sobre os impactos da indústria têxtil, com a opção de compra e venda de roupas e artesanatos confeccionados a partir de tecidos que seriam descartados de forma errônea.

A partir da doação de roupas e tecidos feita para artesãos iniciantes, com o intuito de incentivar o uso de uma matéria-prima sustentável e com o propósito de motivar jovens empreendedores a expressarem sua arte. Nosso site, fornece a possibilidade de comercializarem seus produtos de maneira consciente.

Em resumo, a Chicago atenderá três públicos- alvos:

	Objetivo
O doador de tecidos e roupas	O doador poderá ser pessoa física ou jurídica que realizará a doação. Que será recolhido por uma empresa especializada.
O artesão	O artesão receberá os tecidos para transformação em artesanatos e seus produtos serão vendidos apenas em nosso site, com o intuito de atender o Brasil inteiro, através de plataformas digitais.
O comprador de artesanato	O comprador adquirirá o artesanato que será exposto de forma completamente on-line, podendo ser pago por cartão, pix ou boleto.

Fonte: Elaborador pelos autores, 2023.



1.3 Valor para o cliente

A Chicago proporciona para o cliente um *software* notável e intuitivo, no qual facilitará o acesso para pessoas que apresentam dificuldades em manusear esse meio tecnológico, aumentando o desempenho com a acessibilidade tornando um ambiente agradável e simples, além de agregar reconhecimento para os clientes (artesãos).

O site Chicago visa disponibilizar um espaço para que artesãos possam receber matéria-prima para seus produtos e vender seus artesanatos, dando visibilidade a esse nicho de microempreendedores em um site com baixa porcentagem de cobrança pelos serviços prestados.

Os doadores de roupas e tecidos terão uma aba específica em nosso site, que contribuirá com o meio ambiente por meio do descarte correto, conseqüentemente, diminuindo a poluição têxtil e receberá pontos que poderão ser trocados por cupons de desconto. Ademais contribuirá com os microempreendedores.

Por outro lado, o comprador terá a oportunidade de obter produtos quase exclusivos, que cooperará com a diminuição da poluição e poderá aprender muito em nossa aba de conscientização.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

Como principal fator de inovação e diferencial, destaca-se o incentivo a conscientização da poluição têxtil, problema que é agudamente ignorado e, em sua maioria, esquecido pela população, ademais evidenciamos a assistência aos empreendedores de baixa renda por meio da doação de matéria prima efetuada para os contribuintes do site, para que os mesmos produzam seu produto e o apresentem para o mercado por meio do *marketplace* inteiramente sustentável.

1.5 Time de projetos

Integrante	Habilidades Competências
Hayla Primo Figueira	1.Marketing 2. Criatividade 3.Revisor
José Henrique Ribeiro dos Santos	1. Desenvolvedor de software 2. Formatação 3. Uso, monitoramento e controle de tecnologias
Luana Grazielle Marques Gonçalves	1.Finanças 2. Flexibilidade 3. Revisor
Luíza Souza Trevisan	1.Ortografia 2.Finaças 3. Revisor
Pedro Henrique Ribeiro dos Santos	1 Uso, monitoramento e controle de tecnologias 2. Formatação 3. Versatilidade
Vinicius Espadoto Carvalho	1. Marketing 2. Comunicação

	3. Revisor
Vitória Maginador Espadoto	1. Pensamento crítico 2. Comunicação 3. Revisor

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

2.1 Identidade da Empresa

A empresa Chicago tem como proposta trazer a solução do problema citado acima, além de facilitar a o processo dos produtos, disponibilizando por meio de doações a matéria-prima, que seria os tecidos. Também utilizaremos o Marketplace Sustentável, para assim estar ainda mais compromissado com o ideal proposto, que é a diminuição da poluição por produtos têxteis, mas também visa dar espaço a microempreendedores que ajudam na causa, além de um preço acessível a todos os clientes cadastrados no site/aplicativo.

As cores do logo foram escolhidas a partir de pequenos detalhes da cidade em si, porque durante a noite a cidade tem várias luzes vermelha, além de ser chamativa e elegante ao mesmo tempo, a forma do logo remete a nossa ideia, que é empreender e diminuir a poluição têxtil e quando se fala de mexer com tecido, automaticamente ligamos ao corte costura, por isso escolhemos a imagem abaixo

Figura 01 – Logotipo da empresa Chicago



Fonte: Autoral

O nome Chicago foi escolhido, pois a cidade de Chicago é famosa por sua arte tanto no ramo da moda quanta das artes visuais, além de ser um grande polo industrial e econômico. Após realizar uma pesquisa no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) com objetivo de verificar se o nome escolhido já era usado por outra empresa. Mesmo que tenho empresas com o mesmo nome, tem outras finalidades e objetivos diferentes, por isso foi decidido manter o nome Chicago.

Figura 02 – Tabela de consulta ao INPI

BRASIL		Acesso à informação		Participe	Serviços	Legislação	Canais
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
= Consultar por: Pesquisa Básica Marca Titular Cód. Figura]							[Início Ajuda?]
RESULTADO DA PESQUISA (11/04/2023 às 08:35:07) Marca: "Chicago"							
Foram encontrados 25 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 2.							
Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe		
006263437	14/07/1972	CHICAGO	Extinto	CBI- LIX CONSTRUÇÕES LTDA	37 : 05		
006461832	10/10/1975	CHICAGO	Registro de marca em vigor	CHICAGO MUSIC, INC.	41 : 20		
006461840	10/10/1975	CHICAGO	Registro de marca em vigor	CHICAGO MUSIC, INC.	41 : 20		
800364732	12/12/1980	CHICAGO	Extinto	DOMOGLASS INDUSTRIA DE PLASTICOS LTDA	28 : 10		
811983560	09/05/1985	CHICAGO	Extinto	CHICAGO BAR E BUFFET LTDA.	38 : 60		
811983579	09/05/1985	CHICAGO	Extinto	CHICAGO BAR E BUFFET LTDA.	38 : 60		
811983323	09/05/1985	CHICAGO	Extinto	CHICAGO BAR E BUFFET LTDA.	38 : 60		
812360745	30/12/1985	CHICAGO	Registro de marca em vigor	CHICAGO MUSIC, INC.	NCL(7) 09		
814611770	01/12/1988	CHICAGO	Arquivado	JOSEF FREIHOF INDUSTRIA E COMERCIO SA	25 : 10		
816008035	22/03/1991	CHICAGO	Arquivado	CLIMAX INDUSTRIA E COMERCIO DE MEIAS E MALHAS LIMITADA	25 : 10		
816120480	08/04/1991	CHICAGO	Arquivado	FREECAB INDUSTRIA COMERCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA	07 : 25		
816475830	04/11/1991	CHICAGO	Registro de marca em vigor	UVEL VEÍCULOS LTDA	NCL(8) 12		
817138293	09/02/1993	CHICAGO	Registro de marca em vigor	FRIGORÍFICO COFRIL LTDA	29 : 10		

Fonte: INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial, 2023.

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

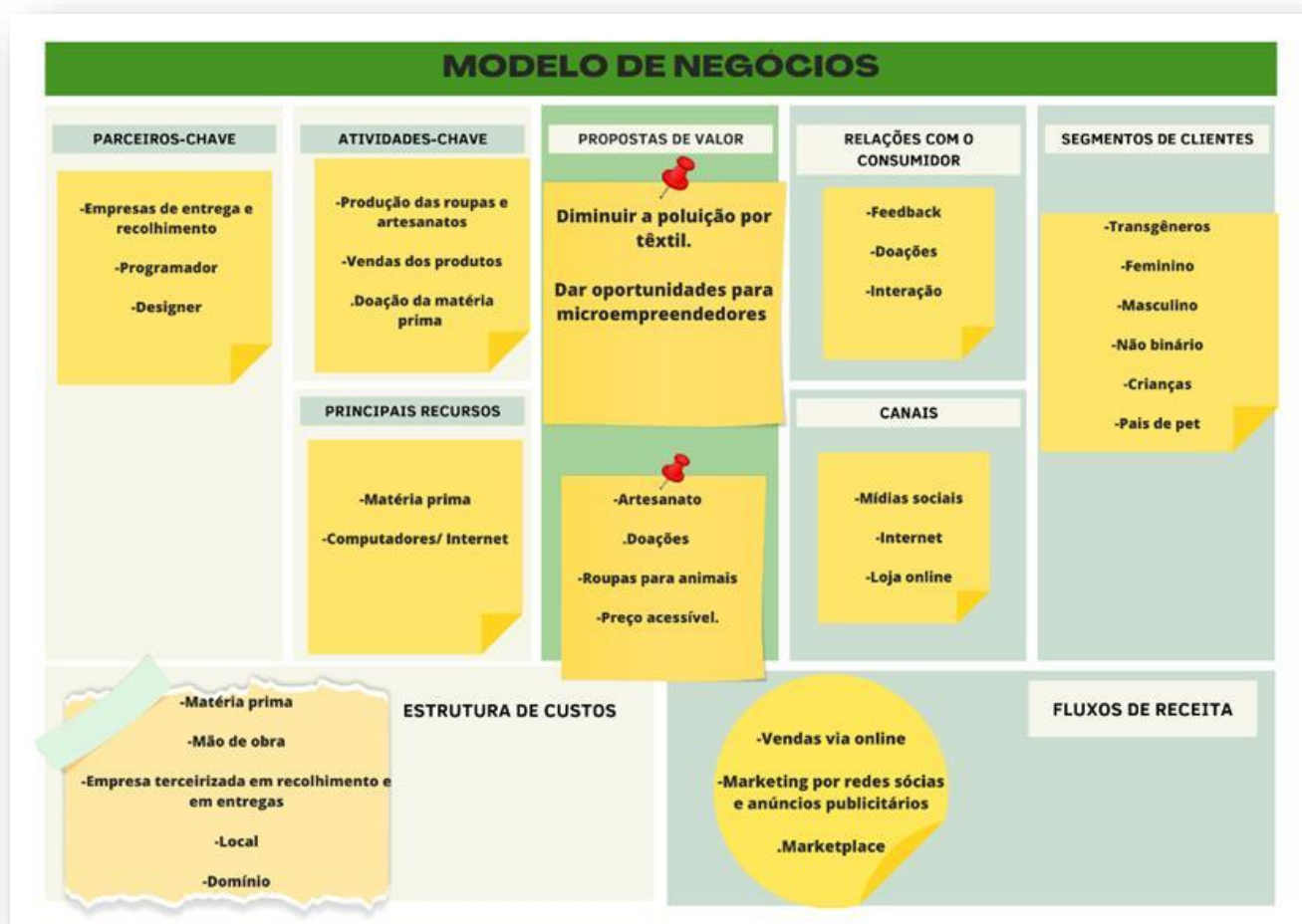
Figura 03 – “registro.br”



Fonte: Registro.br, 2023.

2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO

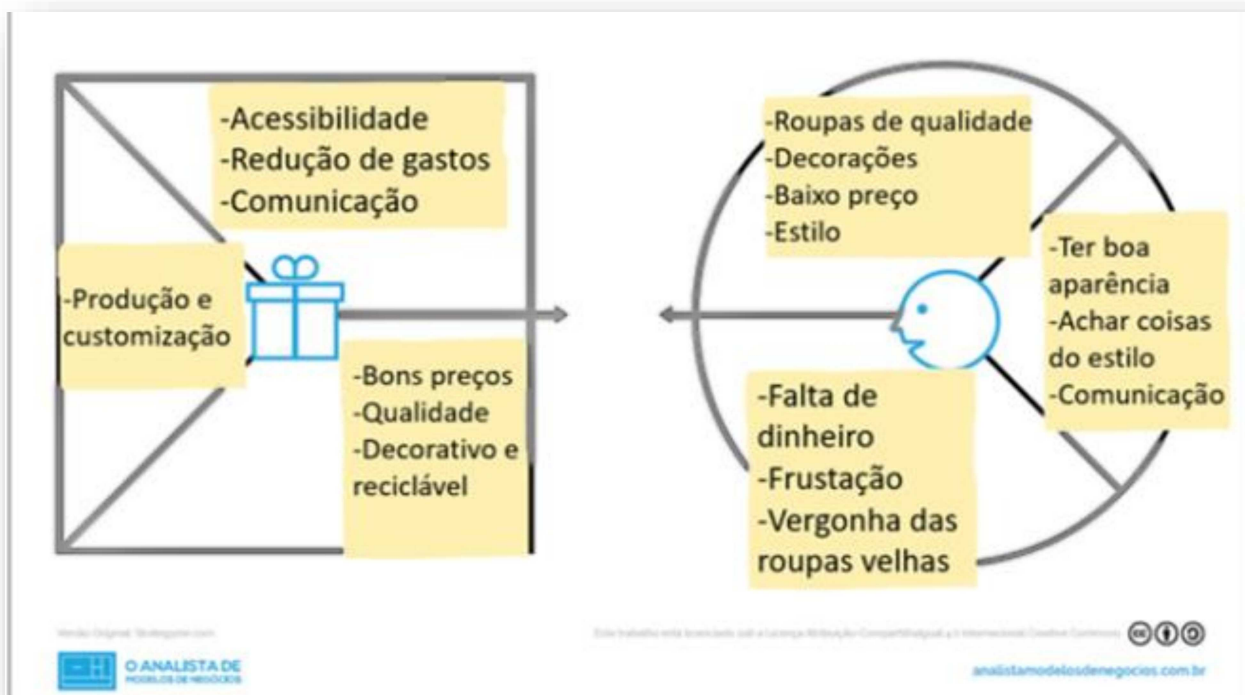
Figura 04 – Modelo de Negócios, Chicago



Fonte: Elaborado pelos autores.

2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR

Figura 05 – Proposta de valor, Chicago



Fonte: Elaborado pelos autores.

2.4 Formalização do Negócio

Dados da Empresa

Razão Social:	Chicago Ltda.
Nome Fantasia:	Chicago
Ramo de Atividade:	Intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral
Site:	chicagosev7n.com.br
Endereço	R. Adão Stropa, 200 - Jardim Acapulco
Prédio Próprio/Alugado	Alugado

Enquadramento Tributário:	Simples nacional
CNAE:	7319-0/02-Promoção de vendas

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

Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
Hayla Primo Figueira	14,3%	R\$1.320,00
José Henrique Ribeiro dos Santos	14,3%	R\$1.320,00
Luana Grazielle Marques Gonçalves	14,3%	R\$1.320,00
Luiza Souza Trevisan	14,3%	R\$1.320,00
Pedro Henrique Ribeiro dos Santos	14,3%	R\$1.320,00
Vinicius Espadoto Carvalho	14,3%	R\$1.320,00
Vitória Maginador Espadoto	14,3%	R\$1.320,00
Total	100	R\$9.240,00

Registros Necessários

Âmbito Municipal	Registro na junta comercial Inscrição municipal Licença ambiental
Âmbito Estadual	Inscrição Estadual
Âmbito Federal	CNPJ E-CNPJ

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

Durante a realização do trabalho, a ideia base foi modificada de acordo com os recursos que tinham que ser implantados, como a mudança de um lugar próprio, para incubadora de empresas, o Canvas também teve modificações, porque as ideias anteriores eram mal desenvolvidas e não correspondia a nossa causa.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O produto se encontra por meio de um site direcionado a artesãos interessados a venderem seus produtos, doadores de tecidos e pessoas interessadas a comprarem esses produtos disponibilizados no site. Através desse, pretende-se conscientizar a poluição têxtil que gera alguns impactos ambientais, como a poluição de corpos hídricos e a emissão de poluentes e para que o público tenha conhecimento sobre o tema, redução do impacto ambiental.

Serviços oferecidos	Descrição	Público-alvo
E-commerce	Loja virtual para a venda de produtos artesanais.	Artesãos
Ranks	Sistema de pontos que converterá em recompensas, para incentivar os artesãos e clientes tanto a venderem produtos, quanto a doarem e comprarem	Artesãos e consumidores
Assistência de Doações de retalhos	Proposta do site, para dar assistência total as pessoas que tiverem interesse em doar	Todos que tiverem interesse

3.2 MVP

Para desenvolvimento do MVP - Mínimo Produto Viável, foi utilizado as ferramentas dos sites: Flaticom, Google Image, Google Icons e Canva. Para desenvolver a programação, foram utilizados CSS, HTML, JavaScript e VSCode.

