

PROJETO EUCOLETO!

PLANO ESTRATÉGICO INICIAL

17/09/2025

Equipe do Projeto

Julia Lourencini Oliveira (Gerente)

Ana Carolina Tanno de Sampaio

Matheus Freitas Felix

Wesley Felipe do Nascimento Silva

Sumário

1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA.....	5
2. DESCRIÇÃO DO SERVIÇO.....	5
3. MVV: MISSÃO, VISÃO E VALORES.....	5
3.1 MISSÃO.....	5
3.2 VISÃO.....	6
3.3 VALORES.....	6
4. BUSINESS MODEL CANVAS.....	6
4.1 PROPOSTA DE VALOR.....	7
4.2 PRINCIPAIS PARCERIAS.....	7
4.3 ATIVIDADES CHAVE.....	7
4.4 RECURSOS CHAVE.....	8
4.5 SEGMENTO DE CLIENTES.....	8
4.6 RELACIONAMENTO COM CLIENTE.....	8
4.7 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO.....	9
4.8 FONTES DE RECEITA.....	9
4.9 ESTRUTURA DE CUSTOS.....	9

PLANO ESTRATÉGICO INICIAL

1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa “**EuColeta!**” foi inicialmente idealizada durante o contexto pandêmico. Em razão do *lockdown* e das atividades presenciais reduzidas, Roberto, franqueado-fundador da empresa transportadora JadLog, manifestou interesse em empreender dentro do setor de logística, atendendo a dores comuns de clientes de compras on-line, como um incremento do e-commerce. Porém, na época, não encarava o cenário como favorável para a execução operacional do empreendimento.

Atualmente, Roberto observa o cenário ideal para a implementação efetiva do negócio. Nesse sentido, a fim de atrair e captar recursos do mercado para colocar em prática a “**EuColeta!**”, ele pretende utilizar-se deste Plano de Negócios para auxiliá-lo na prospecção de potenciais investidores.

O aplicativo “**EuColeta!**” alinha-se estrategicamente às novas necessidades de adaptação por parte do mercado de logística, especialmente entre empresas que trabalham com a entrega de produtos do comércio eletrônico. Ele aparece como um facilitador na etapa pós-entrega de pedidos feitos on-line, prestando o serviço de devolução de mercadorias em caso de erro do fornecedor. Para tanto, a “**EuColeta!**” contará com uma estrutura logística já existente, além de uma plataforma tecnológica intermediadora entre os motoristas e os clientes do varejo eletrônico.

Por se tratar de uma empresa de logística, a “**EuColeta!**” pretende, a longo prazo, expandir a área de atuação por todo o Brasil. Porém, de início, o aplicativo deve cobrir somente a rede logística dos municípios do Rio de Janeiro e São Paulo. Somado a isso, a empresa está prevista para ser estruturada por completo até o final do ano, com o seu estágio operacional entrando em vigor o mais breve possível.



Por fim, a “**EuColeta!**” aparece como uma resposta à expansão do ramo logístico que Roberto, enquanto franqueado-fundador da JadLog, acumula experiência. Nos últimos anos, em razão do fortalecimento do e-commerce e da necessidade de inovação do setor, a “**EuColeta!**” pretende desempenhar um papel revolucionário na relação cliente-fornecedor, de maneira a criar maior coesão entre as etapas de compra e recebimento das mercadorias. Com um mercado em expansão e uma estratégia bem definida pela ECONOMICA Jr, a “**EuColeta!**” não somente poderá atrair potenciais investidores, como também poderá transformar por completo a relação de primeira milha de produtos do comércio digital.

2. DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

A proposta da empresa é oferecer uma solução logística voltada para o transporte de mercadorias de e-commerce na etapa da primeira milha. Em outros termos, por meio do aplicativo “**EuColeta!**”, clientes do varejo eletrônico que enfrentarem problemas com produtos defeituosos, indesejados ou entregues incorretamente poderão solicitar a coleta de tais compras utilizando a estrutura logística da empresa.

