

Nossa Missão:

"Formar cidadãos inovadores e proativos à sociedade, ao mundo do trabalho e à continuidade da vida acadêmica"

2023

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

P.G.D. Calçados: nunca desista, nunca pare, siga em frente

Marília
2023

MODELO DE NEGÓCIOS | Técnico em Administração

Relatório Final

P.G.D. Calçados: nunca desista, nunca pare, siga em frente

Pedro Monteiro Silva
Giulio Rafael Nogueira Cruz
Davi de Sousa Maciel

Professora Orientadora:
Thais Yuri Matsumoto

Marília
2023

MODELO DE NEGÓCIOS

SUMÁRIO EXECUTIVO	4
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	5
1.1 Problema	5
1.2 Solução Potencial.....	5
1.3 Valor para o cliente	5
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação.....	6
1.5 Time de projetos	6
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO.....	7
2.1 Identidade da Empresa	7
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	8
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	9
2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio	10
Tópico 3 PRODUTO	12
3.1 Escopo do Produto.....	12
3.2 MVP.....	13
3.2.1 Apresentação.....	13
3.2.2 Processo de Validação	14
3.3 Pivotagem do Produto.....	14
Tópico 4 MERCADO	17
4.1 Análise Setorial.....	17
4.2 Pesquisa de Campo.....	17
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo.....	17
4.2.2 Análise de Dados.....	19
4.3 Competidores.....	23
4.4 Ambiente Interno e Externo.....	23
4.5 Marketing e Vendas	24
4.5.1 Composto de Marketing	24
4.5.2 Projeção de Vendas	24
4.6 Pivotagem do Mercado	25
Tópico 5 FINANÇAS.....	26
5.1 Premissas econômico-financeiras.....	26
5.2 Investimentos e fontes de recursos.....	26
5.3 Custos e despesas.....	26
5.4 Estratégias de precificação	26
5.5 Relatórios econômico-financeiros	27

5.6 Análise de viabilidade 27



SUMÁRIO EXECUTIVO

Sumário Executivo: P.G.D. Calçados - Passos de Inovação

Visão Geral:

A P.G.D. Calçados, especializada em calçados não convencionais, surge como uma proposta inovadora e diferenciada no mercado de moda. Com um portfólio exclusivo, nossa loja busca atender consumidores que buscam expressar sua individualidade através de calçados únicos e distintos.

Missão:

Oferecer uma experiência de compra única e empolgante para os clientes, proporcionando acesso a uma variedade de calçados que transcendem as tendências convencionais. Buscamos ser uma fonte de inspiração para aqueles que valorizam a autenticidade e a expressão pessoal.

Produtos:

Os calçados P.G.D. abrangem uma ampla gama de designs não convencionais, desde opções arrojadas e vanguardistas até escolhas mais discretas, mas igualmente distintas. Trabalhamos com materiais de alta qualidade e parcerias com outras empresas, vendedores e designers, assegurando um mix exclusivo e de alta qualidade.

Público-Alvo:

A P.G.D. Calçados visa atender um público diversificado que valoriza a individualidade e busca calçados que vão além das opções tradicionais.

Diferenciais Competitivos:

Variedade Exclusiva: Oferecemos uma seleção única de calçados não encontrados facilmente em outras lojas, proporcionando aos clientes a oportunidade de se destacarem na moda.

Colaborações com *Designers*: Parcerias estratégicas com designers independentes garantem constantes inovações e lançamentos exclusivos. Assim como parcerias com outras lojas e empresas de calçados personalizados.

Atendimento Personalizado: Equipe treinada para oferecer um atendimento consultivo, auxiliando os clientes na escolha do calçado que melhor se alinha com suas vontades e gostos, personalidades e estilos.

Estratégias de Marketing:

Presença Online: Forte presença nas redes sociais, com conteúdo que destaca a singularidade de nossos produtos e promove a interação com a comunidade.

Eventos Exclusivos: Organização de eventos e lançamentos especiais para criar *buzz* em torno da marca e estabelecer conexões mais profundas com os clientes.

Projeções Financeiras:

Com base em uma estratégia de marketing sólida, parcerias estratégicas e uma abordagem focada no cliente, projetamos um crescimento consistente nas vendas ao longo dos próximos anos. Investimentos contínuos em pesquisa e desenvolvimento assegurarão o crescimento da nossa posição como importante empresa no segmento de calçados não convencionais.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

Reparamos e nos solidarizamos diante da grande dificuldade de se encontrar tanto lojas físicas quanto lojas online que sejam voltadas para calçados personalizados para pessoas com deficiências nos membros inferiores e para pessoas com número de calçado acima de 45 que precisam de tais meios e demandam de um tempo elevado de procura para achar uma loja e ainda mais para encontrar o calçado de seu gosto.

Observamos que muitas lojas online não possuem site próprio e não deixam de forma clara seus produtos no geral, possuindo muitas vezes baixíssimos modelos de calçados, sendo assim, o tempo levado para achar uma loja nas proximidades, procurar o produto e ainda assim não se satisfazer se torna elevado e mentalmente cansativo.

Um caso real de situação de estresse e decepção é de um *influencer* chamado Felipe Motta que calça número 47. Na busca de um calçado que fosse do seu tamanho ideal gastou horas nas buscas, indo em diversas lojas de calçados dentro do maior shopping de sua cidade entrando inclusive em lojas de grande renome e saindo de lá sem ter encontrado uma loja com um calçado de número superior à 45.

1.2 Solução Potencial

Para resolver a questão mencionada anteriormente, foi desenvolvido um site/aplicativo de *marketplace* que ofereça uma ampla seleção de calçados personalizados para atender às necessidades únicas de todos os nossos clientes, independentemente do tamanho ou da deficiência física. Agregando os calçados de diversos sites, lojas e regiões, a fim de simplificar a busca e reduzir o tempo gasto na pesquisa.

Esse serviço oferece uma solução rápida, prática e acessível para aquisição de calçados, trazendo vantagens tanto para os consumidores quanto para as lojas parceiras que obtêm maior visibilidade por meio da plataforma.

Com nosso serviço, as pessoas podem encontrar rapidamente os calçados de que precisam e desfrutar de uma experiência de compra satisfatória e livre de estresse.