3.2.1 Apresentação

Figura 06 – Tela inicial

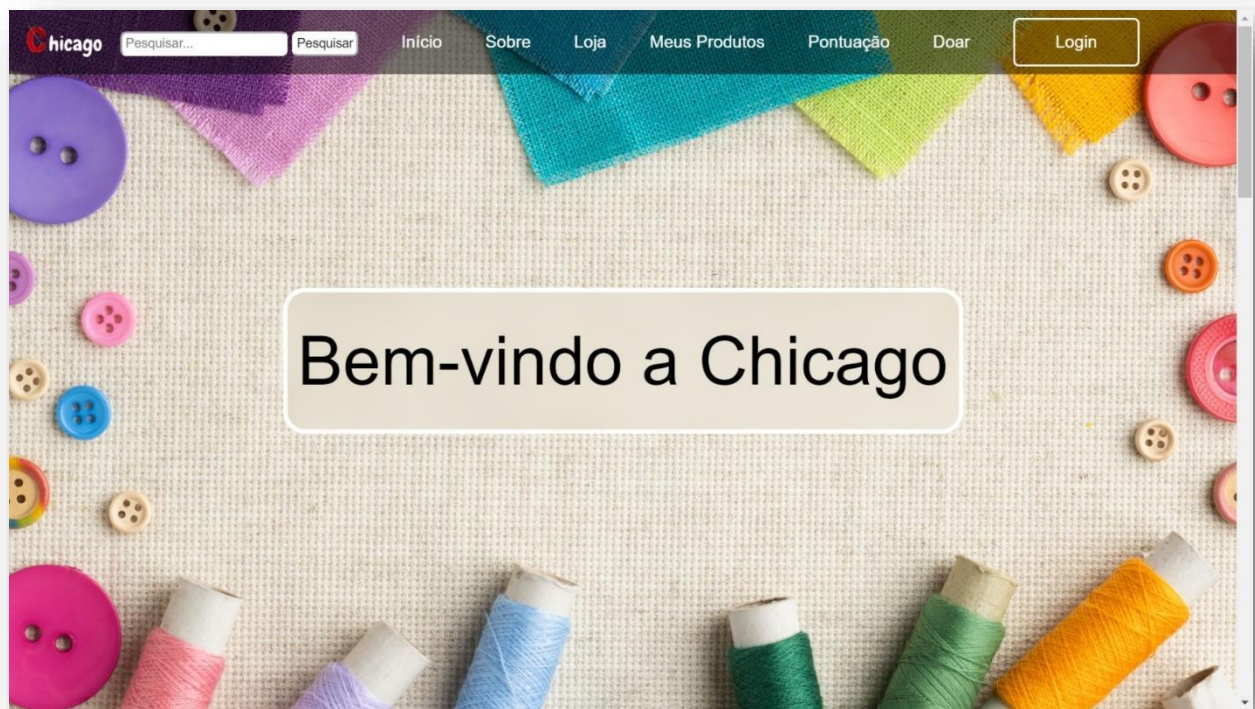
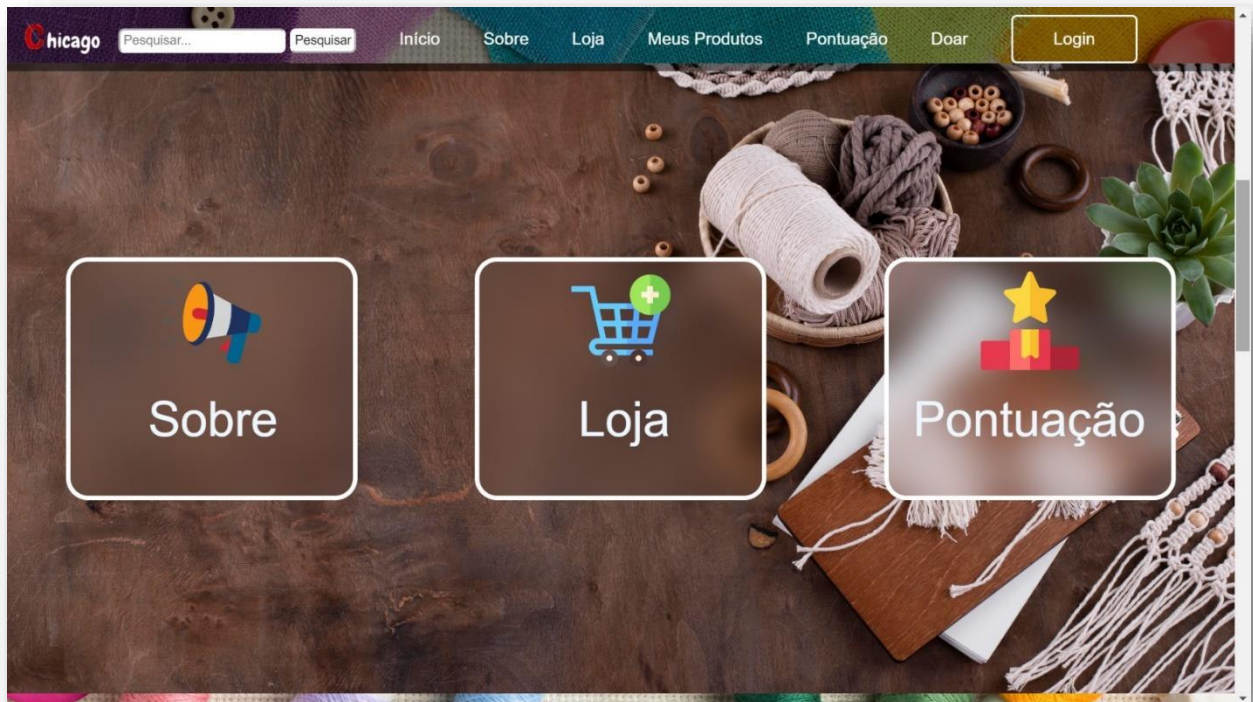


Figura 07 – Tela inicial

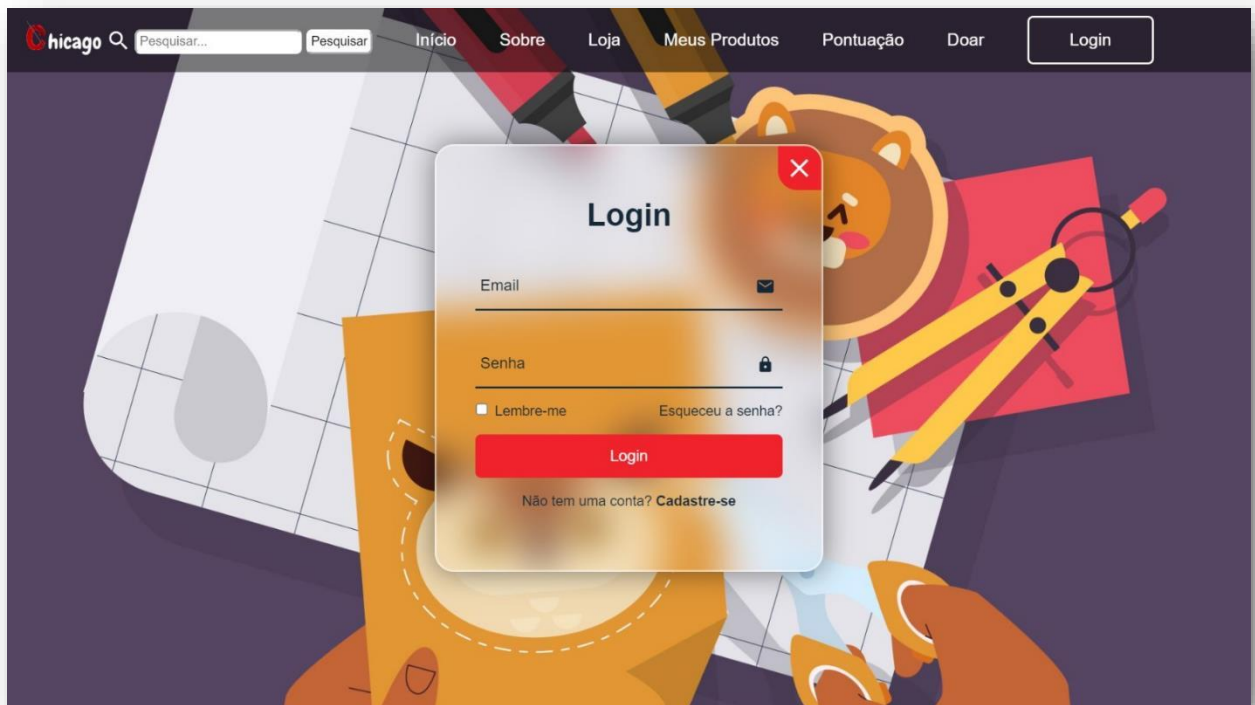


As imagens acima apresentam-se a tela inicial, em que se pode observar informações cruciais para o usuário ter uma boa experiência com a web, como o botão de Login que irá direcionar o visitante para tela de login, caso ele tenha gostado da proposta do trabalho e do design do site. Ademais ele só poderá ser “ativo” no site, se ele comprar algum produto, doar materiais têxteis e/ou se tornar um vendedor, contudo destaca-se o botão de cadastre-se que tem como objetivo cadastrar o usuário para se tornar um vendedor, porém se o visitante não tiver interesse em se tornar um vendedor ele não tem a necessidade de fazer esse cadastro, portanto apenas o login.

Nesta mesma tela, apresentam-se as abas:

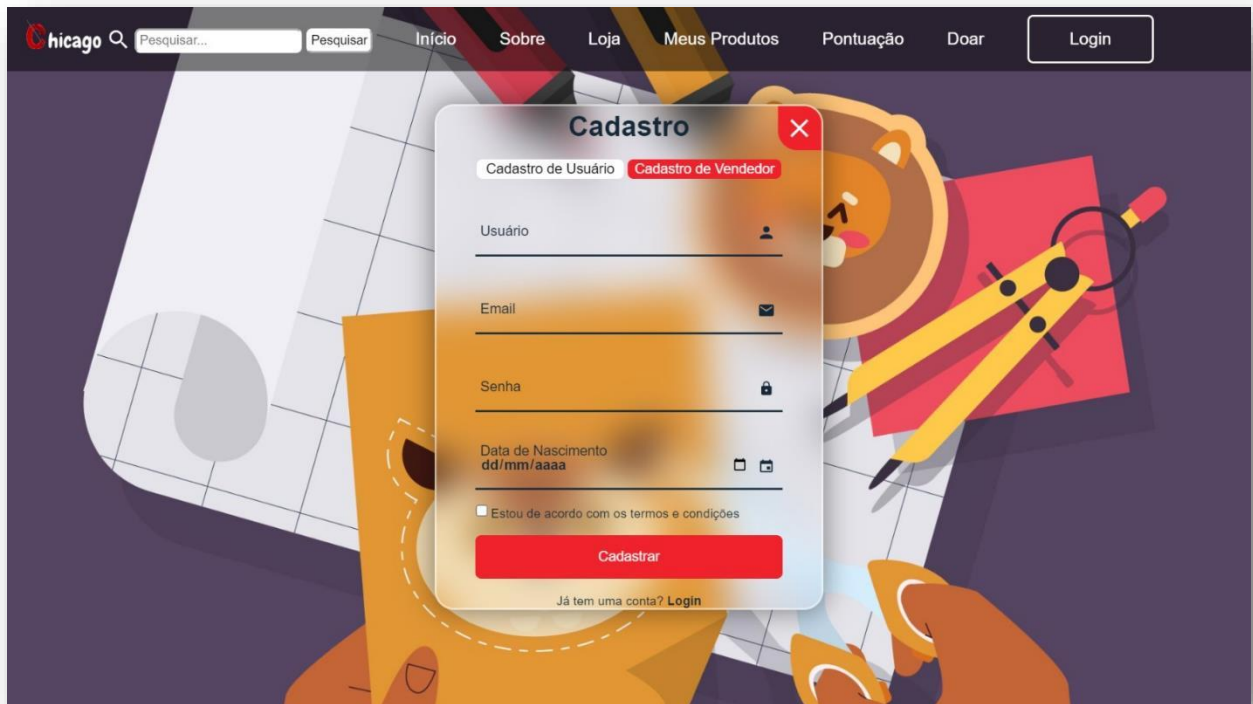
- Loja
- Entenda
- Pontuação

Figura 08 – Tela de login



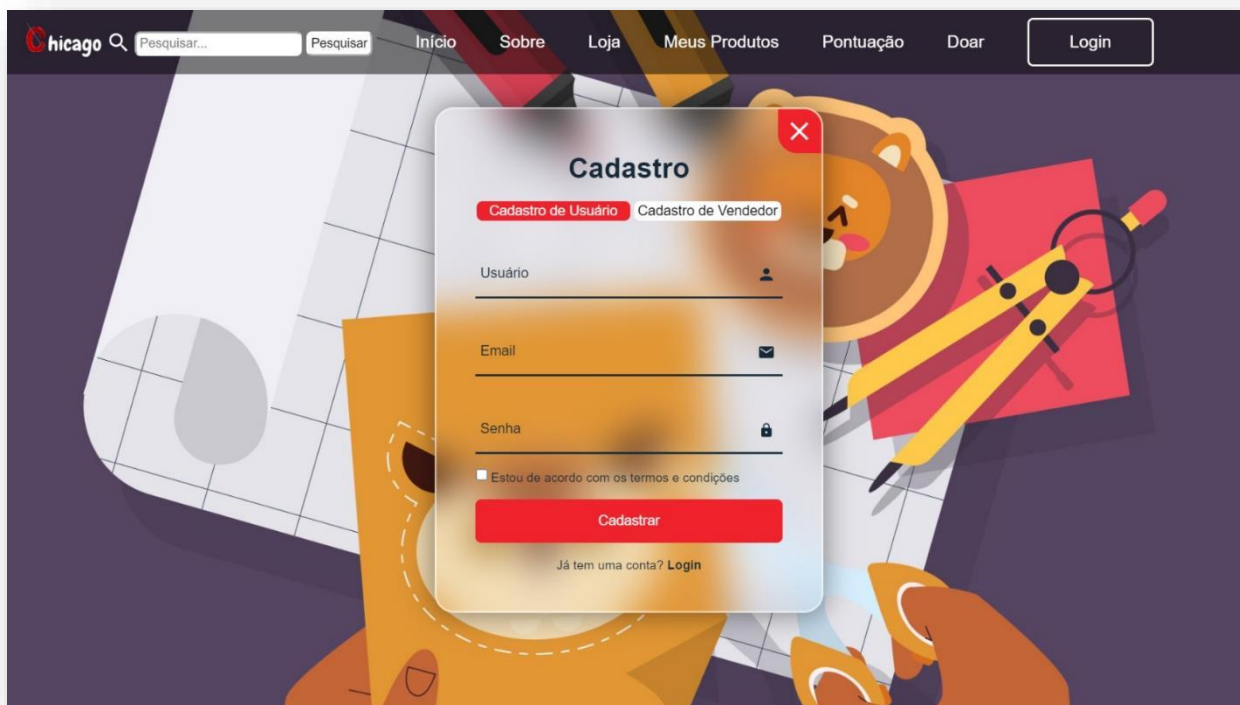
A imagem acima apresenta-se a tela de login, onde o usuário irá preencher os campos e-mail e senha.

Figura 09 – Tela de cadastro(vendedor)



A imagem acima apresenta-se a tela de cadastro, em que só irá preencher o usuário que deseja ser colaborador, com venda de produtos no site, nessa tela o usuário terá que preencher os campos mostrados na imagem como nome, cpf, data de nascimento entre outros.

Figura 10 – Tela de cadastro(usuário)



A imagem acima apresenta-se a tela de cadastro, em que só irá preencher o usuário.

Figura 11 – Tela de entenda (sobre nosso projeto)

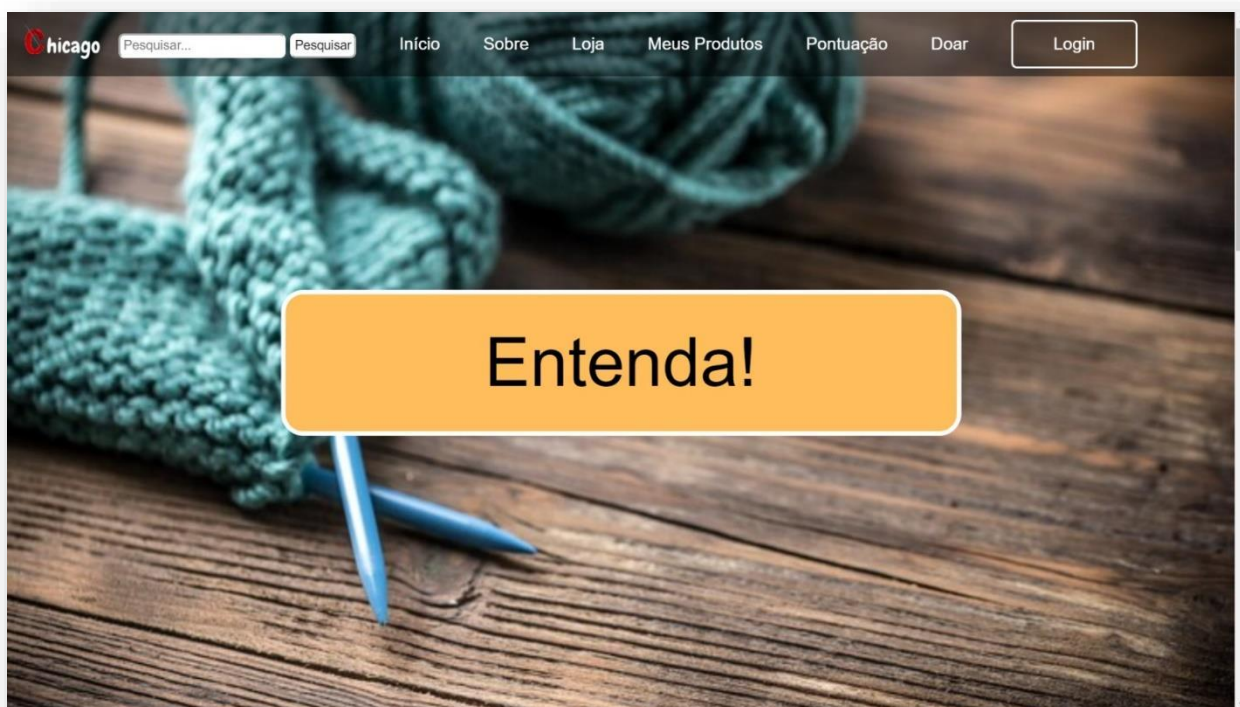
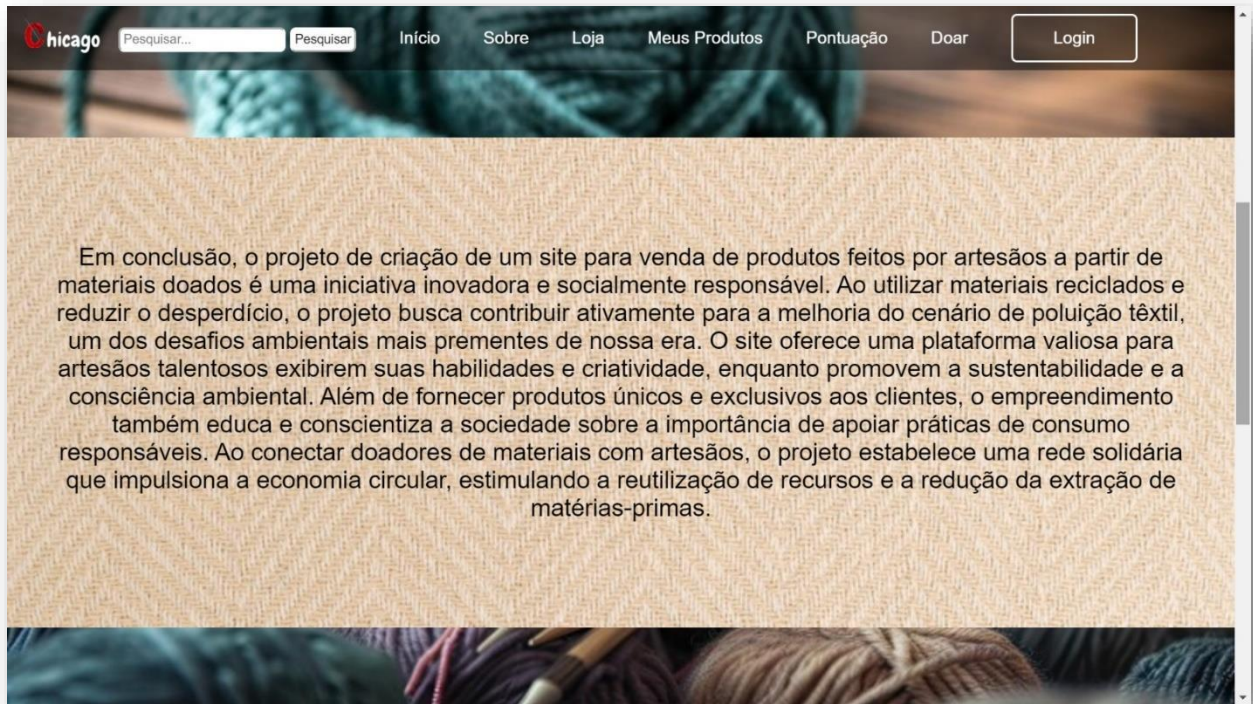
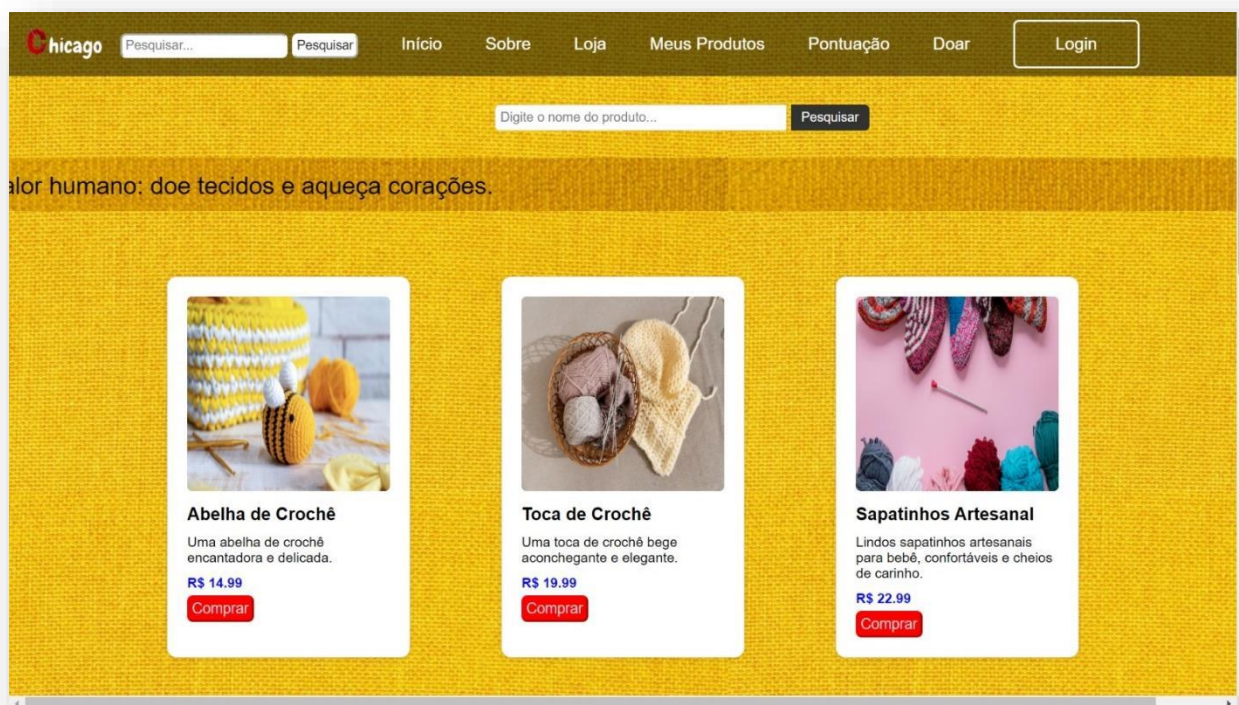