O aplicativo funcionará como uma fase intermediária entre o cliente final e o fornecedor, proporcionando um atendimento personalizado que integrará por completo as etapas da cadeia logística. Dessa forma, o projeto tem como missão minimizar os possíveis impactos negativos advindos após o recebimento de compras on-line.

Desse modo, o empreendimento foi desenvolvido para oferecer praticidade e agilidade aos consumidores do comércio eletrônico, por meio de uma plataforma digital que viabiliza o contato direto entre os clientes e a rede de colaboradores responsáveis pelo transporte da “**EuColeta!**”, tornando o processo de devolução mais simples e eficiente.

Outra área de atuação da “**EuColeta!**” será a prestação de serviço de coleta e envio para vendedores digitais independentes, isto é, empreendedores que



comercializam produtos por meio das redes sociais. Tais comerciantes enfrentam adversidades logísticas devido à falta de soluções integradas de envio, uma vez que não dispõem de sistemas logísticos robustos e personalizados. Assim, para atender a demanda, a “**EuColeta!**” oferecerá a eles soluções logísticas, simplificando o processo de coleta e a entrega das mercadorias nos pontos de postagem dos Correios. Em resumo, a plataforma digital funcionará como intermediária entre os colaboradores da marca e os pequenos vendedores, proporcionando a eles as mesmas facilidades que têm os comerciantes de grandes marketplaces.

Por fim, é válido destacar que o contato com os serviços da empresa poderá ser acessado também por meio de outras plataformas digitais de e-commerce. Ou seja, a “**EuColeta!**” atuará, ao mesmo tempo, como uma solução terceirizada para empresas do varejo on-line que buscam modernizar e otimizar a sua cadeia de distribuição logística.

3. MVV: MISSÃO, VISÃO E VALORES

A Missão, Visão e os Valores de uma empresa representam os pilares que irão servir como base para toda a estruturação dessa. É pensando nesses três aspectos que a empresa sempre toma as suas decisões estratégicas, define suas metas e o seu planejamento como um todo. Este tripé servirá como um “cartão de visitas” para os clientes e também para os possíveis investidores da empresa, definindo o que mais importa para o empreendimento, quais são as suas ambições para o futuro e quais pilares são mais valorizados para a filosofia interna.

A ampla maioria das empresas presentes no mercado atualmente contam com uma Missão, Visão e Valores bem definidas, isto é, sendo observadas no cotidiano da empresa e em seu trabalho realizado como um todo.

3.1 MISSÃO

A Missão responde à pergunta “o que o empreendimento necessita executar?” e deve ser objetiva e concisa, respondendo à questão com clareza, ao mesmo tempo em que apresenta o que considera ser mais importante que o



público saiba. Ressaltamos também que é importante que a Missão apresente os diferenciais da empresa e o motivo pelo qual um investidor ou cliente deve escolhê-la ao invés de um concorrente, por exemplo.

Dessa forma a missão indicada para o novo empreendimento é:



"Facilitar a logística de retorno de mercadorias do e-commerce de forma inovadora priorizando tanto o conforto, praticidade, tempo e dinheiro do usuário enquanto valoriza igualmente cada prestador de serviço."

Missão sugerida para a empresa

Agora vamos entender a totalidade da Missão da **EuColeta!** destrinchando e explicando suas partes:

"Facilitar a logística durante o retorno de mercadorias provenientes do e-commerce ..." objetivo principal da empresa.

"...priorizando tanto o conforto, praticidade, tempo e dinheiro do usuário..." expressa o objetivo e os benefícios do serviço oferecido.

"...enquanto valoriza igualmente cada prestador de serviços." além de priorizar o usuário final, a **EuColeta!** também se preocupa com todas as partes envolvidas na cadeia logística, garantindo reconhecimento e valorização de cada parceiro do processo.



3.2 VISÃO

A Visão de uma empresa tem como função principal demonstrar os seus interesses, objetivos e metas para o futuro, podendo conter ou não datas estipuladas para tal.