1.3 Valor para o cliente

A escassez de demanda e os custos elevados são questões enfrentadas por indivíduos com deficiência nos membros inferiores ao tentar adquirir calçados que atendam às suas necessidades. Essas pessoas são compelidas a gastar horas em busca de um calçado adequado. Diante dessa realidade, nossa empresa se propõe a suprir todas as necessidades desses indivíduos por meio do nosso site/aplicativo, uma plataforma específica e acessível para atender a esse público de forma exemplar.

Com base em pesquisas realizadas, constatou-se que a busca por um produto X pode levar cerca de 30 minutos até sua localização. Contudo, mediante uma simulação de como seria o nosso site, o tempo de busca por um produto específico foi reduzido para 4 minutos, enquanto a busca por um determinado fator levou 6 minutos, o que representa uma economia de tempo entre 24 e 26 minutos.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

Nosso critério de inovação se baseia em alta acessibilidade, qualidade e tecnologia. Muitos *e-commerces* tentam inovar nessa área, mas acabam falhando devido à alta precificação de seus produtos ou serviços.

Um dos fatores de inovação e diferenciação do site/aplicativo de *marketplace* mencionado anteriormente é a sua capacidade de aglutinar uma ampla variedade de calçados personalizados para pessoas com deficiências nos membros inferiores e para pessoas com tamanho de calçado acima de 45, em uma plataforma online única e acessível. Isso elimina a necessidade de se deslocar para várias lojas físicas diferentes, o que economiza tempo e minimiza o estresse para os consumidores.

Além disso, o site/aplicativo oferece recursos adicionais, como informações detalhadas sobre os produtos, opções de pagamento e entrega, e um sistema de avaliação que permite aos usuários compartilhar *feedback* sobre as compras realizadas. Esses recursos adicionais proporcionam maior segurança e transparência na experiência de compra. Outro diferencial do site/aplicativo é o foco em oferecer uma ampla variedade de calçados personalizados para atender às necessidades únicas de seus clientes, independentemente do tamanho ou da deficiência física, valorizando assim a diversidade e a inclusão. Essa abordagem inovadora é uma das principais características que diferenciam o site/aplicativo de outros marketplaces e lojas online de calçados.

1.5 Time de projetos

Integrante	Habilidades Competências
Davi de Souza Maciel	1. formação de ideias 2. análises críticas
Pedro Monteiro Silva	1. formatação e estruturação de texto 2. pesquisa e desenvolvimento de ideias.
Giulio Rafael Nogueira Cruz	1. pesquisador e desenvolvedor de ideias 2. analista crítico 3. desenvolvedor de estratégias

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

2.1 Identidade da Empresa

A nossa identidade será inteligente, elegante, tecnológica e acima de tudo de fácil compreensão para os nossos clientes, passando imagem de segurança e originalidade.

Procuramos ser simples e diretos com nossos clientes, para que isso fosse possível criamos um logotipo minimalista, de extrema importância, afinal valorizamos o tempo de nossos clientes consumidores.

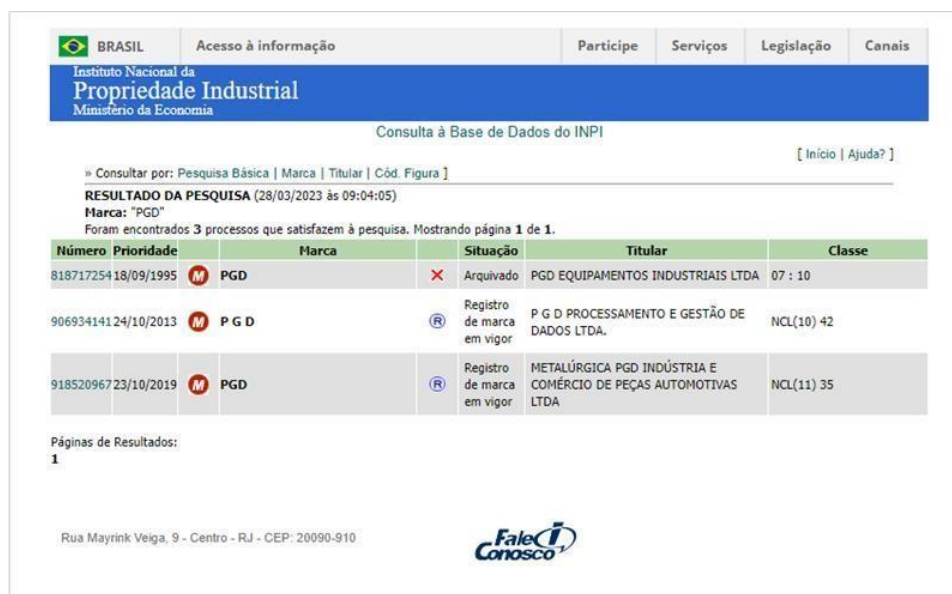


Fonte: <https://pt.wix.com/>

Outro aspecto a ser tratado neste item será o registro da marca no INPI (www.inpi.gov.br), onde deverá ser realizada uma busca para saber se o nome em questão já não é de propriedade de outra pessoa/empresa, assim como o domínio de internet disponível para registro (ou já registrado em nome do grupo de projeto), o que pode ser facilmente verificado no Registro.Br (www.registro.br).

Tanto a comprovação do INPI como do Registro.BR deverão ser apresentadas conforme abaixo.

INPI



BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (28/03/2023 às 09:04:05)
Marca: "PGD"
Foram encontrados 3 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
818717254	18/09/1995	PGD	Arquivado	PGD EQUIPAMENTOS INDUSTRIAIS LTDA	07 : 10
906934141	24/10/2013	P G D	Registro de marca em vigor	P G D PROCESSAMENTO E GESTÃO DE DADOS LTDA.	NCL(10) 42
918520967	23/10/2019	PGD	Registro de marca em vigor	METALÚRGICA PGD INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PEÇAS AUTOMOTIVAS LTDA	NCL(11) 35

Páginas de Resultados:
1

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910

Fale conosco

Fonte: INPI, 2023.



Fonte: Registro.BR, 28/03/2023.