Figura 12 – Tela de entenda (sobre nosso projeto)



A imagem acima apresenta a tela de entenda, que irá mostrar a proposta do site, qual a finalidade e o objetivo.

Figura 13 – Tela de loja



A imagem acima apresenta a tela de loja onde os usuários do site poderão e visualizar e conferir os produtos que estão disponíveis no site.

Figura 14 – Tela de compra

Abelha de Crochê



Uma abelha de crochê encantadora e delicada.

A abelha de crochê é uma adorável criação artesanal feita com habilidade e dedicação. Cada detalhe é meticulosamente trabalhado, desde a escolha cuidadosa dos fios de lã ou linha até a montagem final da peça.

Com suas cores alegres e design encantador, a abelha de crochê é uma prova viva de como a arte pode ser usada para criar objetos cheios de beleza e significado. Seja como um item decorativo ou um presente afetuoso, essa abelhinha certamente encantará os corações de todos que a conhecerem.

Figura 15 – Tela de compra

Uma abelha de croche encantadora e delicada.

A abelha de crochê é uma adorável criação artesanal feita com habilidade e dedicação. Cada detalhe é meticulosamente trabalhado, desde a escolha cuidadosa dos fios de lã ou linha até a montagem final da peça.

Com suas cores alegres e design encantador, a abelha de crochê é uma prova viva de como a arte pode ser usada para criar objetos cheios de beleza e significado. Seja como um item decorativo ou um presente afetuoso, essa abelhinha certamente encantará os corações de todos que a conhecerem.

Método de Compra

Preço: R\$ 14,99

Disponibilidade: Em estoque

Frete: Calcule o frete informando o CEP:

Formas de Pagamento: Aceitamos cartão de crédito, cartão de débito, boleto e Pix.

Mais Informações

informações sobre a política de troca, garantia, suporte ao cliente e outras informações relevantes.

A imagem acima apresenta a tela de compra em que o cliente poderá efetuar seu pedido. Para tanto será necessário preencher as informações adequadamente, para que não haja nem um equívoco no pedido

Figura 16 – Tela de meus produtos



A imagem acima apresenta a tela de meus produtos, que só terá acesso o vendedor, nesta tela mostrara os produtos do vendedor caso ele tenha e cadastrar um novo produto.

Figura 17 – Tela de doar



A imagem acima apresenta-se a tela de doar, em que irá explicar sobre como funciona o sistema de doação do site, com as opções de “Quero doar” com a finalidade para doação e “Preciso de tecidos” com a finalidade de solicitar tecidos e para efetuar essas opções o usuário precisara preencher um formulário.

Figura 18 – Tela do formulário de doação



A imagem acima apresenta a tela do formulário de doação, que será necessário caso o usuário queira doar algum tecido.

Figura 19 – Tela do formulário de solicitação

The image shows a web browser interface for a donation form. At the top, there is a navigation bar with the 'Chicago' logo on the left, a search bar with the text 'Pesquisar...', and several menu items: 'Início', 'Sobre', 'Loja', 'Meus Produtos', 'Pontuação', 'Doar', and a 'Login' button. Below the navigation bar, a green banner reads 'Formulário de Solicitação de Tecidos'. The form itself is a white box with the following fields: 'Usuário:' (text input), 'E-mail:' (text input), 'Endereço:' (text input), 'Celular:' (text input), 'Descrição da solicitação:' (text area), and 'Quantidade de tecidos solicitados:' (text input). A green button labeled 'Enviar Solicitação' is positioned at the bottom right of the form. The background of the page shows a person's arms working with fabric, with a 'VOLUNTEER' tag visible on the right.

A imagem acima apresenta a tela do formulário de solicitação, que será necessário caso o usuário queira solicitar algum tecido.

Figura 20 – Tela de pontuação

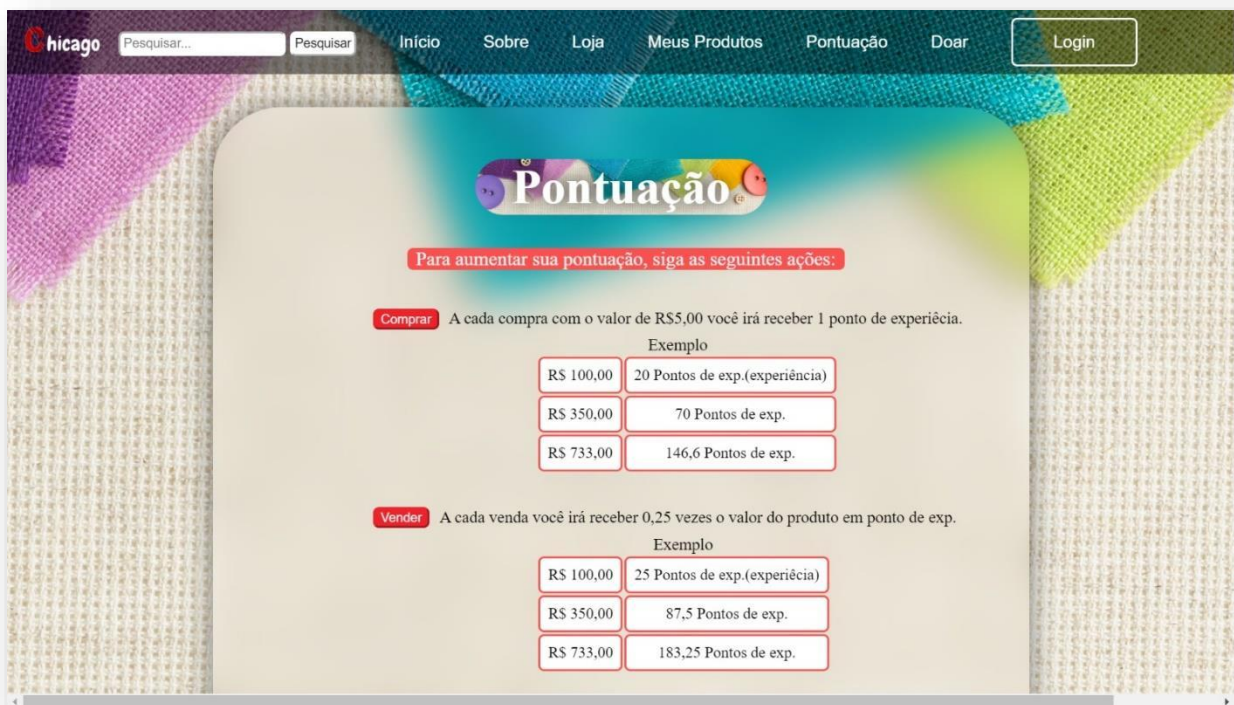
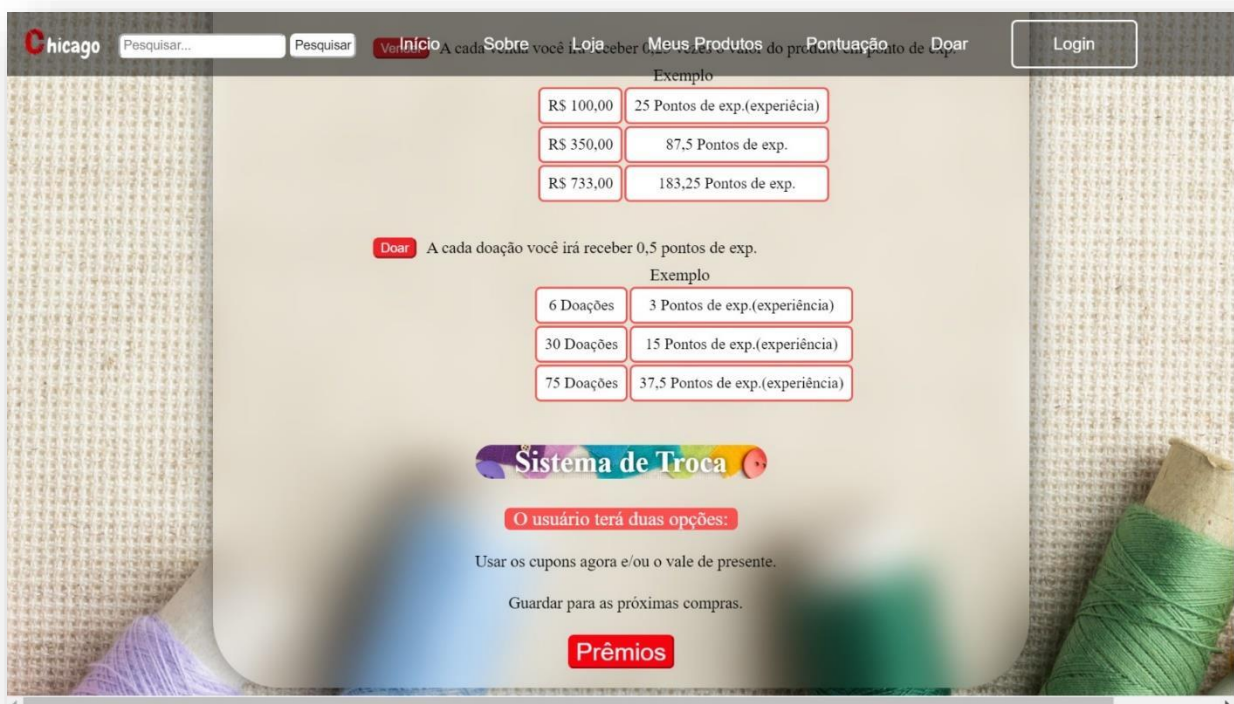


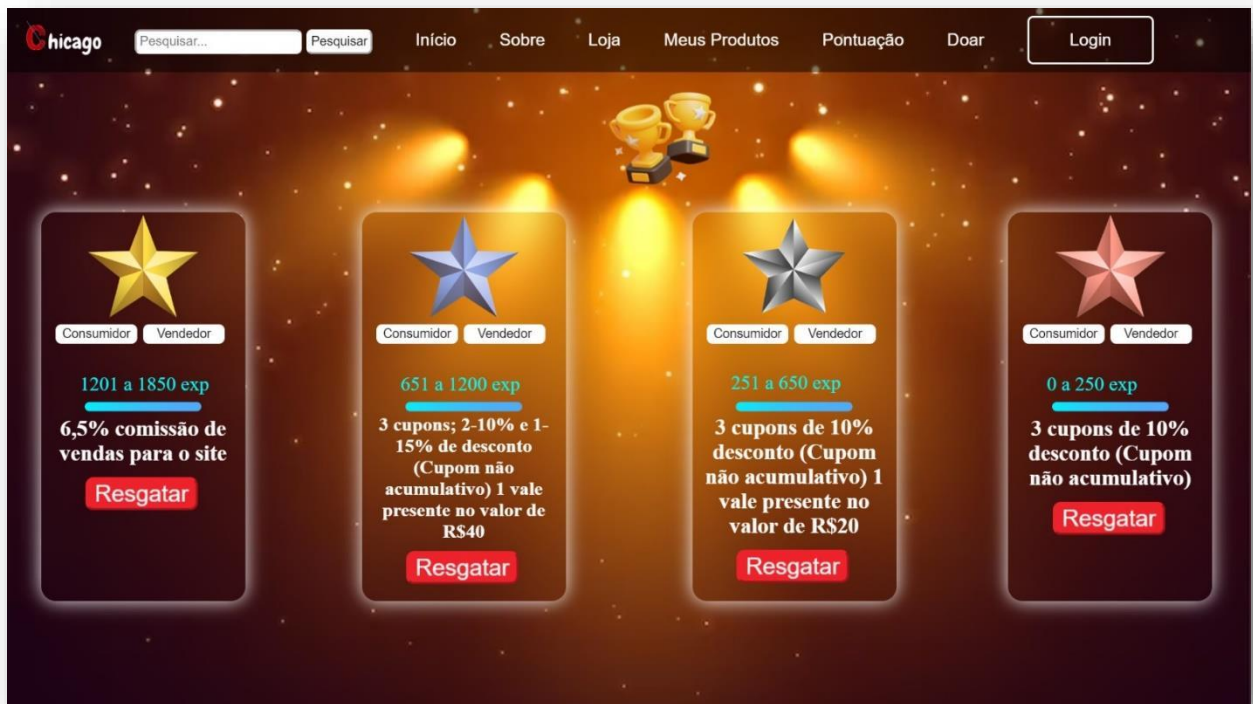
Figura 21 – Tela de pontuação



A imagem acima apresenta-se a tela de pontuação que ao clicar na “pontuação” que está localizada no menu da tela inicial ou das outras páginas o usuário é direcionado para esta tela que irá informar

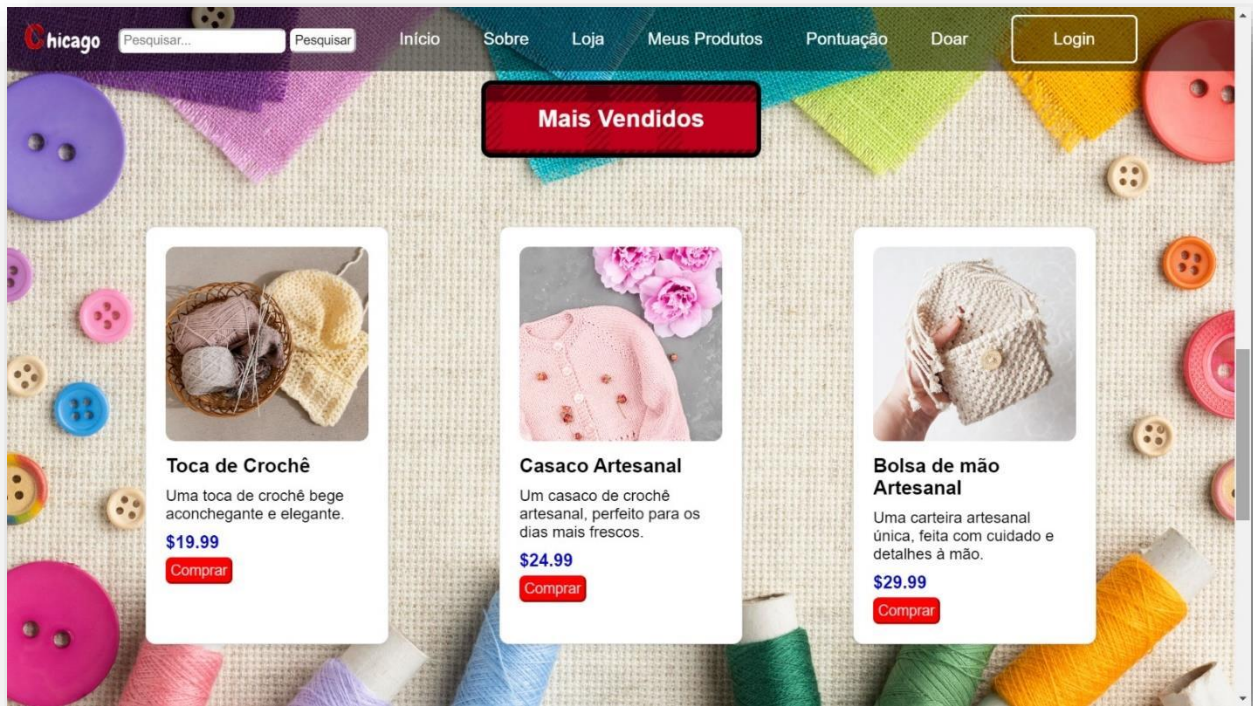
tudo o que o usuário precisa saber para utilizar o sistema de pontuação da maneira mais benéfica para ele e ao clicar no botão ver meu “Prêmios” o usuário é direcionado para a tela de ver minha pontuação e poderá reivindicar seus respectivos prêmios.

Figura 22 – Tela de prêmios (minha pontuação)



A imagem acima apresenta-se a tela de Prêmios (minha pontuação), que irá informar para o usuário quantos de pontuação ele possui e sua respectiva recompensa, também irá informar a quantidade de pontos necessários para ele subir para o próximo estágio(estrela).

Figura 23 – Tela inicial (loja)



A imagem acima apresenta-se a tela inicial, especificamente a parte em que aparece os produtos mais vendidos para chamar à atenção dos clientes, para tal será necessário rolar o *scroll* para baixo.