2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO

P.G.D.



2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR



Dados da Empresa

Razão Social:	P.G.D. Comércio Digital Ltda.
Nome Fantasia:	P.G.D.
Ramo de Atividade:	Prestação de serviços
Site:	pgdcalçados.com.br
Endereço	Home Coworking Marília Av. República, 802
Prédio Próprio/Alugado	Alugado

Enquadramento Tributário:	Simplex nacional
CNAE:	47.82-2-01 - Comércio varejista de calçados. 47.81-4-00 - Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios. 46.19-2-00 - Representantes comerciais e agentes do comércio de mercadorias em geral não especializado. 49.30-2-02 - Transporte rodoviário de carga, exceto produtos perigosos e mudanças, intermunicipal, interestadual e internacional. 52.12-5-00 - Carga e descarga. 53.20-2-01 - Serviços de malote não realizados pelo Correio Nacional. 53.20-2-02 - Serviços de entrega rápida. 73.11-4-00 - Agências de publicidade 82.20-2-00 - Atividades de teleatendimento

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

Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
Pedro Monteiro Silva	33,3%	55.000,00
Giulio Rafael Nogueira Cruz	33,3%	55.000,00
Davi de Souza Maciel	33,3%	55.000,00
Total	100	165.00,00

Registros Necessários

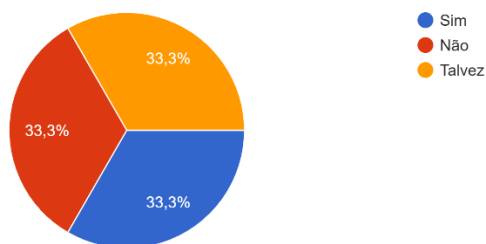
Âmbito Municipal	Registro na junta comercial Inscrição municipal Licença ambiental
Âmbito Estadual	Inscrição Estadual
Âmbito Federal	CNPJ E-CNPJ Editada

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

Para melhor avaliar o projeto, foi realizado uma pesquisa de pivotagem com o objetivo de identificar possíveis melhorias apontados por profissionais da área em Marília.

Figura 01 – Intenção de compra

Você compraria ou utilizaria tal plataforma?
3 respostas



Fonte: Próprios autores, 2023.

Figura 02 – Percepção do projeto

O que você achou do projeto?

3 respostas

É um projeto muito bom e muito objetivo onde quer chegar, pois muitas pessoas como eu tem dificuldades para encontrar tenis ou sapatos de um tamanho grande, e claro que muitas pessoas também passa por isso Então esse é um projeto que usaria para mim e recomendaria para amigos e familiares

Ela vê necessidade pqra poder atender as pessoas com necessidades.

Vi utilidade para pessoas com necessidades, seria muito relevante a sociedade

Fonte: Próprios autores, 2023.

Para resolver ou melhorar essa questão, será criado um assistente virtual que além de oferecer outros meios de contato como: Whatsapp, SMS, também dará primeiramente a opção de o usuário escolher uma interface simplificada para facilitar a navegação em nosso site/app.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

E-commerce de calçados para o público PcD conforme tabela abaixo|:

Tipos	Opções
Tamanho	34 a 46
Amortecimento	Alto, Baixo e Médio
Gênero	Masculino, feminino, unissex
Indicado para	Academia Casual Corrida Futebol Infantil Quadra Tennis Trilha Vôlei
Cores	
Objetivo	Amortecimento Energia Velocidade Conforto
Drop	5mm 6mm 7mm 8mm 10mm 13mm
Calçados	Academia Futebol Quadra Running Sportstyle Tennis

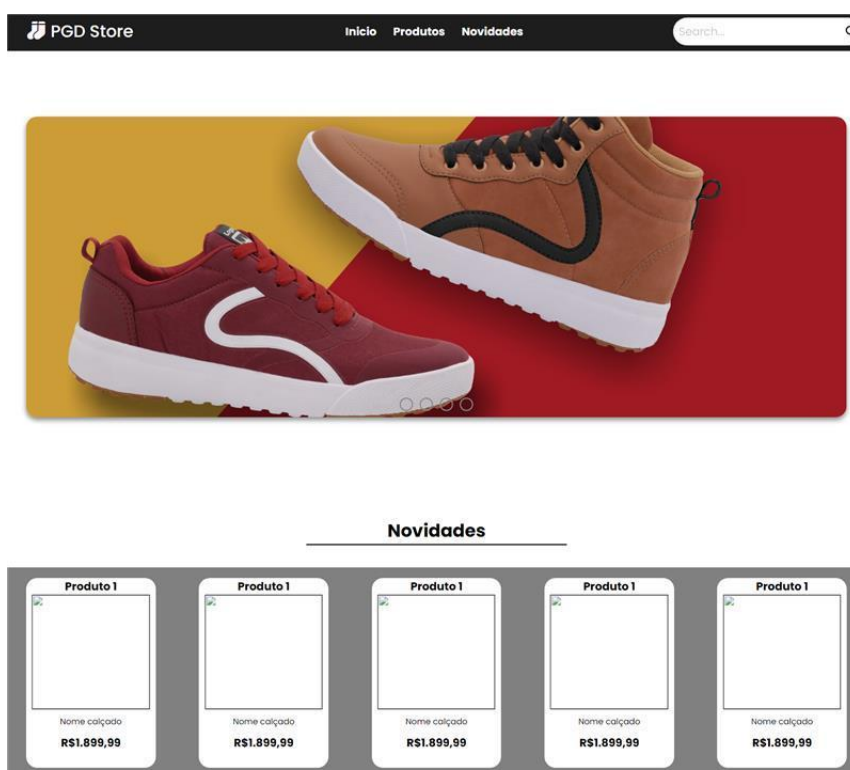
3.2 MVP

O Mínimo Produto Viável é uma versão do produto que apresenta um conjunto mínimo de suas características necessárias e fundamentais, visando colocá-lo “no ar” e fazer com que ele seja submetido aos testes necessários para validar sua viabilidade e também como método de aprimoramento da ideia original.

O MVP se trata de uma versão protótipo de seu produto ou serviço, ou seja, uma versão para testar o modelo de negócios de sua *startup*, permitindo que analise as demandas dos usuários, adequa seu modelo e projeto às necessidades de seu cliente e também potencialize seus resultados futuros.

3.2.1 Apresentação

Tela inicial:



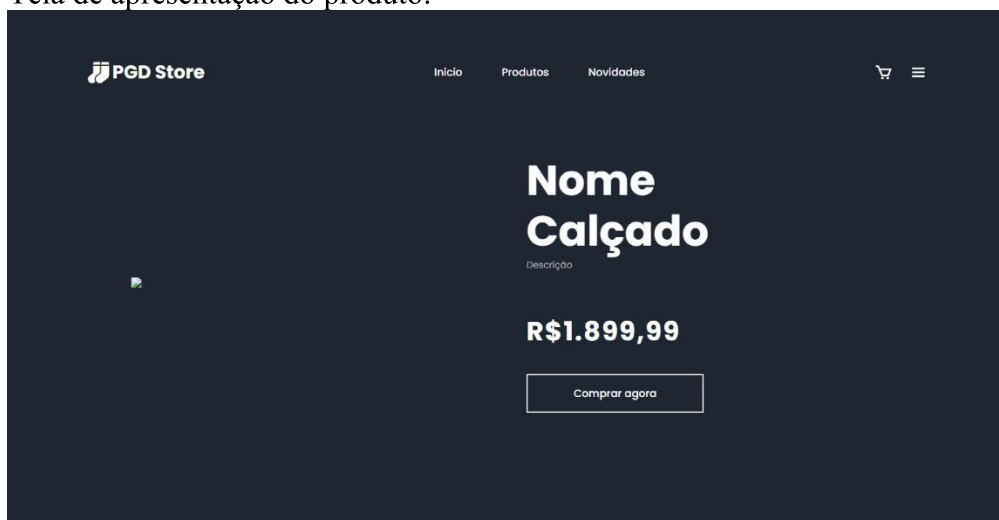
O menu de início do site apresenta na área superior o nome do site, o botão de início que “reseta” a página ou a manda de volta ao início, os botões para as páginas de produtos e novidades, onde o botão de produtos apresentará os produtos mais populares entre o público e o de novidades modelos mais novos em destaque. Ainda na área superior no canto direito a barra de pesquisa, onde o cliente pode buscar pelo nome do vendedor, do tipo de calçado ou pela deficiência/necessidade.

No centro da página antes de fazer a rolagem para baixo o cliente também verá imagens de alguns produtos em destaque que mostrarão o produto que o vendedor quer apresentar, ressaltando que, para poderem acrescentar seus produtos nesse *banner*, os vendedores terão que efetuar pagamento.

Abaixo do *banner* dos produtos em destaque há mais uma seção de novidades que, assim como os produtos em destaque, também será necessário que o vendedor realize um pagamento para acrescentar seus novos produtos na tela inicial.

Cadastramento do usuário:

Tela de apresentação do produto:



Na tela de apresentação na área superior aparecerá os mesmos botões, com as funcionalidades já descritas com exceção da barra de pesquisa, que em seu lugar possui o botão com a imagem de um carrinho de compras onde o cliente pode adicionar mais de um calçado para poder comprar os produtos juntos e de uma só vez, tornando-se mais prático para o cliente não precisar comprar cada calçado separadamente e poder ver o valor de todos os produtos juntos, podendo fazer uma estimativa melhor da quantia dos calçados que deseja comprar. Ao lado do carrinho, um botão que acessa a imagem de cadastro do usuário.

No lado esquerdo do centro da tela uma imagem grande do calçado escolhido é apresentada, a direita da imagem, é mostrado nome do produto, a descrição, o valor e o botão de compra do mesmo.

3.2.2 Processo de Validação

Perguntas que faremos diretamente ao entrevistado que faça parte do público-alvo:

- O que você achou da interface do site?
- Tem algo que precise ser mudado ou retirado?
- O que você acha que poderia ser acrescentado nele?
- Como o site poderia se tornar mais inclusivo?

3.3 Pivotagem do Produto

Respostas obtidas em entrevista direta (1/5):

O que você achou da interface do site?

R: Gostei muito e achei objetivo, sei que ainda está em desenvolvimento e não possui muitas páginas ou opções, mas o apresentado até o momento me agradou.

Tem algo que precise ser mudado ou retirado?

R: Não.

O que você acha que poderia ser acrescentado nele?

R: Mais opções e informações nas páginas para ficar mais completo.

Como o site poderia se tornar mais inclusivo?

R: Não sei dizer.

Resposta (2/5)

O que você achou da interface do site?

R: A primeira coisa que me chamou a atenção foi o design do site. A página inicial é bem organizada, com seções claras e botões de fácil identificação, permitindo que eu encontrasse rapidamente o que estava procurando!

Tem algo que precise ser mudado ou retirado?

R: Não.

O que você acha que poderia ser acrescentado nele?

R: Apenas mais páginas para ficar mais completo.

Como o site poderia se tornar mais inclusivo?

R: Mais opções ou palavras direcionadas ao público.

Resposta (3/5)

O que você achou da interface do site?

R: A página inicial está bonita e boa, acho que falta mais informações na página de compra, mas ela também está bonita.

Tem algo que precise ser mudado ou retirado?

R: Como ainda está em desenvolvimento está bom, mas futuramente deve ser acrescentada mais informações dos produtos.

O que você acha que poderia ser acrescentado nele?

R: Mais informações dos produtos.

Como o site poderia se tornar mais inclusivo?

R: Acrescentando mais informações que falassem mais sobre o produto para o cliente.

Resposta (4/5)

O que você achou da interface do site?

R: Achei bonita e achei a ideia do site muito legal.

Tem algo que precise ser mudado ou retirado?

R: Acredito que não.

O que você acha que poderia ser acrescentado nele?

R: Mais informações na página de compra.

Como o site poderia se tornar mais inclusivo?

R: Não sei.

Resposta (5/5)

O que você achou da interface do site?

R: Achei simples, bonita e atraente, gostei bastante, faltam mais coisas para completar melhor o site, mas é muito interessante a ideia dele (do site) e quero acompanhar as mudanças que vocês fizerem.

Tem algo que precise ser mudado ou retirado?