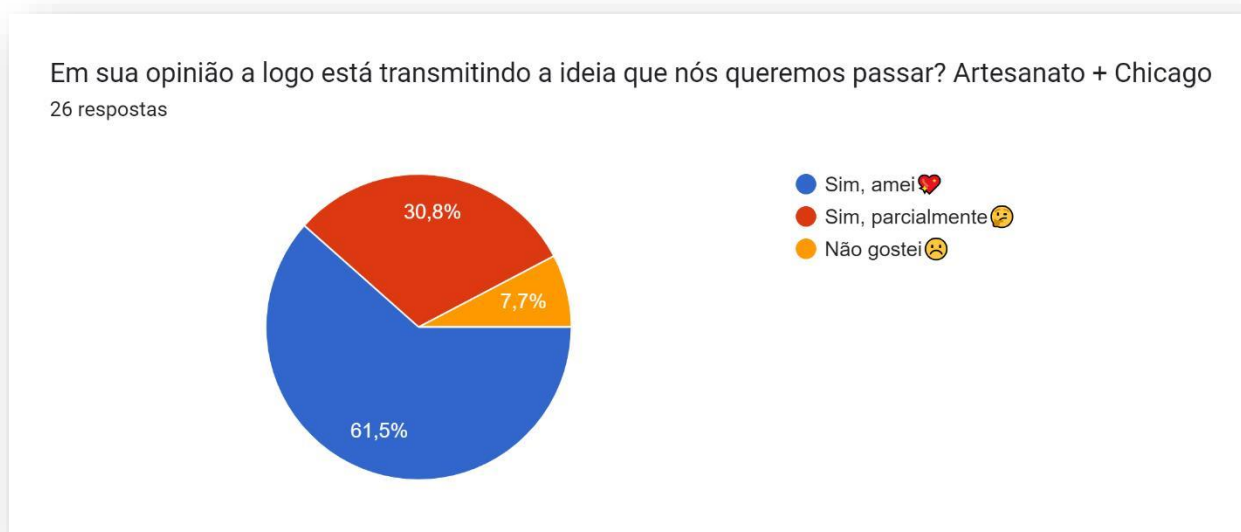
3.2.2 Processo de Validação

Para legitimar a proposta foi disposto uma pesquisa do qual objetivou-se verificar a perspicácia dos possíveis usuários em relação ao protótipo, considerando o modelo do site e as informações. A pesquisa foi realizada e aplicada para 28 pessoas, via Google Forms durante 7 dias, que estão envolvidas na área de Design UX, reciclagem, doações e vendas de tecidos, costureiras e artesãos.

Os resultados obtidos estão organizados nos gráficos e quadros abaixo.

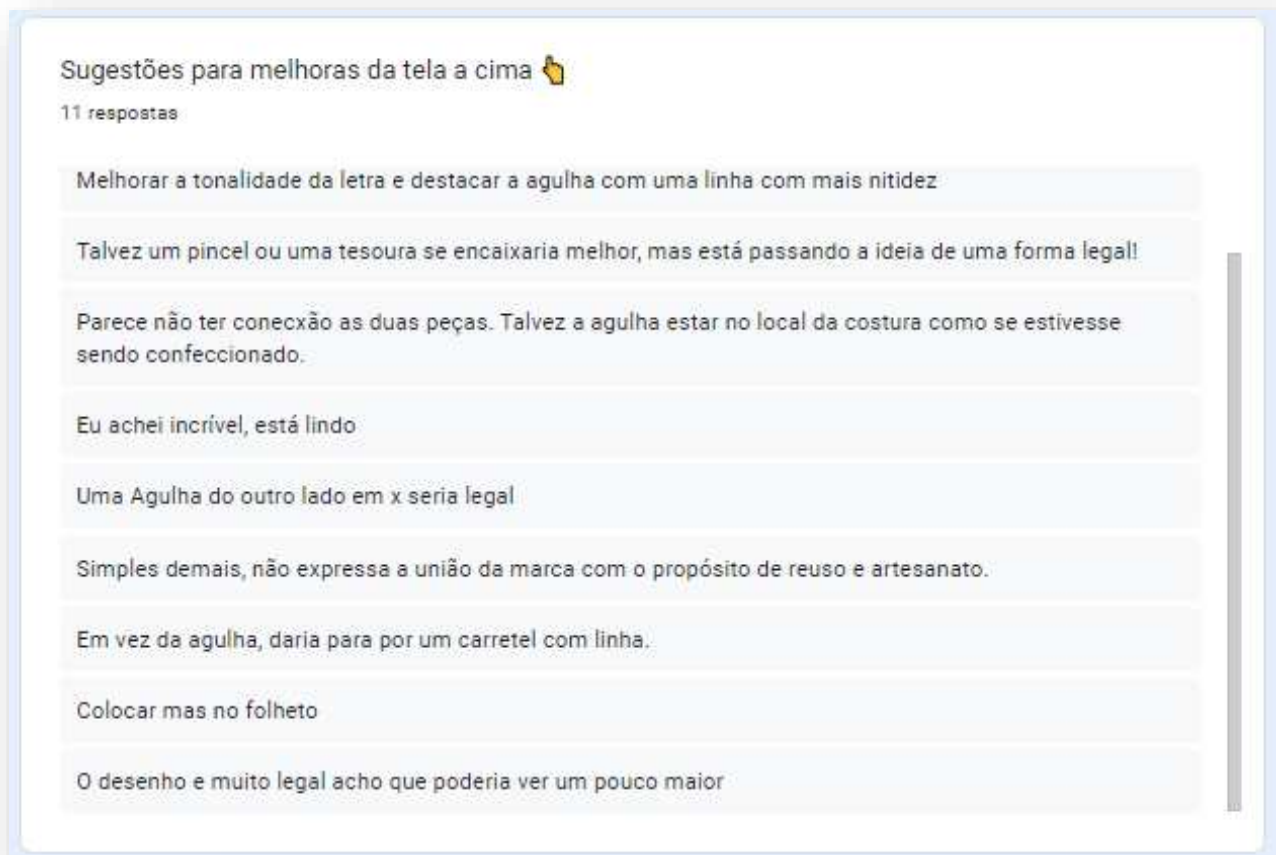
No presente gráfico 01, definiu-se que 61,5% de um total de 28 indivíduos tem a visão positiva do logo, avaliando como: “Sim, amei.”

Gráfico 01 – Logotipo



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 01 – Recomendações e observações recebidas

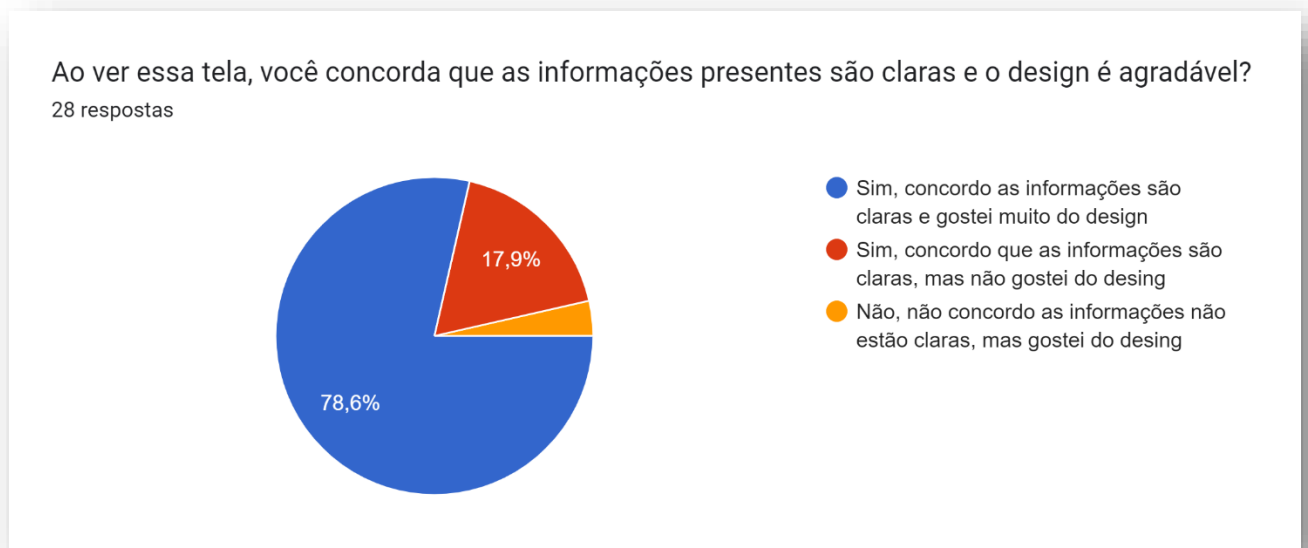


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A partir da análise dos 38,5% das respostas, foi indicado alguns feedbacks e conclui-se que a logo precisará sofrer algumas alterações, para assim, condizer com a proposta da empresa.

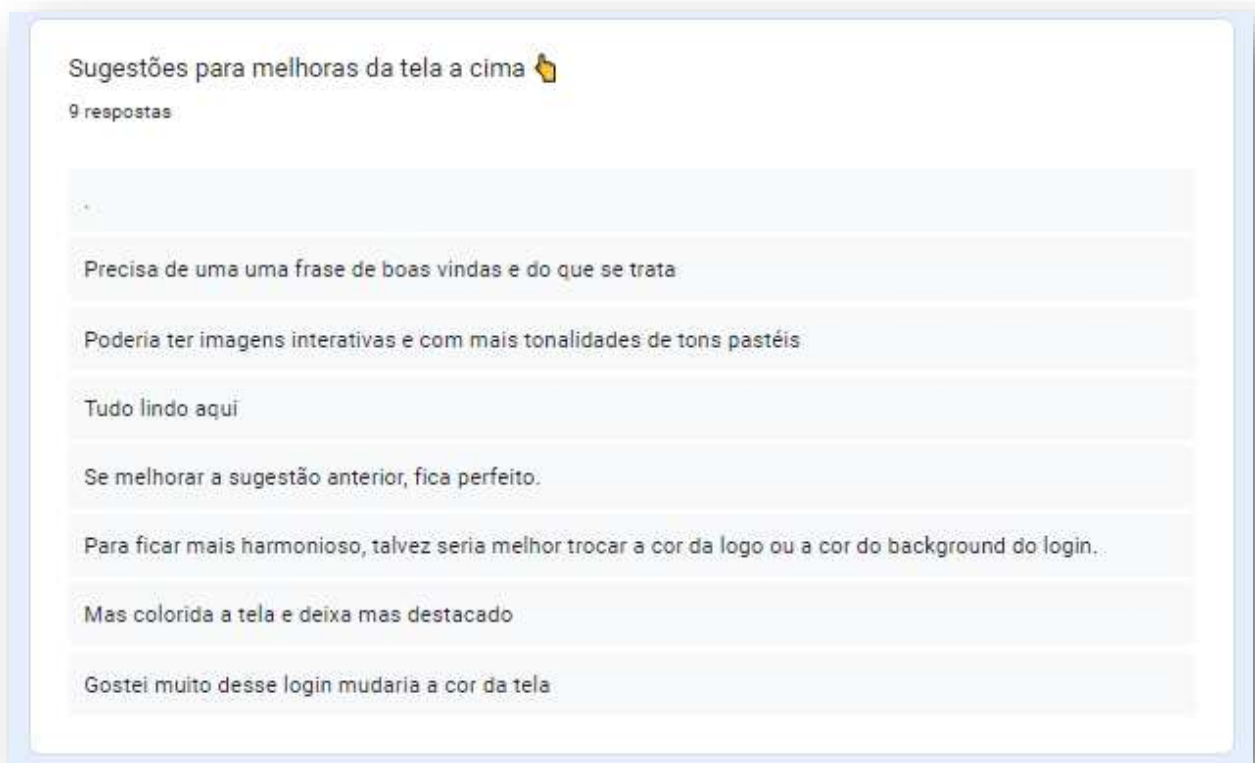
No gráfico 02, foi realizada uma análise da usabilidade da tela de login com base em fatores como a paleta de cores, a experiência sensorial, a legibilidade tipográfica, a qualidade das informações fornecidas e a experiência geral dos usuários. Os resultados revelaram que a maioria dos participantes expressou um nível de satisfação, indicando que as informações apresentadas na tela de login foram percebidas como claras e compreensíveis.

Gráfico 02 – Tela de Login



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 02 – Recomendações e observações recebidas da tela de login

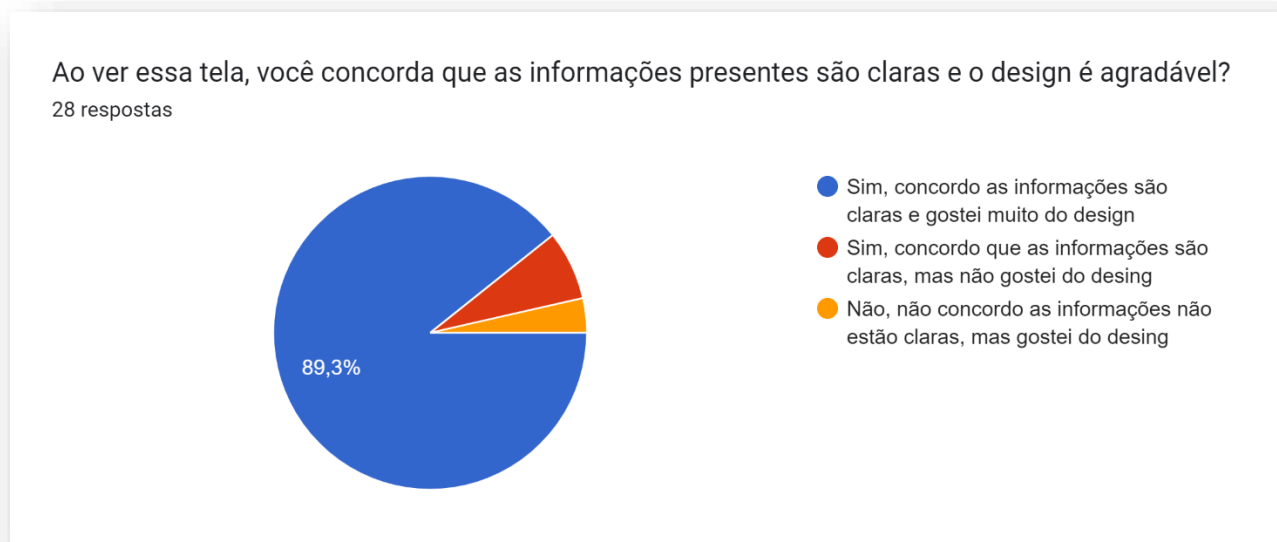


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Porém, entre os feedbacks recebidos, 21,4% dos participantes expressaram o desejo de ter ícones mais interativos e cores harmoniosas com a proposta sugerida na tela de login. Essa parcela dos usuários enfatizou a importância de elementos visuais mais atrativos e uma paleta de cores que esteja alinhada com a proposta geral do design da tela. Essa sugestão visa tornar a experiência de cadastro mais envolvente e esteticamente agradável para os usuários.

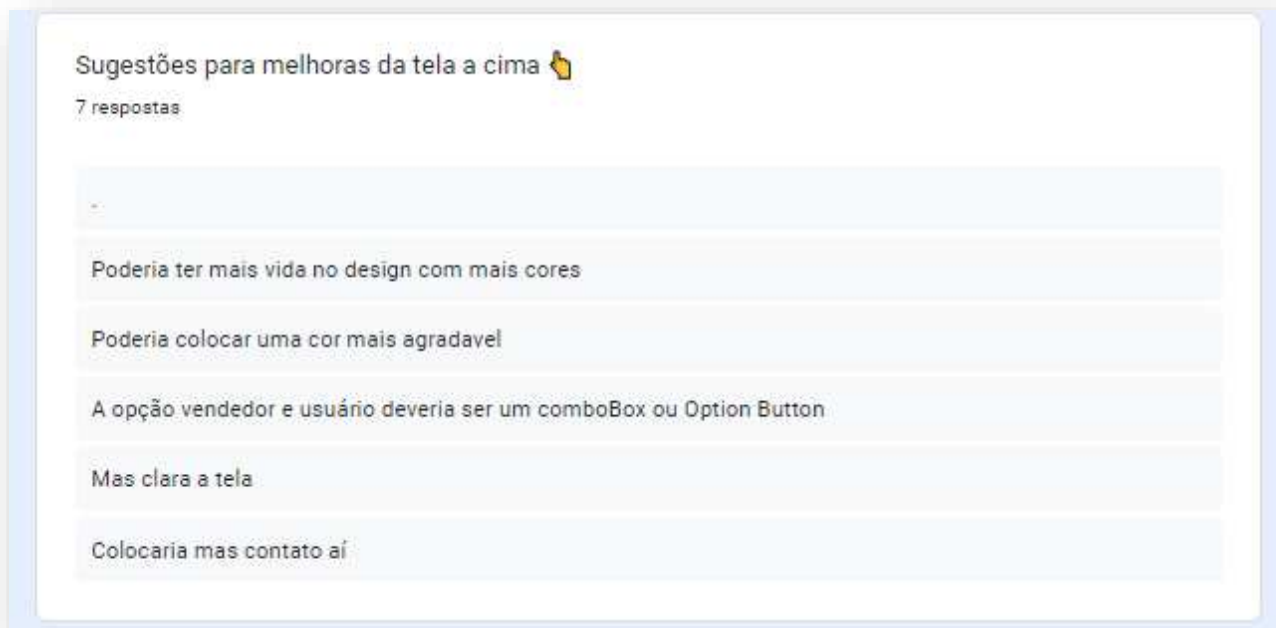
No gráfico 3, foi conduzida uma avaliação da tela de cadastro do vendedor, levando em consideração aspectos como cores, sensações, letras, informações e experiências. Os resultados revelaram que, em sua maioria, o feedback foi satisfatório, indicando que as informações apresentadas na tela de cadastro foram consideradas claras.