R: Não.

O que você acha que poderia ser acrescentado nele?

R: Não sei dizer ao certo, acho que mais coisas nele.

Como o site poderia se tornar mais inclusivo?

R: Não sei dizer.

Mudanças baseadas nas respostas obtidas: O site já estava em alteração antes da interface apresentada ao público-alvo, mas apresentamos a versão antiga por ainda não possuir as novas alterações. Antes da avaliação ao público estava em desenvolvimento uma interface do site de compras com mais opções e informações, sendo elas: Tamanho, amortecimento, *drop*, gênero, indicado para, cores, objetivo, calçados. Além de uma tela de cadastro, e um assistente virtual para poder auxiliar os compradores caso necessitassem.

Após as avaliações vimos que as informações que estávamos acrescentando era o que o público buscava. Alteraremos algumas interfaces das páginas, iremos reposicionar alguns botões e acrescentar o botão de favoritos para maior praticidade.

Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

Diversos são os problemas de saúde que podem afetar o uso de calçados, seja desde o nascimento se prolongando pelo resto da vida ou um problema de saúde momentâneo, entre os casos mais comuns estão o joanete e o pé chato. De acordo com o site Terra “No Brasil, cerca de 50% das mulheres têm algum grau de joanete, já os homens, cerca de 30%”.

Ainda de acordo com o site CNN Brasil atualizado em 2021 detalha que 7,8 milhões, ou 3,8% da população acima de dois anos, apresentam deficiência física nos membros inferiores.

No site do Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2015), eles afirmam que o empresário que investir no ramo de calçados personalizados encontrará um bom mercado:

Investir nesse nicho de mercado [calçados inclusivos] pode ser uma excelente oportunidade, tanto para comercializar os produtos nos próximos anos quanto também exportar [...]. Além disso, algumas empresas apostam também nos usuários que não apresentam restrições, porém querem prevenir futuros problemas ortopédicos. (SEBRAE, 2015- Boletim- Calçados Inclusivos, disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/boletim-calcados-inclusivos/>)

Ao analisar os dados e informações obtidas, se torna evidente o grande alcance do público-alvo. Algumas empresas trabalham vendendo produtos diversificados voltados para a população com deficiências físicas, mas a busca específica por calçados se torna mais difícil. Desse modo vê-se a necessidade da criação de uma plataforma online que junte diversos vendedores de calçados para PCD, facilitando o encontro de um item em específico.

4.2 Pesquisa de Campo

Objetivos:	Identificar as dificuldades de nosso público-alvo.
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Pessoas no Brasil com deficiências nos membros inferiores que implicam em uma necessidade de usar calçados adaptados e pessoas com outras dificuldades que precisam da mesma necessidade.
Tamanho do Universo:	PCDs: 7.800.000
Tamanho da Amostra:	69
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	90%

- Utilização da calculadora amostral

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

Deficientes

Perguntas:

- Idade
- Hobbie
- Tipo de deficiência
- Rotina
- Profissão
- Estilo de vida
- Preferência de forma de pagamento
- Hábito de compra na internet (*e-commerce*)
- Linha de produtos que geralmente compra na internet.

Questionário público-alvo

1. Você possui alguma dificuldade em encontrar calçados

- Sim
 Não

2. Qual a sua idade?

- Menor que 18 anos
 18 a 25
 26 a 30
 31 a 45
 +45 anos

3. Você trabalha?

- Sim
 Não

4. Qual o seu estilo de vida?

- Sou caseiro
 Saio frequentemente

5. Você tem o hábito de comprar na internet?

- Sim, muito frequentemente
 Sim, frequentemente
 Sim, regularmente
 Sim, raramente
 Não

6. O que você costuma comprar na internet?

- Calçados
 Roupas
 Produtos de informática
 Outra

7. Você tem preferência em alguma forma de pagamento?

- Dinheiro

- Cartão
- Pix

8. Você tem algum desses hobbies?

- Academia, corrida e/ou caminhada
- Esportes na quadra: vôlei, futsal, basquete, handball, tennis
- Esportes de aventura: rafting, trilha, snowboard, ski, parkour
- Esportes no campo: futebol, softball, rugby, baseball
- Outra

9. Qual a dificuldade que encontra quando quer comprar um tênis?

- Pé chato
- Joanete
- Esporão no pé
- Número de calçado muito pequeno/grande
- Pés com numerações diferentes
- Preciso de apenas um pé do par de tênis
- Calçados com solas de tamanhos diferentes
- Calçados com abertura especial para próteses e órteses
- Não tenho dificuldade
- Outra

4.2.2 Análise de Dados

Objetivos:	Identificar as dificuldades de nosso público-alvo.
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Pessoas no Brasil com deficiências nos membros inferiores que implicam em uma necessidade de usar calçados adaptados e pessoas com outras dificuldades que precisam da mesma necessidade.
Tamanho do Universo:	PCDs: 7.800.000
Tamanho da Amostra:	76
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	90%

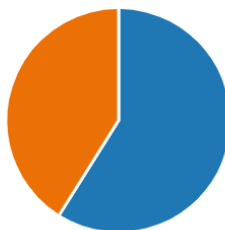
No gráfico 1, obteve-se a quantidade de pessoas com dificuldade em encontrar calçados que atendam suas necessidades. Mostrando que 76 pessoas têm essa dificuldade.

Gráfico 1 – respostas retiradas de pesquisa de campo

1. Você tem alguma dificuldade em encontrar sapatos?

[Mais Detalhes](#)

● Sim	76
● Não	53



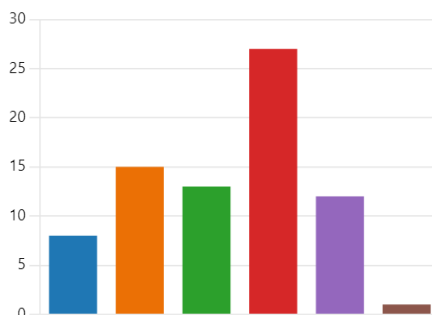
No gráfico 2, determinou-se a idade dos questionados, mostrando que, a maioria deles (27 pessoas), possui entre 31 a 45 anos.