Gráfico 03- Tela de Cadastro



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 03 – Recomendações e observações recebidas da Tela de Cadastro

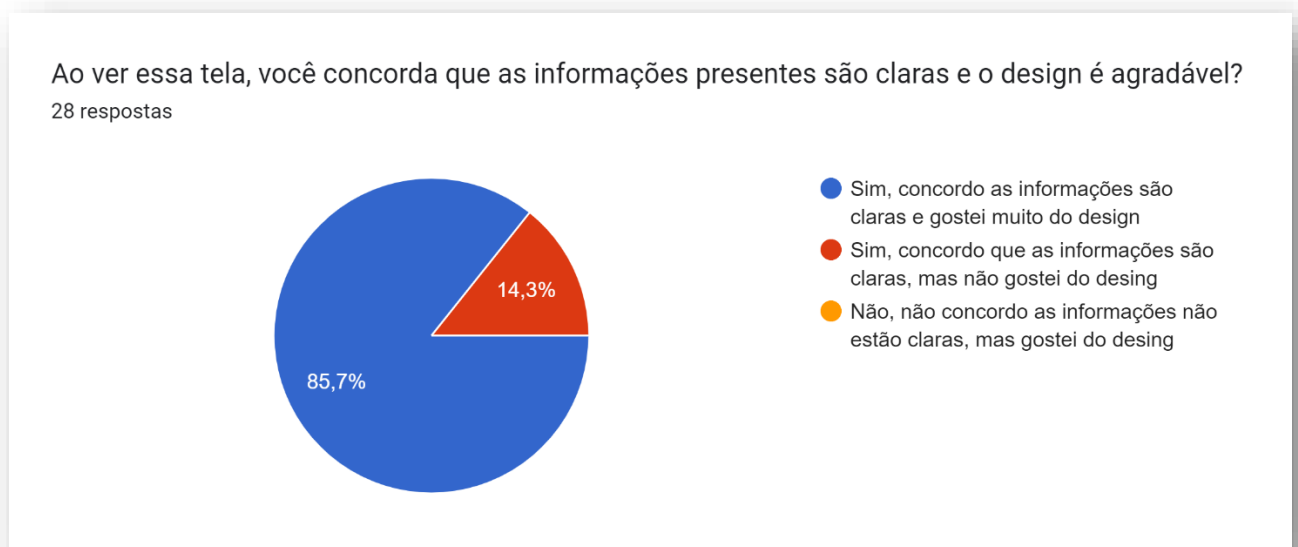


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Uma sugestão adicional mencionada é a de que a opção "Vendedor" e "Usuário" deveria ser apresentada como um combobox ou botão de opção (option button).

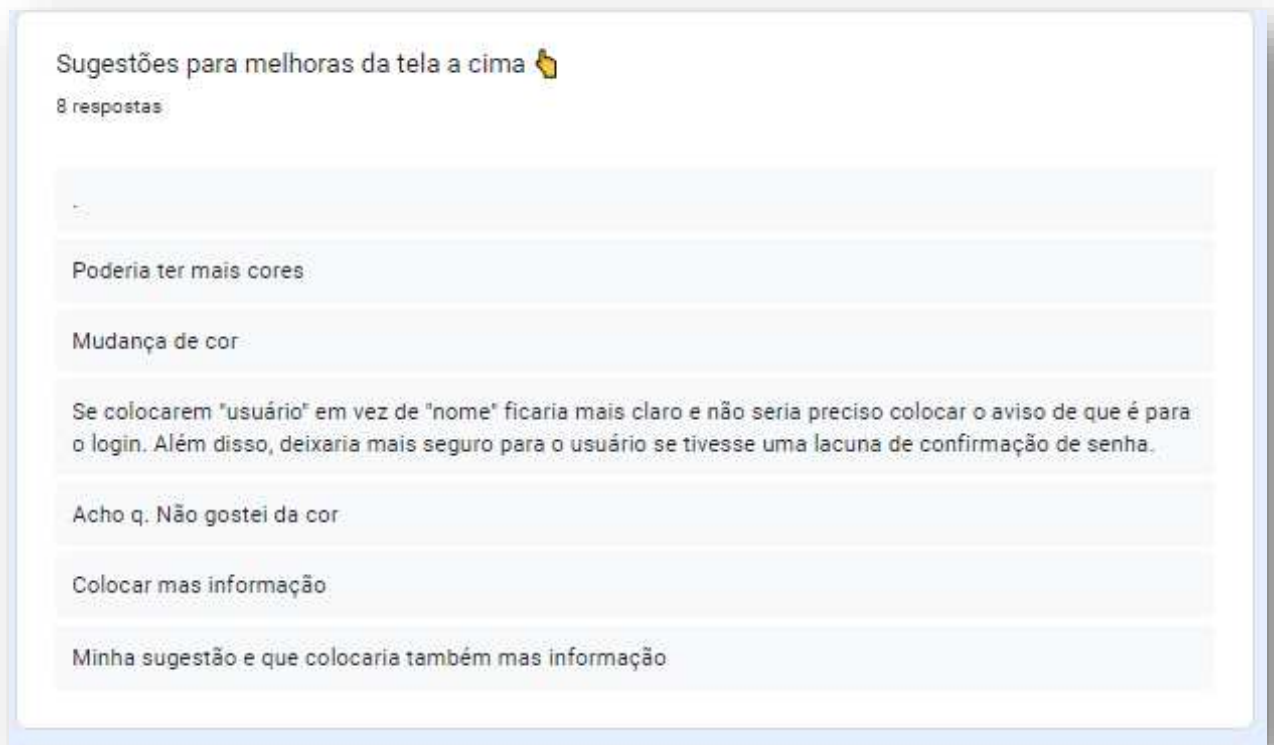
No gráfico 4, foi realizada uma análise da tela de cadastro do usuário, considerando elementos como segurança, cores, redação e clareza das informações. Os resultados revelaram que a maioria dos participantes, cerca de 85,7%, expressou satisfação, porém a menor parte dos indivíduos (14,3%) em relação a experiência de cadastro, à escrita e o design, indicaram que a tela foi percebida como parcialmente segura, apresentando falhas na confirmação de senha, exibindo cores inadequadas, redação imprecisa e informações abstratas.

Gráfico 04- Informações



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 04 – Recomendações e observações recebidas do Design

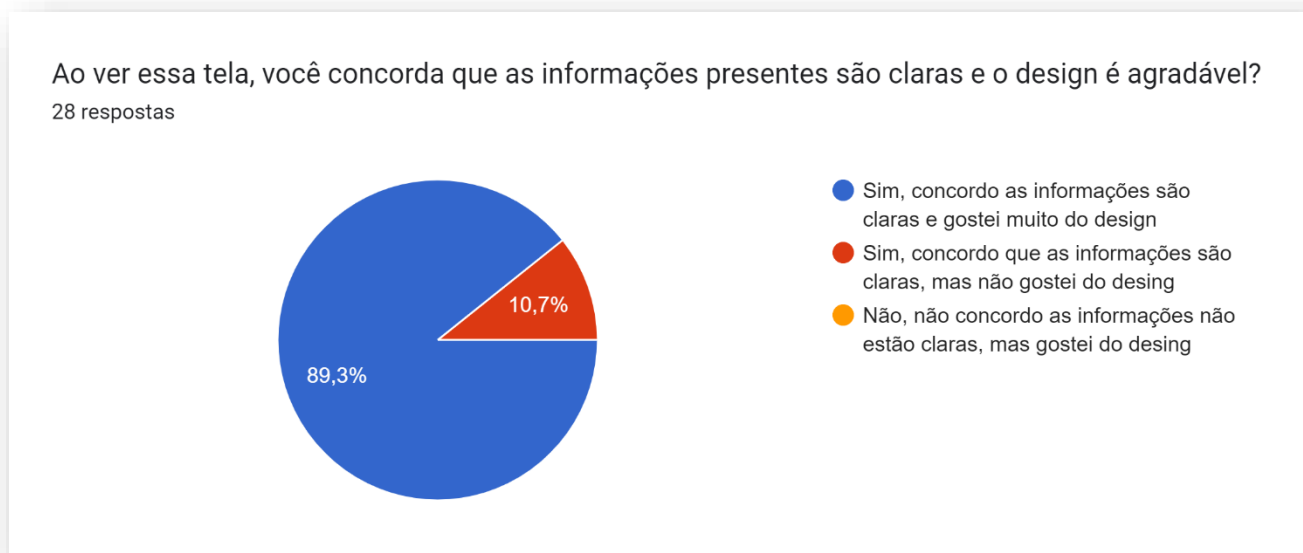


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

A maior parte do feedback recebido foi positiva, porém indicou a necessidade de reforçar a segurança e a clareza das informações apresentadas na tela de cadastro do usuário. Isso implica que os participantes desejavam uma abordagem mais robusta em relação à proteção dos dados e uma melhor comunicação das informações necessárias durante o processo de cadastro. Uma sugestão adicional mencionada é substituir a redação de algumas informações nos elementos de etiqueta (label) HTML.

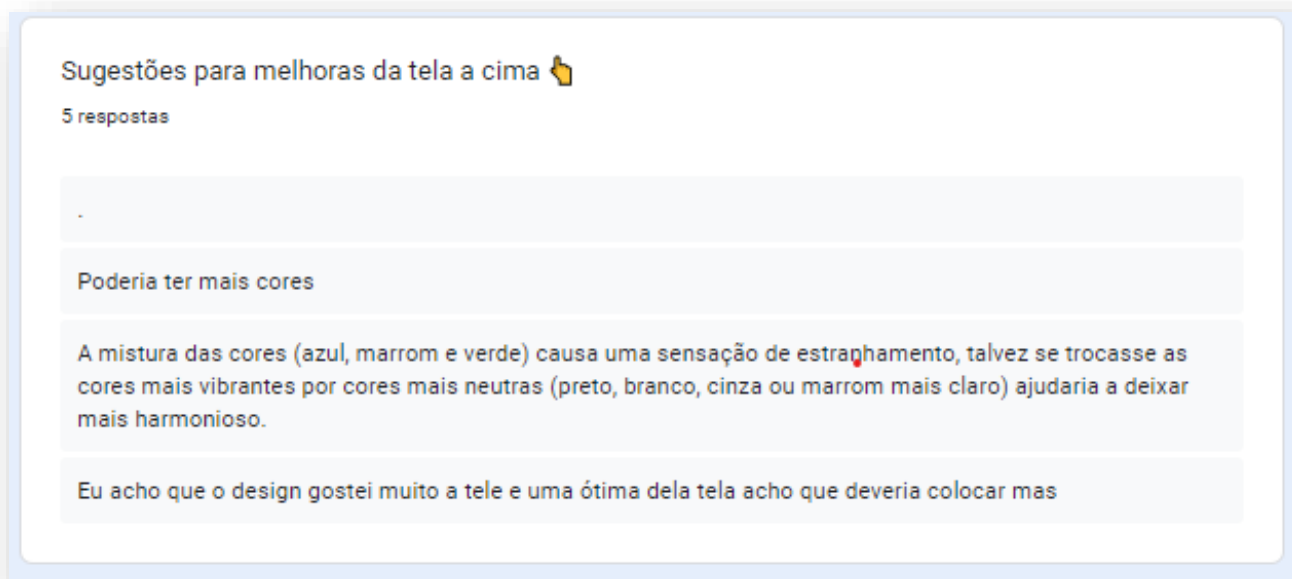
Gráfico 5- Após a análise da tela inicial, constatou-se uma alta taxa de satisfação de 89,3% entre os usuários, levando em consideração os elementos de design, cores, elementos e informações apresentados.

Gráfico 05- Informações



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 5- Observações recebidas.



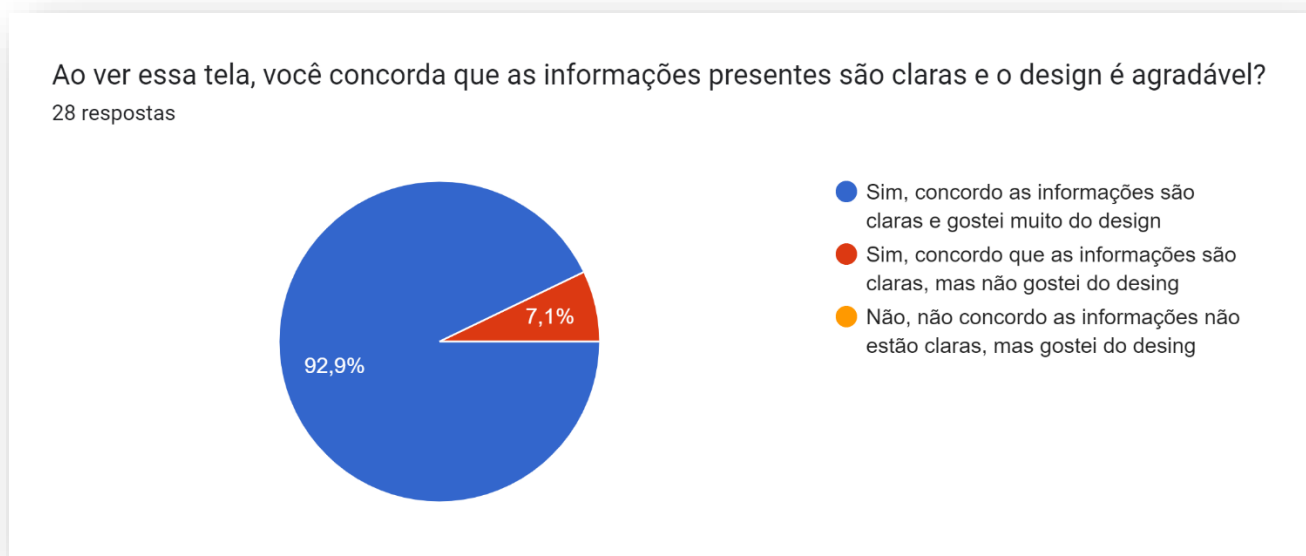
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

No entanto, uma sugestão mencionada foi a melhoria da harmonia das cores utilizadas na interface.



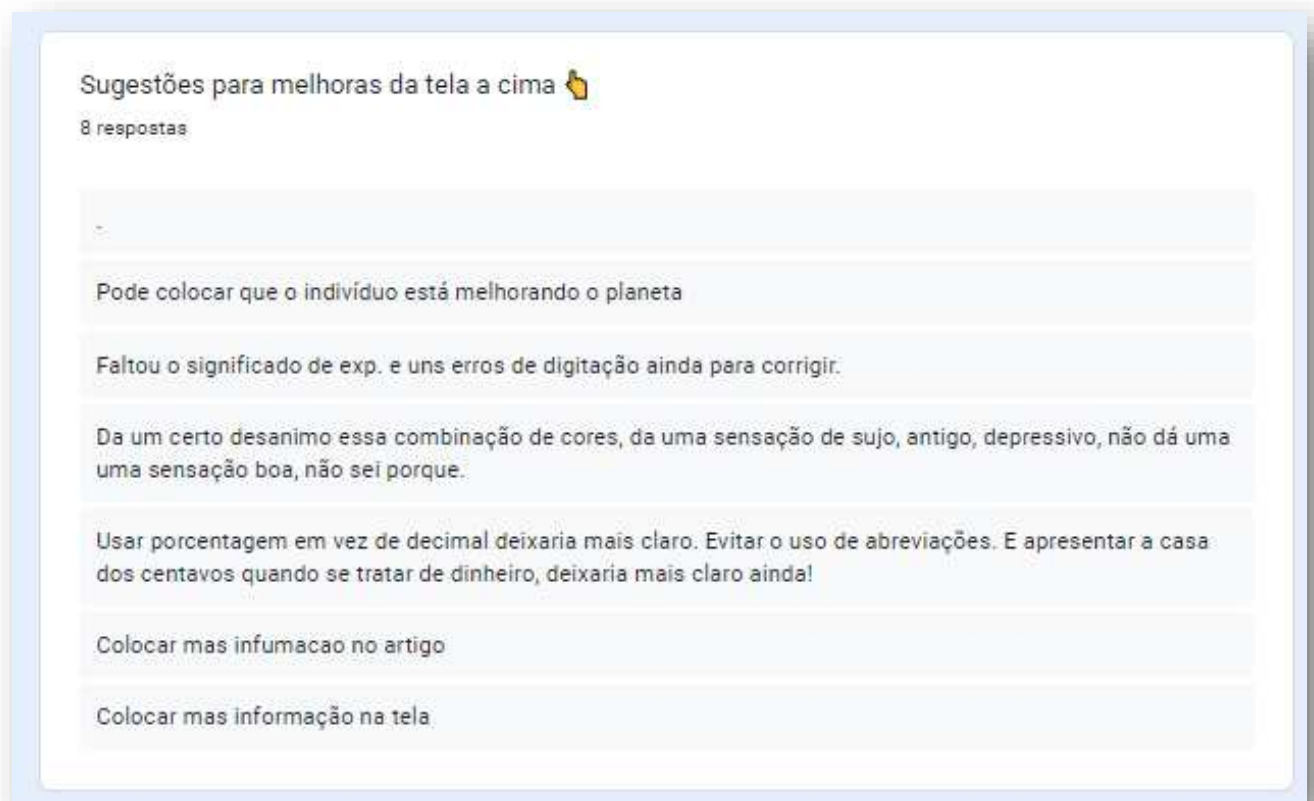
Gráfico 6- Um total de 92,9% dos participantes concordou com as informações e o design apresentados. Isso indica uma alta taxa de aprovação em relação à combinação de elementos, informações e design utilizados no sistema avaliado.

Gráfico 06- Informações



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 6- Recomendações e observações recebidas.

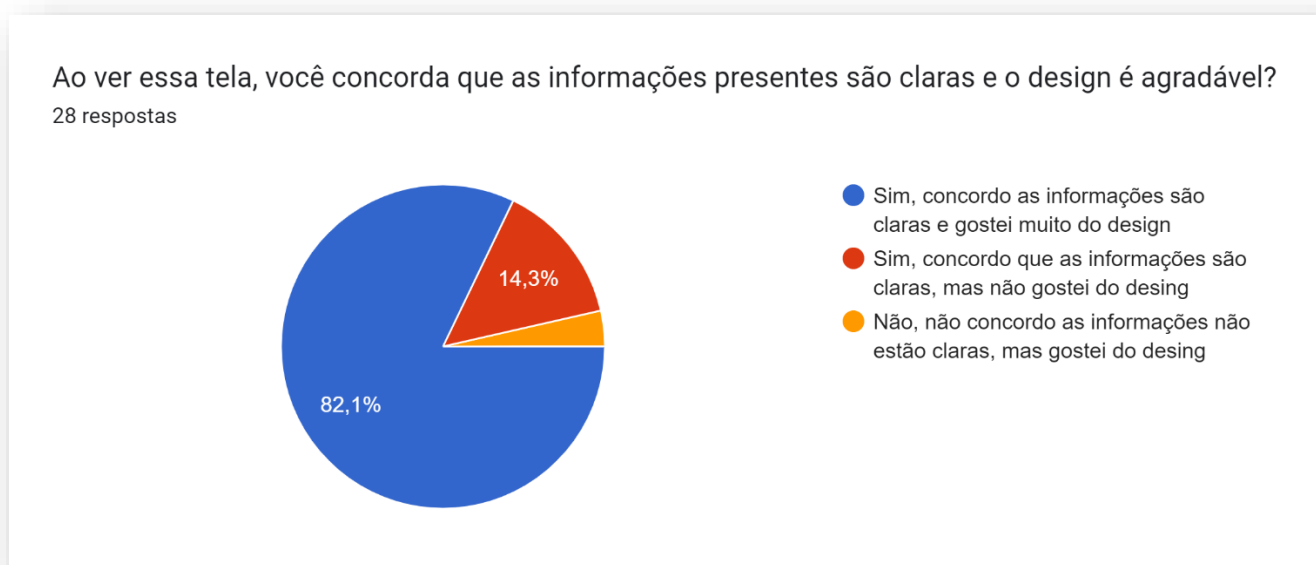


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Conclui-se que no sistema de rank que envolve as funcionalidades de doação, compra e venda, foi sugerido evitar abreviações como "exp"(experiência) e realizar ajustes para transmitir maior credibilidade em relação a alguns aspectos.