Gráfico 2 – respostas retiradas de pesquisa de campo

2. Quantos anos você tem?

[Mais Detalhes](#)

● Menor que 18 anos	8
● 18 a 25 anos	15
● 26 a 30 anos	13
● 31 a 45 anos	27
● +45 anos	12
● Outra	1



No gráfico 3, obteve-se a quantidade entre os entrevistados que trabalham, mostrando que a maioria (75%) trabalha.

Gráfico 3 – respostas retiradas de pesquisa de campo

3. Você trabalha?

[Mais Detalhes](#)

Insights

● Sim	57
● Não	19






No gráfico 4, demonstra-se que 50% dos entrevistados são pessoas caseiras, 43% saem com frequência enquanto 7% não sabem com certeza.

Gráfico 4 – respostas retiradas de pesquisa de campo

4. Qual é o seu estilo de vida?

[Mais Detalhes](#)

 Insights

 Eu sou uma pessoa caseira	38
 Eu saio com frequência	33
 Outra	5









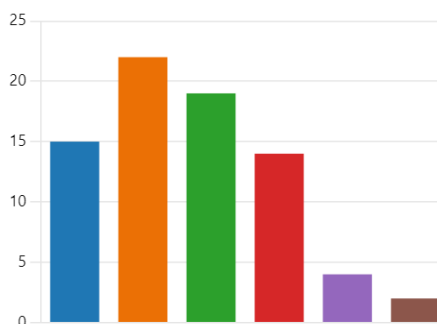
No gráfico 5, obteve-se a frequência em que os entrevistados fazem compras online, mostrando que a maioria (22 pessoas) compram com frequência

Gráfico 5 – respostas retiradas de pesquisa de campo

5. Você tem o hábito de fazer compras online?

[Mais Detalhes](#)

 Sim, muitas vezes.	15
 Sim, com frequência.	22
 Sim, regularmente.	19
 Sim, raramente.	14
 Não	4
 Outra	2



No gráfico 6, apresenta-se o que as pessoas costumam comprar pela internet, tendo-se 24% de pessoa que compram calçados, 28% roupas, 21% produtos de informática e 28% que compram outros tipos de produto.

Gráfico 6 – respostas retiradas de pesquisa de campo

6. O que você costuma comprar na Internet?

[Mais Detalhes](#)

● Calçados	17
● Roupas	20
● Produtos de informática	15
● Outra	20



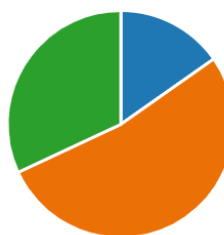
No gráfico 7, pode-se observar a preferência da forma de pagamento pelos clientes, o mais escolhido foi cartão com 56%

Gráfico 7 – respostas retiradas da pesquisa de campo

7. Você tem preferência por alguma forma de pagamento?

[Mais Detalhes](#)

● Dinheiro	11
● Cartão	38
● Pix	23



No gráfico 8, apresenta-se os principais hobbies dos entrevistados, sendo o maior “outra” com 32 escolhas, em seguida “academia, corrida e/ou caminhada” com 26.

Gráfico 8 – respostas retiradas de pesquisa de campo

8.

Você possui algum hobby?

[Mais Detalhes](#)

● Academia, corrida e/ou caminha...	26
● Esportes na quadra: vôlei, futsal...	9
● Esportes de aventura: rafting, tri...	11
● Esportes no campo: Futebol, sof...	7
● Outra	32



No gráfico 9, obteve-se os principais problemas dos entrevistados ao querer encontrar um calçado que atenda suas necessidades, sendo liderado por “pé chato” com 19 marcados, e em seguida por “tamanho de calçado muito grande/pequeno” com 17 opções marcadas

Gráfico 9 – respostas retiradas de pesquisa de campo



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

4.3 Competidores

Tabela 01 – Tabela mar azul/mar vermelho

Serviços que oferecem	TENIS E SAPATOS	OFERECEM CALÇADOS GRATUITAMENTE PARA DEFICIENTES DE TODO O PAÍS	CALÇADOS
Preços que praticam	VALORES DERIVADOS	GRATUITO	NADA
Públicos com os quais trabalham	PÚBLICO GERAL	DEFICIENTES QUE NÃO SE IMPORTAM COM SAPATOS DE MARCA E/OU DOAÇÕES	NADA
Diferenciais	MARCAS	PREÇO	NADA
ANÁLISE DE MERCADO – MAR AZUL			
<u>DESCRIÇÃO</u>		<u>MEU PROJETO/ NEGÓCIO DE IMPACTO</u>	
O que pode ser eliminado na solução?		FALTA DE OPÇÕES	
O que pode ser reduzido na solução?		PREÇOS EXCESSIVOS	
O que pode ser elevado na solução?		DIVERSIDADE DO PÚBLICO	
Que atributos nunca oferecidos pelo setor devem ser criados?		MOLDAGEM PRÓPIOS PARA O CLIENTE	
Preço praticado		PREÇO VARIADOS E ACESSÍVEIS	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

4.4 Ambiente Interno e Externo

	Forças	Fraquezas
Internas	-Fácil acesso a calçados personalizados; -Projeto inclusivo; -Plataforma inclusiva.	-Falta de recursos financeiros; -Falta de equipe especializada; -Área pouco explorada.

	Oportunidades	Ameaças
Externas	-Maior visibilidade ao tema; -PCDs terão mais opções de compra de calçados.	-Dificuldade em encontrar colaboradores; -Captação de clientes.

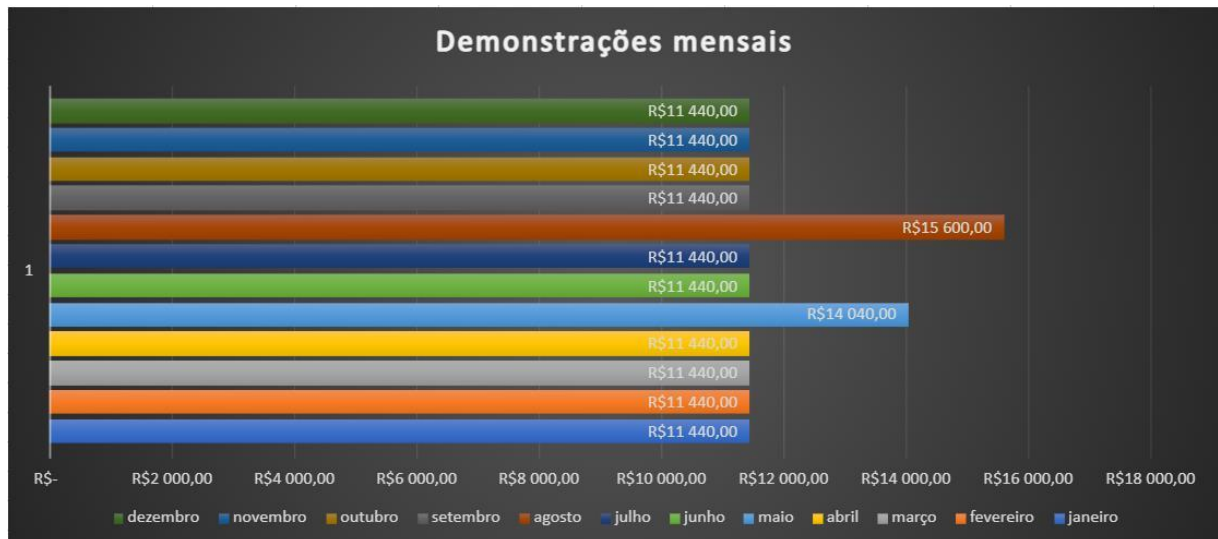
4.5 Marketing e Vendas

4.5.1 Composto de Marketing

Produto	Site na área de marketplace voltados para dispositivos mobile e computadores que junte diversos vendedores da área de calçados adaptados para PCDs.
Preço	O preço dos calçados fica a escolha dos vendedores do site, tendo ofertas de promoções regularmente, sendo essas promoções, controladas e administradas pela nossa equipe, escolhendo os valores e datas das promoções.
Praça	Após a compra do calçado através da plataforma virtual, a entrega do produto ocorrerá por meio de empresas de entregas terceirizadas, como <i>Clik Entregas e Frontline Express</i> .
Promoção	O valor das promoções e suas datas serão analisadas pela nossa equipe, o cliente ficará sabendo das promoções ao acessar o site e através de notificações via <i>e-mail</i> se autorizado pelos clientes.

4.5.2 Projeção de Vendas

Gráfico 10 - Demonstração de Lucro



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

4.6 Pivotagem do Mercado

A PGD Calçados, uma loja de calçados não convencionais, pode enfrentar desafios de mercado que exigem ajustes estratégicos. Estratégias potenciais incluem a segmentação de mercado, diversificação de produtos, expansão online, personalização, ênfase em sustentabilidade, melhoria da experiência do cliente, pesquisa de mercado contínua e parcerias estratégicas. A flexibilidade e a capacidade de adaptação são cruciais para o sucesso, sendo fundamental monitorar resultados e ajustar a abordagem conforme necessário.

Tópico 5 | FINANÇAS

5.1 Premissas econômico-financeiras

Nossos indicadores foram captados de informações do cotidiano, analisadas e debatidas, como a dificuldade diária de inúmeros consumidores do mercado de calçados, devido à alta demanda e pouca oferta. Nossa análise econômica aborda critérios básicos e fundamentais da economia circular, com valores que tornem acessíveis a grande parte da demanda.

5.2 Investimentos e fontes de recursos

Tabela 01 - Investimento

comunicação visual	criação da marca	R\$ 200,00	1	R\$ 200,00
	pagina no facebook e instagram	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
	site na internet comercial (mês)	R\$ 15,00	1	R\$ 15,00
	subtotal	R\$ 715,00		R\$ 715,00
despesas de funcionamento	alvaras da prefeitura (caso de multa)	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00
	vistoria dos bombeiros (caso de multa)	R\$ 200,00	1	R\$ 200,00
	programa de gestão (software) (depende) (mês)	R\$ 100,00	1	R\$ 100,00
	notbook	R\$ 9 098,00	3	R\$ 27 294,00
	aluguel (100m2 a 300m2) (mês)	R\$ 1 929,00	4	R\$ 7 716,00
	subtotal	R\$ 11 477,00		R\$ 35 460,00
	total investido	R\$ 12 192,00		R\$ 36 175,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.3 Custos e despesas

Tabela 02 - Despesas

despesas gerais	custo (média)	tipo
Aluguel	\$ 7 716,00	fixo
salário e encargos	R\$ 5 460,00	fixo
manutenção (média)	R\$ 1 500,00	variável
marketing	R\$ 5 000,00	fixo
total de despesas	R\$ 19 676,00	
calculo total		
lucro bruto	R\$ 36 175,00	
despesas	R\$ 19 676,00	
lucro liquido	R\$ 16 499,00	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.4 Estratégias de precificação

Tabela 03 – Mark-up

(referente ao mês) (média)			
preço de venda	100%	R\$	5 000,00
ICMS	18%	R\$	900,00
PIS	1,65%	R\$	82,50
CONFINS	7,60%	R\$	380,00
despesas fixas	1%	R\$	50,00
margem de lucro	25%	R\$	1 250,00
mark up divisor	46,75%	R\$	2 337,50
mark up multiplicador	2,139037		
		R\$	10 000,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