Gráfico 7- Com base nas respostas coletadas, 82,1% dos participantes concordaram que as informações presentes na tela são claras e também expressaram apreço pelo design. No entanto, uma parcela dos respondentes indicou que, embora as informações sejam claras, não estão satisfeitos com o design da tela. Esses dados mostram que a maioria dos usuários considera a clareza das informações satisfatória, mas há divergências em relação à preferência estética do design.

Gráfico 07- Informações



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 7- Recomendações e observações recebidas.

Sugestões para melhoras da tela a cima 🙌

7 respostas

1

Aqui eu acredito que há muita informação na tela

Não sei do que se trata o ranks, por isso a pergunta deixa de ter sentido para mim. Usar palavras ou expressões em outro idioma que não seja o nativo, perde toda a essência da cultura local. Valorizem suas raízes.

Colocar os ranqueamentos do menor para o maior e da esquerda para a direita. Melhorar a centralização das informações. E engrossar a borda da barra de experiência ou deixá-la com uma cor mais vibrante.

Alimentar mas as letras e mas sugestão

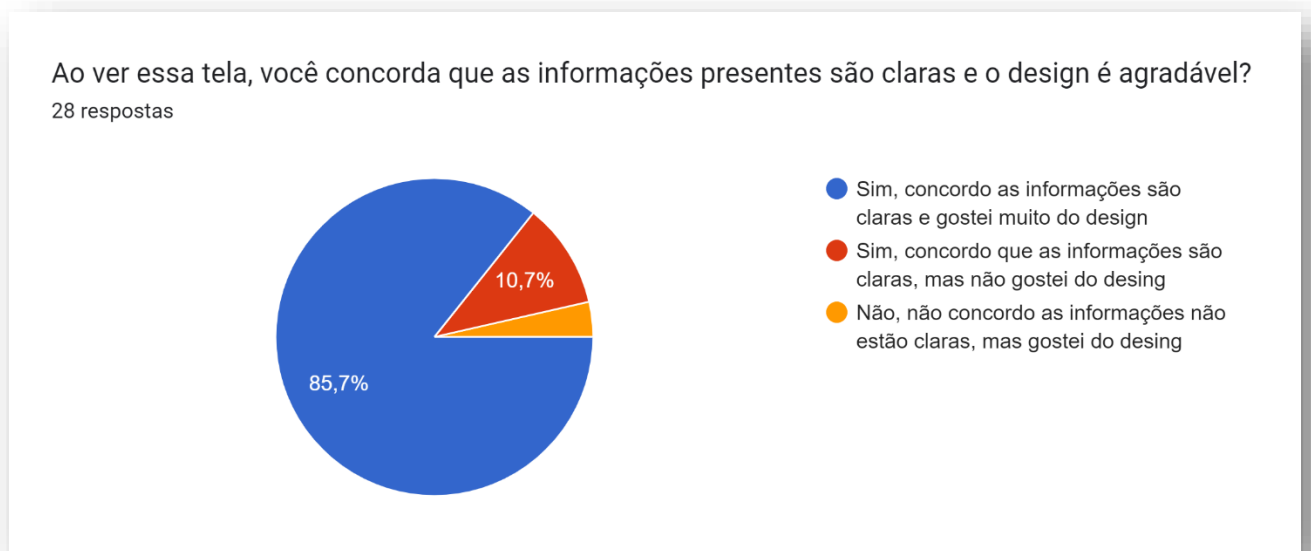
Alimentar as letras

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Conclui-se que há uma preocupação em simplificar a quantidade de informações exibidas, tornar a interface mais acessível culturalmente, melhorar a organização visual e a legibilidade dos elementos textuais. Além disso, sugere-se enfatizar o destaque da barra de experiência e aprimorar a apresentação geral da tela. Essas sugestões visam aperfeiçoar a usabilidade e a compreensão dos dados apresentados, proporcionando uma experiência mais agradável e intuitiva para os usuários.

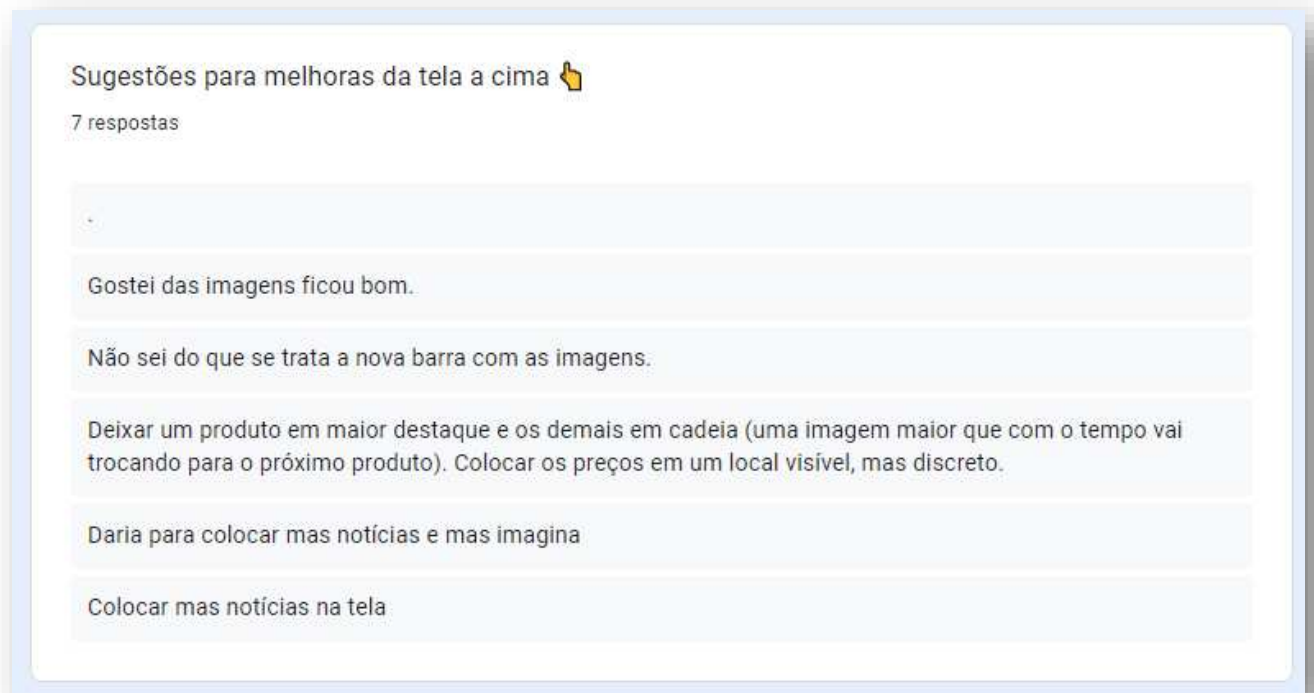
Gráfico 8- Com base nas respostas coletadas, 85,7% dos participantes concordaram que as informações presentes na tela são claras e também expressaram apreço pelo design. Apenas 10,7% dos respondentes indicaram que, embora as informações sejam claras, não estão satisfeitos com o design da tela. Esses resultados mostram uma alta proporção de usuários que consideram tanto a clareza das informações quanto o design da tela agradáveis.

Gráfico 08- Informações



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Quadro 08- Recomendações e observações recebidas.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Com base nas sugestões fornecidas para melhorias na tela mencionada, é possível concluir que há um feedback positivo em relação às imagens presentes na tela. No entanto, também foi identificada a necessidade de esclarecer a nova barra de imagens para evitar confusão. Além disso, sugere-se destacar um produto específico com uma imagem maior que muda ao longo do tempo, enquanto os demais produtos são apresentados em sequência. Colocar os preços de forma visível, mas discreta, também foi sugerido.

3.3 Pivotagem do Produto

Em relação aos quadros apresentados “Sugestões para melhoras”. Entende-se que as sugestões fornecidas pelos participantes abrangem diversas áreas de melhoria para a tela em questão. Há uma variedade de opiniões, desde elogios às imagens presentes até críticas em relação ao uso de cores, clareza das informações e design em geral. Algumas sugestões envolvem ajustes na tonalidade da letra, destacar elementos com mais nitidez e melhorar a conexão visual entre os elementos. Também foram mencionadas sugestões para adicionar mais informações, notícias e cores, além de aprimorar a organização dos ranqueamentos e centralizar as informações.

Essas sugestões refletem a importância da clareza, harmonia visual e usabilidade na tela, além de destacar a necessidade de considerar as preferências dos usuários e garantir uma experiência agradável. Ao implementar essas melhorias, é possível aumentar a satisfação dos usuários e proporcionar uma experiência mais eficiente e agradável na utilização da plataforma.

Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

A poluição no Brasil tem apresentado um crescimento constante ao longo dos anos. Segundo a União Nacional da Bioenergia (UDOP), o país foi classificado em 2021 como o quarto maior emissor de gases poluentes do mundo. Além disso, de acordo com o site da Rádioagência Nacional, a indústria da moda é considerada a segunda mais poluidora globalmente. Um estudo realizado em 2022 pela Global Fashion Agenda revelou que mais de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis foram descartadas nos últimos anos, com uma projeção de aumento de 60%, ou seja, mais de 140 milhões de toneladas nos próximos oito anos.

De acordo com a pesquisa da CNN Brasil, o Brasil contribui com mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis descartados anualmente, correspondendo a 5% de todos os resíduos produzidos no país. Esses dados são provenientes de um novo levantamento realizado pela Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe) e divulgados primeiramente para a CNN.

Especialistas alertam que a decomposição de roupas, especialmente aquelas feitas com fibras sintéticas, pode levar centenas de anos, enquanto os componentes químicos presentes nesses materiais podem contaminar o solo e a água. Além disso, a cadeia de produção e o descarte inadequado das roupas também resultam na emissão de gases de efeito estufa. Diante desse contexto, o professor e empresário Fernando Dantas, especialista em empreendedorismo, destaca a importância e a urgência de sensibilizar tanto produtores quanto consumidores da indústria da moda e têxtil para a criação e produção de produtos sustentáveis.

No site da “solutudo” foi encontrado 536 empresas relacionadas a tecido em Marília. Considerando todos esses fatores, surge a necessidade de atender aos apelos de diversos especialistas para solucionar esses problemas e auxiliar microempreendedores na implementação de práticas sustentáveis em seus negócios.

4.2 Pesquisa de Campo

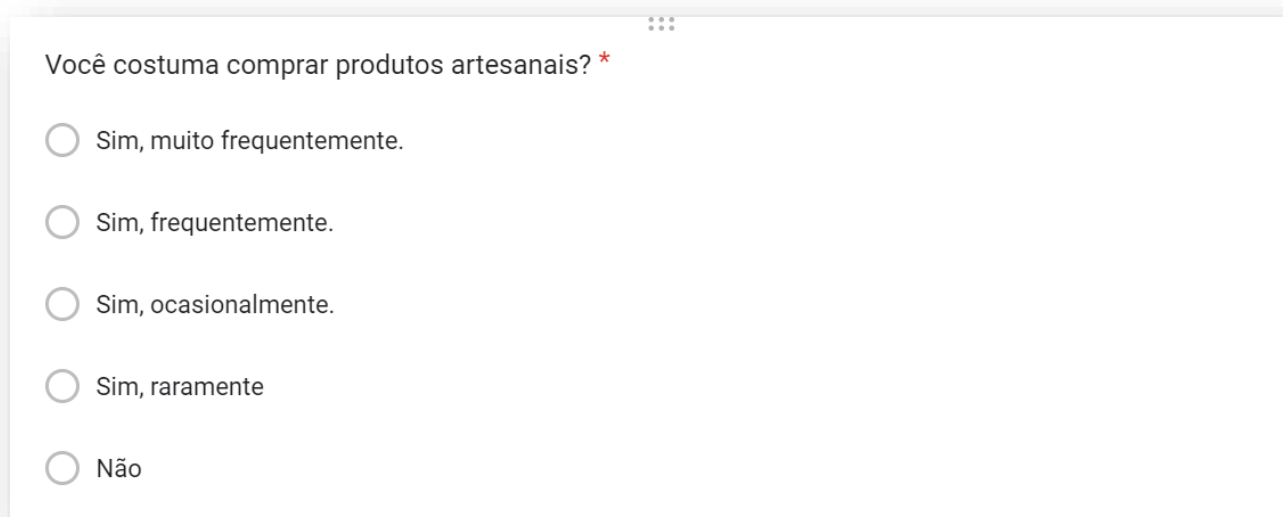
Objetivos:	Verificar a quantidade de público-alvo e o nível de interesse do nosso produto
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Artesões, empresas e futuros clientes
Tamanho do Universo:	536
Tamanho da Amostra:	25
Mg Erro:	15%
Nível de Confiança:	85%

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

Para validar a viabilidade e o potencial de nosso projeto, conduzimos uma pesquisa por meio de um formulário Google. O objetivo primordial dessa pesquisa era investigar o comportamento do nosso público-alvo em relação à reciclagem de tecidos e outros materiais, bem como entender detalhadamente como eles adquirem esses produtos em termos de frequência e métodos de compra. Lamentavelmente, a coleta de dados por meio do questionário enfrentou desafios significativos ao longo de um período de 25 dias, resultando em uma amostra não intencional. Isso se deve, em grande parte, à limitação de tempo enfrentada pelos profissionais do ramo de artesanato, que tornou difícil a participação ativa na pesquisa. Além disso, algumas respostas não foram obtidas devido à falta de engajamento ou ao não reconhecimento do questionário por parte do público-alvo. Essa baixa taxa de participação pode afetar a representatividade dos resultados e a amplitude das conclusões que podemos derivar da pesquisa. No entanto, é importante reconhecer que as circunstâncias e os desafios inerentes a pesquisas desse tipo são comuns e podem ser enfrentados em diferentes contextos.

Na figura 24, foi perguntado a frequência que as pessoas costumam comprar produtos artesanais.

Figura 24- Pergunta retirada da pesquisa de campo



...
Você costuma comprar produtos artesanais? *

- Sim, muito frequentemente.
- Sim, frequentemente.
- Sim, ocasionalmente.
- Sim, raramente
- Não

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 25, foi perguntado qual a plataforma que as pessoas mais utilizam para comprar produtos artesanais.

Figura 25- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Se sim, em qual plataforma? *

- Elo 7
- Mercado livre
- Olx
- Não compro produtos artesanais.
- Outros...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 26, foi perguntado como entrevistado se identifica.

Figura 26- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Você é: *

- Empresa de Médio/ Grande Porte
- Empresa de Pequeno Porte
- Microempresa
- Microempreendedor Individual
- Artesão não registrado
- Outros...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 27, foi perguntado qual o ramo de atividade dos profissionais.

Figura 27- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Ramo de atividade: *

- Malharia, fábricas têxteis, fábrica de vestuários.
- Artesão de patchwork, aromatizador, almofada, bijuteria, brinquedos, decorações, acessórios, etc.
- Outros

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 28, é apresentado uma pergunta direcionada à artesãos, questionando quais os produtos confeccionados.

Figura 28- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Se você é artesão, quais os produtos que fabrica? Selecione mais de uma opção.

- Patchwork
- Aromatizador
- Almofada
- Bijuteria
- Brinquedos
- Decorações
- Acessórios
- Outra opção...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 29, foi perguntado aos artesões se utilizam materiais recicláveis para a produção de artesanatos.

Figura 29- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Você utiliza materiais reciclados na produção dos produtos artesanais? *

- Sim, utilizo materiais recicláveis principalmente retalhos de tecido para fazer meus produtos
- Não utilizo, mas tenho interesse de receber doação e utilizar.
- Não utilizo e não tenho interesse.
- Outra opção...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 30, foi perguntado aos artesões se eles recebem doação de tecidos para a produção de artesanatos

Figura 30- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Você recebe doações de tecidos, retalhos e roupas de empresas? *

- Sim, já recebo doações de instituições e pessoas.
- Não, mas tenho interesse em receber doações.
- Não, não tenho interesse em receber.
- Outra opção...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 31, foi perguntado aos artesões se eles teriam interesse em divulgar ou vender seus produtos na plataforma

Figura 31- Pergunta retirada da pesquisa de campo

Você teria interesse em divulgar ou vender seus produtos em um *marketplace*? *

*Marketplace: um espaço de venda na internet que reúne diferentes empresas ou pessoas vendendo produtos.

- sim, tenho muito interesse.
- não, pois já utilizo um marketplace.
- não tenho interesse.
- Outra opção...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 32, foi perguntado aos artesões quais são as maiores dificuldades em relação a vendas e produtos online

Figura 32- Pergunta retirada da pesquisa de campo

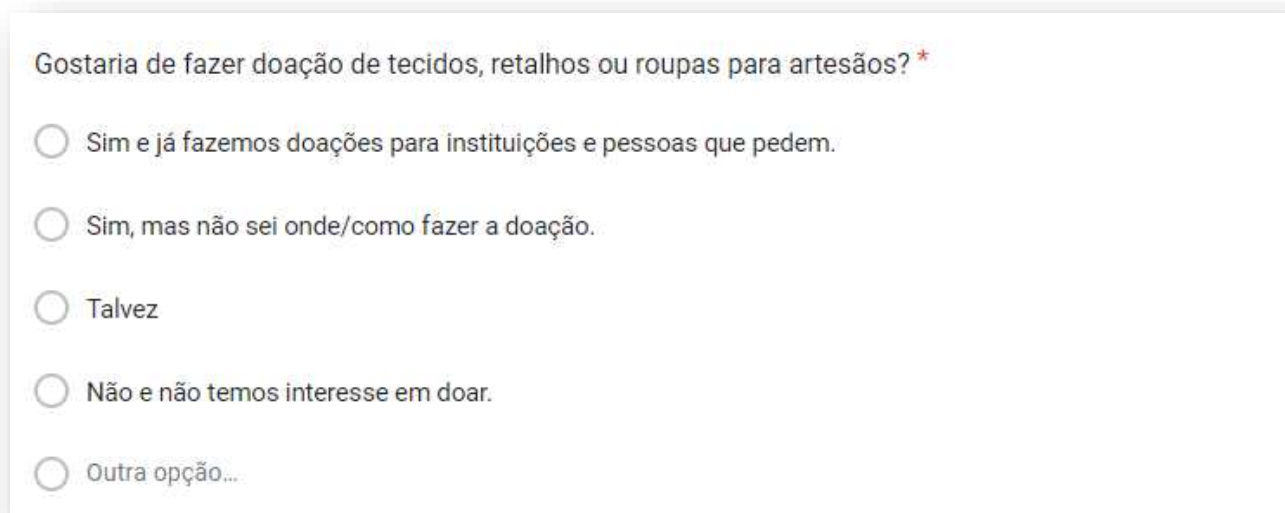
Quais dificuldades você encontra com venda de seus produtos online? Selecione mais de uma *

- Tirar foto dos produtos
- Postagem de produtos
- Descritivo dos produtos
- Comunicar com os clientes
- Administrar o marketplace
- Vender o esperado
- Não vendo e não tenho interesse em vender on-line
- Outra opção...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

Na figura 33, foi perguntado às empresas têxteis se elas teriam interesse em doar tecidos para estes artesões.