5.5 Relatórios econômico-financeiros

Tabela 04 – Demonstrativos de Resultados - DRE

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	Referente a um mês	DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	Referente ao período de um ano
Descrição		Descrição	
Venda de mercadorias	R\$ 11 440,00	Venda de mercadorias	R\$ 144 040,00
RECEITA BRUTA	R\$ 11 440,00	RECEITA BRUTA	R\$ 144 040,00
(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 2 059,20	(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 25 927,20
RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$ 9 380,80	RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS	R\$ 118 112,80
(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$ 2 000,00	(-) Custo da Mercadoria Vendida	R\$ 24 000,00
LUCRO BRUTO	R\$ 11 380,80	LUCRO BRUTO	R\$ 142 112,80
(-) Despesas Operacionais	-R\$ 6 872,50	(-) Despesas Operacionais	-R\$ 82 470,00
(+) Comerciais (com Vendas)		(+) Comerciais (com Vendas)	
(+) Administrativas	R\$ 5 460,00	(+) Administrativas	R\$ 66 480,00
(+) Tributárias	R\$ 1 412,50	(+) Tributárias	R\$ 16 950,00
LUCRO OPERACIONAL	R\$ 4 508,30	LUCRO OPERACIONAL	R\$ 59 642,80
Receitas/(Despesas) Financeiras	R\$ -	Receitas/(Despesas) Financeiras	R\$ -
Resultado Operacional	R\$ 4 508,30	Resultado Operacional	R\$ 59 642,80
Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)		Receita/(Despesa) Não Operacional	R\$ -
Resultado Antes da CSLL	R\$ 4 508,30	Resultado Antes da CSLL	R\$ 59 642,80
(-)Provisão para CSLL	-R\$ 405,75	(-)Provisão para CSLL	-R\$ 4 868,96
Resultado antes do IRPJ	R\$ 4 102,55	Resultado antes do IRPJ	R\$ 54 773,84
(-)Provisão para IRPJ	-R\$ 615,38	(-)Provisão para IRPJ	-R\$ 7 384,60
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 3 487,17	LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 47 389,24

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

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 “P.G.D”

REFERÊNCIAS

UNIVEM. **Relatório de Projeto *startup***. São Paulo: Univem, 2022. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Sensu.

SEBRAE. **Boletim: Calçados Inclusivos**, 2015. Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/boletim-calçados-inclusivos/>. Acesso em 01 out 2023.

Terra. Joaneete é mais comum em mulheres e causa dores, apontam estudos, 07 ago 2019. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/joanete-e-mais-comum-em-mulheres-e-causa-dores-apontam-estudos,6d0bf9cd9a961466ca1f93e938a6ceded0srezqf.html>. Acesso em 28 nov 2023.

CNN Brasil. Brasil tem mais de 17 milhões de pessoas com deficiência, segundo IBGE, 26 ago 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-mais-de-17-milhoes-de-pessoas-com-deficiencia-segundo-ibge/>. Acesso em 28 nov 2023.

Shopee. Uniflex Calçados Ortopédicos. Disponível em: <https://shopee.com.br/uniflexoficial>. Acesso em 07 mar 2023.

Pés sem dor. Sapatênis sob medida. Disponível em: <https://www.pessemdor.com.br/produto/sapatenis-sob-medida/>. Acesso em 07 mar 2023.

Andbem. Disponível em: <https://www.andbem.com.br/>. Acesso em 07 mar 2023.

Elo7. Disponível em: https://www.elo7.com.br/?gbraid=0AAAAADpqywVPY8ilsUWyZ0eQ7_QKyHAGv. Acesso em 25 abr 2023.

Globo esporte. Pronada, supinada ou normal? Saiba qual é a sua pisada e escolha o tênis. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/eu-atleta/saude/guia/pronada-supinada-ou-normal-saiba-qual-e-sua-pisada-e-escolha-o-tenis.html#:~:text=%2D%20Pronada%20%2D%20quando%20a%20parte%20de,na%20banda%20externa%20do%20p%C3%A9>. Acesso em 27 jun 2023.

Playpé. Disponível em: https://www.plaype.com.br/sandalia-plaype-couro-coral-sand-coral?gclid=EAIAIQobChMIu5La2bXj_wIVQuRcCh31MQG_EAQYAyABEgKbjfD_BwE. Acesso em 27 jun 2023.

Asics. Disponível em: <https://www.asics.com.br/1011b403-403-tenis-asics-gel-hypersonic-2/p> . Acesso em 27 jun 2023.

Ieme. Estudo do Comportamento de Compra do Consumidor de Calçados, 8 abr 2022. Disponível em: <https://www.iemi.com.br/comportamento-e-mercado-de-calçados-no-brasil/> . Acesso em 01 ago 2023.

Elle. Como uma sandália ortopédica virou o sapato mais desejado do momento?, 29 ago 2020. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/historia-birkenstock-sandalia-arizona>. Acesso em 01 ago 2023.

Iguatemi 365. Birkenstock. Disponível em: https://www.iguatemi365.com/birkenstock?gclid=EAJaIQobChMIr4D157O7gAMVL2hMCh28HAxkEAAYASAAEgJuPFD_BwE. Acesso em 01 ago 2023.

Cadeira Voadora. Sapato inclusivo | Como conseguir o que você precisa, 2 abr 2021. Disponível em: <https://cadeiravoadora.com.br/sapato-inclusivo/> . Acesso em 22 ago 2023.

SEBRAE. **Boletim: Calçados Inclusivos**, 2015. Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/boletim-calçados-inclusivos/>. Acesso em 22 ago 2023.

Usaflex. Disponível em: <https://www.usaflex.com.br/>. Acesso em 22 ago 2023.

Cnpj. Gfg Comercio Digital LTDA. | Dafiti Group. Disponível em: <http://cnj.info/Gfg-Comercio-Digital-Ltda-Dafiti-Group-Sao-Paulo> . Acesso em 21 mar 2023.

Conube. Disponível em: <https://www.cnae-simples.com.br/>. Acesso em 28 nov 2023.

Gov.br. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/projetos-estrategicos/inova-simples>. Acesso em 21 mar 2023.

Marbo. Disponível em: <https://blog.marbocontabil.com.br/inova-simples-como-abrir-sua-empresa-nesse-formato>. Acesso em 21 mar 2023.

Mzlaw. Inova Simples: Nova resolução que simplifica a abertura de Startups, 19 abr 2020. Disponível em: <https://www.mzlaw.com.br/post/2020/04/19/inova-simples-nova-resolu%C3%A7%C3%A3o-que-simplifica-a-abertura-de-startups>. Acesso em 21 mar 2023.

Jusbrasil. O Inova Simples e o novo regime jurídico para Startups, 2018. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-inova-simples-e-o-novo-regime-juridico-para-startups/702405656>. Acesso em 28 mar 2023.

Startupi. Descomplicando a tributação das startups, 2022. Disponível em <https://startupi.com.br/descomplicando-a-tributacao-das-startups/>. Acesso em 28 mar 2023.

P.G.D.