Figura 33- Pergunta retirada da pesquisa de campo.



Gostaria de fazer doação de tecidos, retalhos ou roupas para artesãos? *

- Sim e já fazemos doações para instituições e pessoas que pedem.
- Sim, mas não sei onde/como fazer a doação.
- Talvez
- Não e não temos interesse em doar.
- Outra opção...

Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

4.2.2 Análise de Dados

No gráfico 9, determinou-se a frequência da compra de produtos artesanais, mostrando que a maioria deles (32%), compram ocasionalmente.

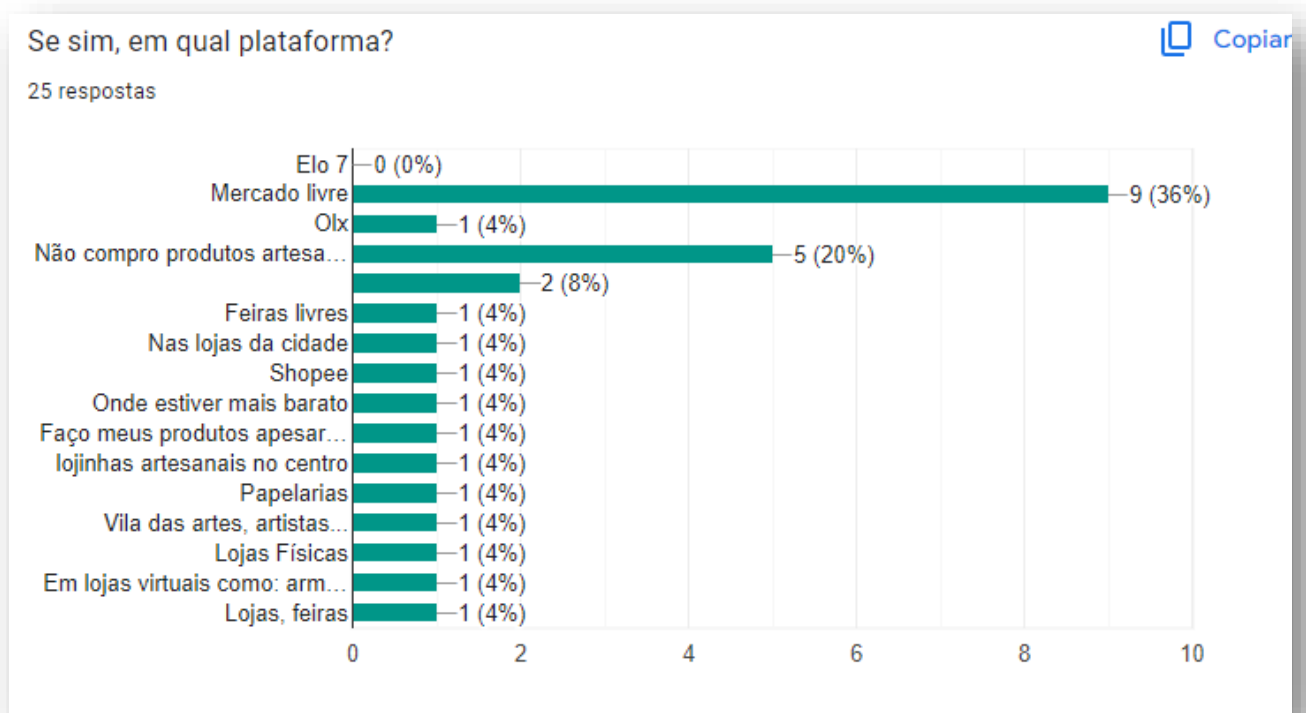
Gráfico 09 – Compra de produtos artesanais



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 10, foram identificadas as plataformas mais utilizadas pelos entrevistados para adquirir seus produtos, sendo que 36% deles optam pelo Mercado Livre.

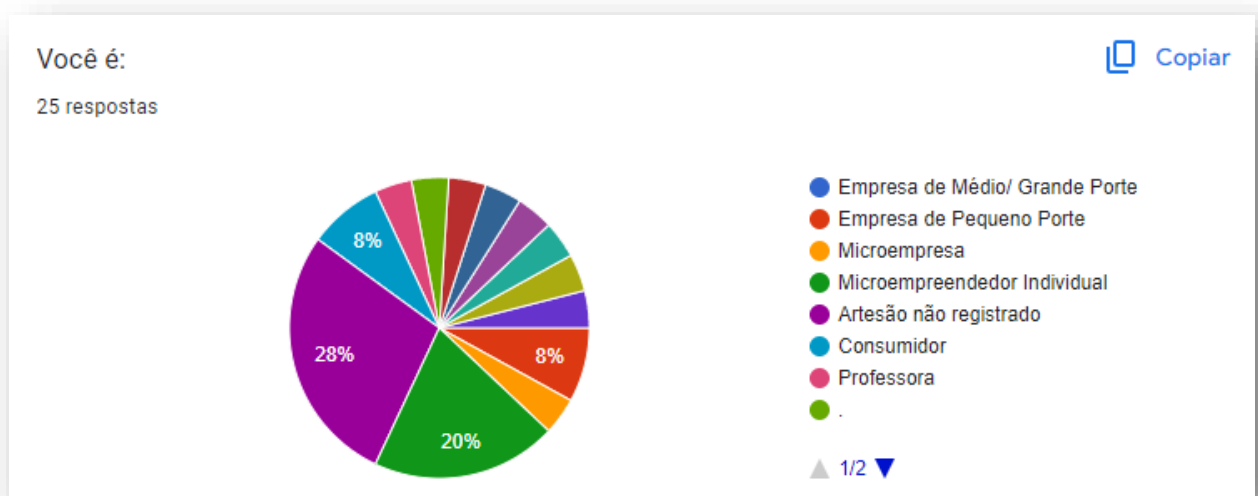
Gráfico 10 – Plataforma utilizada



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No gráfico 11, foram identificadas diversas respostas em relação ao seu registro, dentre eles 28% deles responderam que são artesão não registrados.

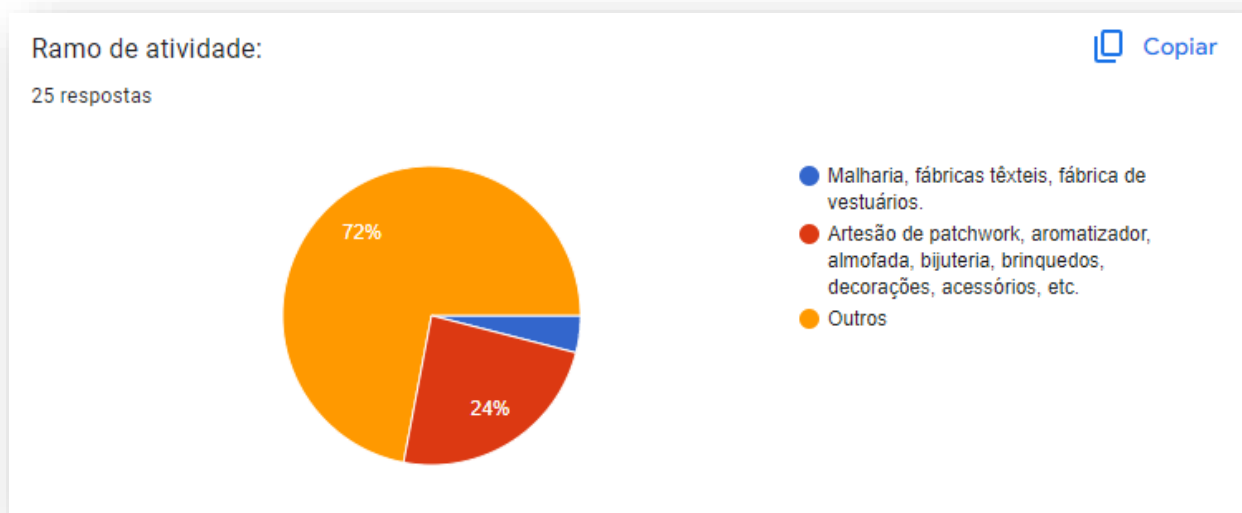
Gráfico 11 – Área de registro



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 12, constatou-se que 4% dos entrevistados afirmaram ser empresas, como malharias, fábricas têxteis e fabricantes de vestuário, enquanto 24% dos entrevistados declararam ser artesãos, envolvidos na produção de diversos produtos, como patchwork, aromatizadores, almofadas, bijuterias, brinquedos, decorações, acessórios, entre outros.

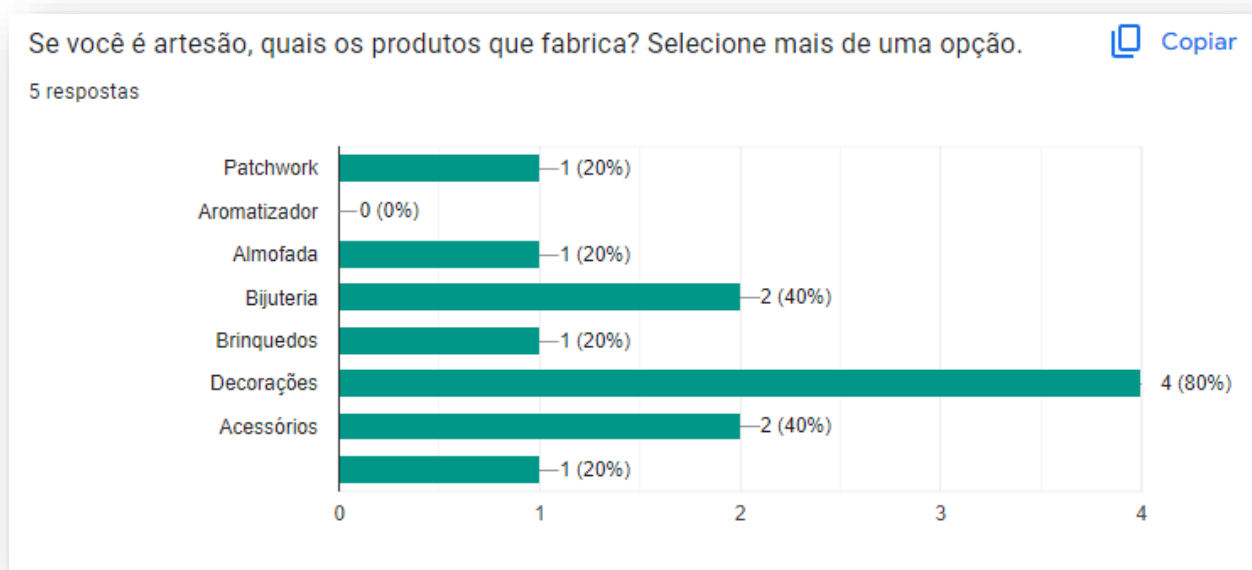
Gráfico 12 – Ramo de atividade



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 13, foi observado que a maioria dos artesãos se dedica à criação de decorações, com 80% deles optando por essa categoria, enquanto acessórios ocupam o segundo lugar, sendo escolhidos por 40% dos artesãos.

Gráfico 13 – Produtos fabricados pelos artesãos



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 14, a maioria dos artesãos opta pelo uso de materiais recicláveis, sendo os retalhos de tecido uma escolha predominante para a confecção de seus produtos

Gráfico 14 – Materiais reciclados.



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 15, é notável que metade dos entrevistados não recebe doações, no entanto, expressaram o desejo de receber essas doações para auxiliar na confecção de seus produtos.

Gráfico 15 – Recebimento de doações.



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 16, é evidente que apenas 16,7% das pessoas demonstram um real interesse em vender seus produtos online.

Gráfico 16 – Interesse em vendas.



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 17, podemos notar que os entrevistados enfrentam dificuldades tanto em atingir suas metas de vendas esperadas quanto em manter uma comunicação eficaz com os clientes. No entanto, é importante ressaltar que existem alguns artesãos que não têm interesse em vender mais, possivelmente devido à sua saída do ramo de artesanato.

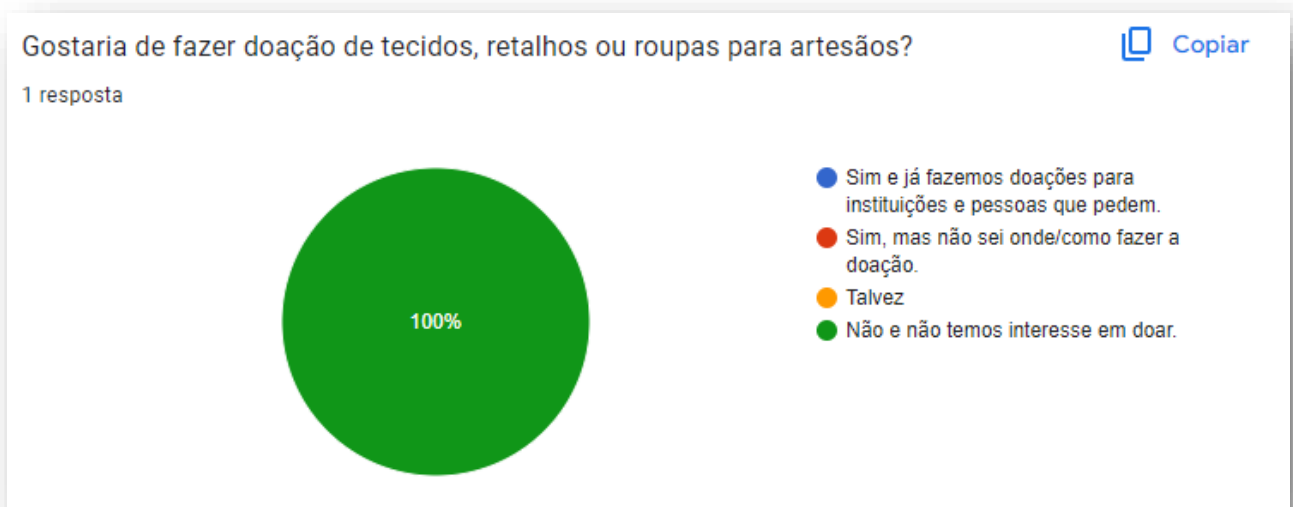
Gráfico 17 – Dificuldades encontradas.



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

No Gráfico 18, a baixa participação de indústrias e empresas têxteis na pesquisa pode ser atribuída à falta de tempo e interesse em responder ao questionário. Além disso, foi observado que essas empresas não demonstram interesse em doar seus retalhos.

Gráfico 18 – Recebimento de doações.



Fonte: elaborado pelos autores, 2023.

4.3 Competidores

Concorrentes	Fator 1	Fator 2	Fator 3
	Variedade	Logística	Preço
1. Elo 7	Oferece uma ampla variedade de produtos artesanais, incluindo itens únicos e personalizados	Variação de entrega depende dos vendedores individuais, com opção de frete como PAC, Sedex, entre outros.	Variedade de preço, incluindo produtos acessíveis e produtos exclusivos que podem ser mais caros.
2. Shopee	Tem uma variedade significativa de produtos, incluindo alguns itens artesanais, mas pode ser mais diversificado em outros produtos.	Custo de envio variado com base nos vendedores e produtos, tendo a opção de entregas grátis, express, padrão, etc.	Oferece uma faixa de preços, com produtos que podem ser competitivos em termos de preço.
3. Mercado Livre	Amplamente diversificado, com alguns produtos artesanais, mas a ênfase é em vendas em geral	A logística é determinada pelos fornecedores individuais, com variedade de opções de envio com prazos de entrega rápidos	Variedade de preços, com produtos artesanais e não artesanais de diferentes faixas de preço.
4. Instagram	Não é uma plataforma de e-commerce tradicional, mas os artesãos podem vender produtos diretamente através do Instagram	A logística é determinada pelos vendedores e pode incluir acordos de entrega personalizados, com prazos variados.	Os preços podem variar significativamente com base nos vendedores e não no tipo de produto.
5. Whatsapp	Também não é uma plataforma de e-commerce, mas pode ser usada por artesãos para vender produtos diretamente	A logística é determinada pelos vendedores e pode incluir acordos de entrega personalizados, com variação nos prazos de entrega	Os preços são negociados diretamente entre vendedor e comprador, variando conforme o acordo.

Com base na análise realizada a partir do formulário de pesquisa, foi possível identificar cinco empresas que se destacam como escolhas populares para a compra de produtos artesanais

pela internet. Dentre essas empresas, notamos que a plataforma Elo7 se destaca como a principal escolha para artesãos que buscam um canal de vendas específico para artesanatos.

A plataforma Elo7, de fato, apresenta-se como a líder em atender o público de artesãos. Esta liderança pode ser atribuída à sua reputação consolidada de oferecer um mercado virtual que valoriza a singularidade e a autenticidade dos produtos artesanais. Artistas e artesãos encontram no Elo7 um ambiente propício para apresentar suas criações, conquistar uma base de clientes fiéis e expandir seus negócios de maneira significativa.

No entanto, é fundamental reconhecer que as outras quatro empresas mencionadas - Shopee, Mercado Livre, Instagram e WhatsApp - desempenham papéis importantes no cenário do comércio eletrônico de artesanato. Embora o Elo7 seja uma opção primordial para muitos artesãos, essas outras plataformas oferecem oportunidades adicionais e complementares.

A diversidade de escolhas disponíveis nestas plataformas proporciona aos artesãos uma gama mais ampla de opções e oportunidades para apresentar e vender seus produtos de maneira eficaz. Cada uma dessas empresas oferece recursos e vantagens únicas que podem se adequar de forma variada às necessidades e preferências individuais de diferentes artesãos.

A Shopee, por exemplo, se destaca pela sua vasta audiência e promoções atrativas, o que pode ser vantajoso para artesãos que buscam um alcance mais amplo. O Mercado Livre oferece a conveniência de opções de pagamento seguras e métodos de envio simplificados. O Instagram, por sua vez, permite uma abordagem mais visual e personalizada na promoção de produtos artesanais, enquanto o WhatsApp oferece uma comunicação direta e eficaz com os clientes.

Em resumo, embora o Elo7 possa ser a escolha preferida para muitos artesãos, a inclusão das outras quatro empresas mencionadas na pesquisa proporciona uma visão mais abrangente do ecossistema de comércio eletrônico para produtos artesanais. Cada plataforma, com suas características distintas, contribui para a diversidade e o dinamismo desse setor, permitindo que artesãos escolham as opções que melhor se alinham com seus objetivos de negócios e estratégias de vendas.

4.4 Ambiente Interno e Externo

Este quadro SWOT oferece uma visão geral das condições internas e externas da empresa, Chicago, em relação às empresas mencionadas anteriormente.

Forças	Fraquezas
---------------	------------------

Internas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoio ao Empreendedorismo: A Chicago ajuda artesões a se tornarem microempreendedores, promovendo o crescimento econômico local. 2. Modelo de Negócios Único: A Chicago oferece um modelo de negócios que combina a venda de produtos artesanais com a reciclagem de tecidos, o que pode atrair artes preocupadas com a sustentabilidade. 3. Acesso a Matéria-Prima: A empresa tem acesso a fontes de matéria-prima, como retalhos de empresas doadoras, garantindo um fornecimento constante de tecidos para as artes. 4. Plataforma de Marketplace: Chicago possui uma plataforma online para facilitar a venda de produtos artesanais, alcançando um público amplo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dependência de Doações: Uma empresa pode depender de doações de empresas para obter tecnologias, o que pode ser inconsistente. 2. Concorrência com Grandes Plataformas: Enfrenta a concorrência de grandes empresas de e-commerce, como Shopee e Mercado Livre, que também atendem artesões. 3. Gestão de Logística: Lidar com a coleta e entrega de retalhos pode ser complexo e oneroso em termos de logística. 4. Reconhecimento de Marca: A Chicago pode enfrentar desafios na construção de uma marca reconhecível em um mercado competitivo.
	Oportunidades	Ameaças

Externas	<ol style="list-style-type: none"> Consciência Ambiental Crescente: O aumento da preocupação com o meio ambiente pode contribuir para a demanda por produtos sustentáveis, beneficiando empresas que incorporam reciclagem em seu modelo de negócios. Parcerias com Empresas Sustentáveis: Colaborações com empresas que compartilham valores de sustentabilidade podem abrir novas fontes de doações de tecidos. Expansão de Mercado: O mercado de artesanato online continua a crescer, oferecendo oportunidades para empresas que apoiam artesões. Educação Ambiental: Iniciativas de educação ambiental podem aumentar a conscientização sobre a reciclagem e, conseqüentemente, beneficiar empresas desse setor. 	<ol style="list-style-type: none"> Concorrência Crescente: O aumento da concorrência pode dificultar a diferenciação no mercado. Regulamentações Ambientais: Mudanças nas regulamentações ambientais podem afetar a forma como as empresas lidam com a reciclagem. Condições Econômicas Globais: Instabilidade econômica global pode afetar o poder de compra dos consumidores e a demanda por produtos artesanais. Ataques de Hackers: Hackers podem tentar invadir o sistema do seu site, comprometer informações de clientes ou danificar sua plataforma.
-----------------	---	--

4.5 Marketing e Vendas

Neste subtópico serão apresentadas as estratégias do composto de marketing (estudo do mercado) e as projeções de vendas baseado em indicadores de mercado e indicadores do setor de atividade.

4.5.1 Composto de Marketing

Produto	O principal serviço oferecido pela Chicago é uma plataforma online que facilita a venda de produtos artesanais. Isso inclui uma interface de marketingplace amigável para os artesões listarem seus produtos, além de um sistema de gerenciamento de estoque terceirizado para armazenar e disponibilizar os tecidos e retalhos doados. A Chicago também fornece suporte e recursos para ajudar artesões a se tornarem microempreendedores de sucesso, aproveitando a disponibilidade de matéria-prima.
Preço	A estratégia de preços da Chicago é baseada na competitividade e transparência. Os artesãos têm a liberdade de listar seus produtos gratuitamente na plataforma. A empresa cobra apenas uma porcentagem das vendas bem-sucedidas como taxa de comissão, incentivando a

	rentabilidade para os artesãos. Além disso, Chicago implementa um sistema de classificação, onde quanto mais um artesão vende, mais seu ranking aumenta, desbloqueando benefícios adicionais, como maior visibilidade e suporte privilegiado. Esta abordagem recompensa o desempenho e promove o crescimento dos microempreendedores na plataforma.
Praça	A Chicago opera exclusivamente online, tornando-se uma plataforma de comércio eletrônico. Isso permite que artesões de diferentes regiões acessem a plataforma e vendam seus produtos. A empresa futuramente ficará na expansão de sua presença online, otimizando sua plataforma e a experiência do usuário para garantir uma experiência eficaz.
Promoção	<p>A estratégia de promoção deve se concentrar em destacar os aspectos únicos da Chicago, como a combinação de vendas de produtos artesanais com reciclagem de tecidos, sera feito por meio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing de Conteúdo: Criar blogs e artigos sobre sustentabilidade, reciclagem e artesanato para educar e atrair o público. - Mídias Sociais: Usar plataformas como Instagram e Facebook para compartilhar histórias de sucesso de artesãos e destacar produtos exclusivos. - Parcerias Estratégicas: Colaborar com empresas sustentáveis e organizações de artesanato para ampliar o alcance e promover a conscientização. - Publicidade Online: Utilizar anúncios direcionados para alcançar potenciais artesãos e doadores de tecidos. <p>Este composto de marketing visa promover eficazmente a Chicago, atrair artesãos e doadores de tecidos, e criar uma comunidade online sustentável e próspera em torno do seu projeto.</p>

4.5.2 Projeção de Vendas

De acordo com a Tabela 1, prevê-se um aumento gradual nas vendas à medida que o marketplace ganha reconhecimento por meio de estratégias de divulgação. O objetivo é que o lucro também cresça de maneira progressiva, começando com a meta de atingir R\$14.400 no primeiro ano e, subsequentemente, duplicar esse valor gradualmente ao longo dos anos.

Tabela 1- Projeção de vendas no período de cinco anos

PRODUTO/ SERVIÇOS	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
E-commerce	R\$ 86.000	R\$ 172.000	R\$ 258.000	R\$ 344.000	R\$ 430.000
Assistência de Doações de retalhos	R\$0	R\$0	R\$0	R\$0	R\$0
Total	R\$86.000	R\$172.000	R\$258.000	R\$344.000	R\$430.000

4.6 Pivotagem do Mercado

No mercado de produtos artesanais e sustentáveis, a Chicago surge como uma iniciativa promissora. Este mercado é caracterizado por sua ênfase na reciclagem de tecidos e na promoção de práticas sustentáveis.

As empresas concorrentes, como Shopee, Elo7, Mercado Livre, Instagram e WhatsApp, oferecem serviços variados aos artesãos. Cada uma delas possui características únicas que competem pelo mesmo público-alvo.

A análise do ambiente interno da Chicago revela suas forças, incluindo um modelo de negócios sustentável e acesso a doações de tecidos. No entanto, também existem fraquezas, como a dependência de doações e a concorrência com grandes plataformas de e-commerce.

O ambiente externo apresenta oportunidades, como o crescente interesse pela sustentabilidade. No entanto, existem ameaças, como a concorrência acirrada e as flutuações na oferta de tecidos.

As respostas coletadas em um formulário destacam o interesse dos artesãos na reciclagem e na compra de materiais online, fornecendo insights valiosos, porém foi observado que essas empresas não demonstram interesse em respondê-lo.

Os quatro elementos dos compostos de marketing - Produto, Preço, Praça e Promoção - são cuidadosamente planejados para atender às necessidades dos artesãos. A plataforma oferece uma maneira fácil de vender produtos, com preços competitivos, presença online e estratégias de promoção, incluindo marketing de conteúdo e mídias sociais.

Quanto à projeção de vendas, elas dependem de diversos fatores, como o crescimento do mercado, aquisição de clientes e eficácia das estratégias de marketing. Elas podem variar, mas devem ser fundamentadas em análises sólidas de mercado e ser constantemente atualizadas com dados reais.

Em resumo, a Chicago representa uma oportunidade emocionante no mercado de produtos artesanais e reciclagem, com um compromisso firme com a sustentabilidade. Seu sucesso dependerá da capacidade de se adaptar às mudanças no mercado, atrair artesãos e doadores de tecidos e proporcionar um ambiente de e-commerce eficiente e amigável para todos os envolvidos.

Tópico 5 | FINANÇAS

5.1 Premissas econômico-financeiras

Economia é o conjunto de atividades desenvolvidas pelos homens visando a produção, distribuição e o consumo de bens, fundamentadas nas ideologias capitalistas, que segundo Karl Marx (2021), valoriza a liberdade econômica extremamente competitiva.

O dicionário Aurélio (2023) aborda Finanças como a “ciência e a profissão do manejo do dinheiro, particularmente do dinheiro do Estado”. De uma forma mais ampla, se trata do processo, instituições, mercados e instrumentos envolvidos na transferência de fundos entre pessoas, empresas e governos.

Diante disso, a indústria têxtil desempenha um papel crucial na economia global, no entanto, é o segundo maior ramo de atividade poluente do planeta, enfatizando que a economia prioriza o lucro sobre a sustentabilidade, resultando nos níveis alarmantes de poluição do setor confeccionista atualmente, segundo Rádioagência Nacional (2022).

A produção de tecido causa impactos ambientais, após a emissão de resíduos poluentes em sua produção, também existem os impactos do uso e descarte, como a poluição de corpos hídricos e a emissão de poluentes.

Os impactos econômico-financeiros da poluição têxtil em massa, contribuirão de maneira severa para a poluição atmosférica, do solo e dos corpos hídricos, além de ter uma elevada demanda de água e energia elétrica.

5.2 Investimentos e fontes de recursos

Para dar início ao projeto, foi realizado uma planilha que apresenta um registro detalhado dos investimentos iniciais essenciais para o lançamento da nossa empresa. O investimento financeiro de R\$ 68.076,00 foi direcionado para diversas áreas fundamentais.

Em resumo, os investimentos iniciais foram direcionados para estabelecer uma base sólida, abrangendo infraestrutura tecnológica, promoção e operação, permitindo um início robusto e ambicioso de operações.

Tabela 01- Planilha de Investimento Inicial

	investimento inicial	preço	unidade	total
utensílios de uso diário	notebook	R\$ 6.280,00	7	R\$ 43.960,00
	celular	R\$ 3.259,00	7	R\$ 22.813,00
	subtotal	R\$ 9.539,00		R\$ 66.773,00
comunicação visual	criação da marca	R\$ 355,00	1	R\$ 355,00
	página no facebook e instagram		1	R\$ -
	site			R\$ -
	subtotal	R\$ 355,00		R\$ 355,00
despesas de funcionamento	MEI	R\$ 72,00	1	R\$ 72,00
	programa de gestão (software) (média)	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
	aluguel (mês)	R\$ 255,00	1	R\$ 256,00
	domínio (ano)	R\$ 40,00	1	R\$ 40,00
	hospedagem (mês)	R\$ 80,00	1	R\$ 80,00
	subtotal	R\$ 827,00		R\$ 948,00
total	R\$ 10.721,00		R\$ 68.076,00	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.3 Custos e despesas

Apresentamos abaixo uma tabela com as despesas gerais do nosso site, incluindo salários e encargos, material de escritório, empresa terceirizada e o Coworking, que totalizam R\$ 14.215,00.

Essas despesas são essenciais para manter as operações em pleno funcionamento e impactam diretamente na saúde financeira da empresa.

Tabela 02- Despesas

despesas gerais	custo (média)	tipo
salários e encargos	R\$ 10.560,00	fixo
material de escritório	R\$ 400,00	variável
Terceirizada (tecidos)	R\$ 3.000,00	variável
coworking	R\$ 255,00	fixo
total de despesas	R\$ 14.215,00	
cálculo total		
lucro bruto	86.000,00	
despesas	80.000,00	
lucro líquido	6.000,00	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.4 Estratégias de precificação

A planilha inclui cálculos relacionados ao preço de venda, despesas fixas, margem de lucro/comissão, markup divisor e um markup multiplicador, resultando em um preço de venda de R\$ 5.000,00.

Esses cálculos são fundamentais para determinar a estrutura de preços e garantir que nossa empresa seja capaz de cobrir seus custos, obter lucro e manter a competitividade no mercado.

Tabela 03- Mark-up

vendas diversas (referente ao mês em média)			vendas diversas (referente ao ano em média)		
preço de venda	100%	R\$ 5.000,00	preço de venda	100%	R\$ 60.000,00
despesas fixas	20%	R\$ 50,00	despesas fixas	20%	R\$ 600,00
margem de lucro/comissão	80%	R\$ 4.000,00	margem de lucro/comissão	80%	R\$ 48.000,00
mark up divisor	46,23%	R\$ 2.311,50	mark up divisor	46,23%	R\$ 27.738,00
mark up multiplicador	2,3115		mark up multiplicador	2,3115	
		R\$ 11.361,50			R\$ 136.338,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.5 Relatórios econômico-financeiros

Nos registros da seguinte tabela do DRE do site, é evidenciado que a empresa alcançou um lucro líquido de R\$2.707,15 por mês.

Esse indicador é fundamental para avaliar a saúde financeira e o desempenho operacional do negócio, representando a diferença entre receitas e despesas no período.

Tabela 04- DRE

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	
Descrição	Referente a um mês	Descrição	Referente ao período de um ano
Venda de mercadorias	R\$ 12.500	Venda de mercadorias	R\$ 150.000,00
RECEITA BRUTA	R\$ 12.500,00	RECEITA BRUTA	R\$ 150.000,00
(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 3.400,00	(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 40.800,00
RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$ 9.100,00	RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$ 109.200,00
(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$ 4.000,00	(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$ 48.000,00
LUCRO BRUTO	R\$ 5.100,00	LUCRO BRUTO	R\$ 61.200,00
(-) Despesas Operacionais	R\$ 700,00	(-) Despesas Operacionais	R\$ 8.400,00
(+) Comerciais (com Vendas)	R\$ 300,00	(+) Comerciais (com Vendas)	R\$ 3.600,00
(+) Administrativas		(+) Administrativas	
(+) Tributárias	R\$ 400,00	(+) Tributárias	R\$ 4.800,00
LUCRO OPERACIONAL	R\$ 4.400,00	LUCRO OPERACIONAL	R\$ 52.800,00
Receitas/(Despesas) Financeiras		Receitas/(Despesas) Financeiras	
Resultado Operacional		Resultado Operacional	
Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)		Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)	
Resultado Antes da CSLL	R\$ 4.400,00	Resultado Antes da CSLL	R\$ 52.800,00
(-) Provisão para CSLL	R\$ 666,00	(-) Provisão para CSLL	R\$ 7.992,00
Resultado antes do IRPJ	R\$ 3.734,00	Resultado antes do IRPJ	R\$ 44.808,00
(-) Provisão para IRPJ	R\$ 1.026,85	(-) Provisão para IRPJ	R\$ 12.322,20
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 2.707,15	LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 32.485,80

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.6 Análise de viabilidade

A partir da avaliação dos dados econômicos e financeiros apresentados nas tabelas anteriores, é evidente a rentabilidade que torna o empreendimento “Chicago” viável.

5.7 Pivotagem das finanças

O projeto "Chicago" evidencia uma abordagem financeira robusta. Os investimentos iniciais de R\$ 68.076,00 foram direcionados para estabelecer uma base sólida, abrangendo infraestrutura tecnológica, promoção e operação, permitindo um início robusto e ambição de operações.

As despesas gerais do site, totalizando R\$ 14.215,00, englobam encargos, encargos, material de escritório, empresa terceirizada e Coworking, sendo essenciais para manter as operações e impactando diretamente na saúde financeira da empresa.

Os cálculos estratégicos de precificação foram fundamentais para determinar um preço de venda de R\$ 5.000,00, considerando despesas fixas, margem de lucro/comissão, mark up divisor e multiplicador, cobrindo custos, gerando lucro e mantendo a competitividade no mercado.

O relatório econômico-financeiro destaca um lucro mensal líquido de R\$ 2.707,15, diminuindo a saúde financeira e o desempenho operacional da empresa, representando a diferença entre receitas e despesas no período.

A análise global demonstra a estratégia do empreendimento “Chicago”, evidenciando sua rentabilidade a partir dos dados econômicos e financeiros apresentados.



REFERÊNCIAS

CANVA. Desing de elementos gráfico para o projeto. Disponível em:<https://www.canva.com/pt_br/>. Acesso em: 28 de março de 2023.

CSS, versão 3: linguagem de estilização de HTML. Disponível em:<https://www.w3schools.com/whatis/whatis_css.asp>. Acesso em: 13 de julho de 2023.

ECYCLE.BR. Entenda quais são os poluentes da indústria têxtil. Disponível em:<<https://www.ecycle.com.br/poluentes-da-industria-textil/>>. Acesso em: 24 de outubro de 2023.

FLATICON. Ícones e adesivos utilizados no projeto(website). Disponível em:<<https://www.flaticon.com/br/>>. Acesso em: 13 de julho de 2023.

GOOGLE IMAGES. Imagens ilustrativas presentes no website. Disponível em: <<https://www.google.com/imghp?hl=en>>. Acesso em: 13 de julho de 2023.

HTML, versão 5: linguagem de marcação de hipertexto. Disponível em:<https://www.w3schools.com/html/html_intro.asp>. Acesso em: 13 de julho de 2023.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em:<<https://busca.inpi.gov.br/pePI/>>. Acesso em: 11 de abril de 2023.

JAVASCRIPT. Linguagem de programação. Disponível em:<https://www.w3schools.com/js/js_intro.asp>. Acesso em: 13 de julho de 2023.

LUZ, Solimar. Indústria da moda é a segunda mais poluidora do mundo, aponta estudo, 14 de outubro de 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-10/industria-da-moda-e-segunda-mais-poluidora-do-mundo-aponta-estudo>>. Acesso em: 24 de outubro de 2023.

NATURA, Lus. Descartes de resíduos têxteis. Brasil, 22 de fevereiro de 2022 Disponível em: <<https://iusnatura.com.br/descarte-de-residuos-texteis/>>. Acesso em: 15 de agosto de 2023.

Prefeitura de Marília. Descartes materiais recicláveis. Disponível em:<<https://www.marilia.sp.gov.br/onde-descartar>>. Acesso em: 22 de agosto de 2023.

PUENTE, Beatriz. Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano. Brasil, 03 de junho de 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/>>. Acesso em: 15 de agosto de 2023.

RECICLA SAMPA. Saiba tudo sobre a reciclagem de resíduos têxteis no brasil. Brasil, 18/06/2020. Disponível em: <<https://www.reciclasampa.com.br/artigo/saiba-tudo-sobre-a-reciclagem-de-residuos-texteis-no-brasil>>. Acesso em: 15 de agosto de 2023.

REGISTRO. Registro e manutenção dos nomes de domínios que usam o.br. Disponível em:<<https://registro.br/>>. Acesso em: 11 de abril de 2023.

UNIVEM. Relatório de Projeto startup. São Paulo: Univem, 2023. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Senso.