Diferentemente da missão, que raramente muda com o tempo, a visão é constantemente alterada, a partir dos interesses e da situação da empresa. A visão deve ser clara, objetiva e constantemente lembrada no cotidiano da companhia. Ela precisa ser desafiadora, mas nunca impossível, sempre motivando todos a atingir e até superar esta marca em um longo prazo, além de responder à pergunta “como você vê a sua empresa em um determinado período de tempo?”

Assim nós da ECONÔMICA recomendamos que a visão da **EuColeta!** passe a ser:



"Até o final do ano, consolidar a EuColeta! como uma empresa inovadora e referência em logística reversa para o e-commerce, oferecendo praticidade e conforto aos usuários e maior ganho aos prestadores de serviço. A longo prazo, expandir a atuação para além do Rio de Janeiro e São Paulo, alcançando todo o território nacional."

Visão sugerida para a empresa

Para compreender melhor a Visão da **EuColeta!** vamos explicar em partes:

"Até o final do ano, consolidar a **EuColeta! como uma empresa inovadora e referência em logística reversa para o e-commerce, ..."**

A **EuColeta!** deseja ser reconhecida como pioneira e líder na facilitação de logística reversa no setor de e-commerce, destacando-se por oferecer uma solução



prática que ainda não existe no mercado. Isso significa conquistar credibilidade, confiança e se tornar a primeira escolha tanto de clientes quanto de parceiros.

"...oferecendo praticidade e conforto aos usuários e maior ganho aos prestadores de serviço,..."

O objetivo da empresa é criar um modelo de negócio que seja a melhor opção para todos os envolvidos, proporcionando comodidade, economia de tempo e economia financeira ao consumidor final, ao mesmo tempo em que o prestador de serviço é valorizado, oferecendo ganhos justos e superiores aos padrões atuais do mercado.

"...A longo prazo, expandir a atuação para além do Rio de Janeiro e São Paulo, alcançando todo o território nacional."

A **EuColetor!** tem a visão de se expandir, não se limitando a um mercado regional. O propósito é alcançar abrangência nacional, levando a inovação e a eficiência do nosso modelo para todo o Brasil. Essa expansão refletirá não apenas crescimento geográfico, mas também a consolidação de uma nova forma de pensar a logística, mais justa e inclusiva.

3.3 VALORES

Os Valores dizem a respeito dos princípios que são mais valorizados pela empresa e que estarão implícitos em todos os processos e projetos realizados. Eles estão diretamente ligados com os dois últimos tópicos (Missão e Visão), pois são justamente um reflexo do que já se foi observado. É de suma importância que os valores representem o que realmente é analisado dentro da empresa, em todas as suas camadas.

Como sugestão de valores para a **EuColetor!**, considera-se que os valores do empreendimento são baseados na excelência e autenticidade. Busca-se facilitar a logística de retorno de mercadorias do e-commerce com praticidade e confiança, garantindo conforto, economia de tempo e dinheiro em cada entrega, ao mesmo tempo em que reconhece-se todos como parte essencial da cadeia de soluções.



Valores sugeridos

EXCELÊNCIA

AUTENTICIDADE

PRATICIDADE E CONFIANÇA

GARANTIR CONFORTO, ECONOMIA DE TEMPO E DINHEIRO EM CADA ENTREGA

RECONHECER TODOS COMO PARTE ESSENCIAL DA NOSSA CADEIA DE SOLUÇÕES



Para compreender melhor os Valores da **EuColeta!** vamos explicar em partes:

- ❖ **Excelência:** buscar a excelência na execução, logística e satisfação de cada etapa do processo, superando as expectativas de clientes, prestadores e parceiros.
- ❖ **Autenticidade:** viemos criar um produto inovador tanto na logística quanto na prática, construindo assim uma forte e diferenciada identidade própria.
- ❖ **Praticidade e confiança:** oferecer soluções simples, rápidas e seguras, que transmitam credibilidade a cada etapa.
- ❖ **Garantir conforto, economia de tempo e dinheiro em cada entrega:** priorizamos a experiência do usuário, tornando o processo sua melhor escolha.

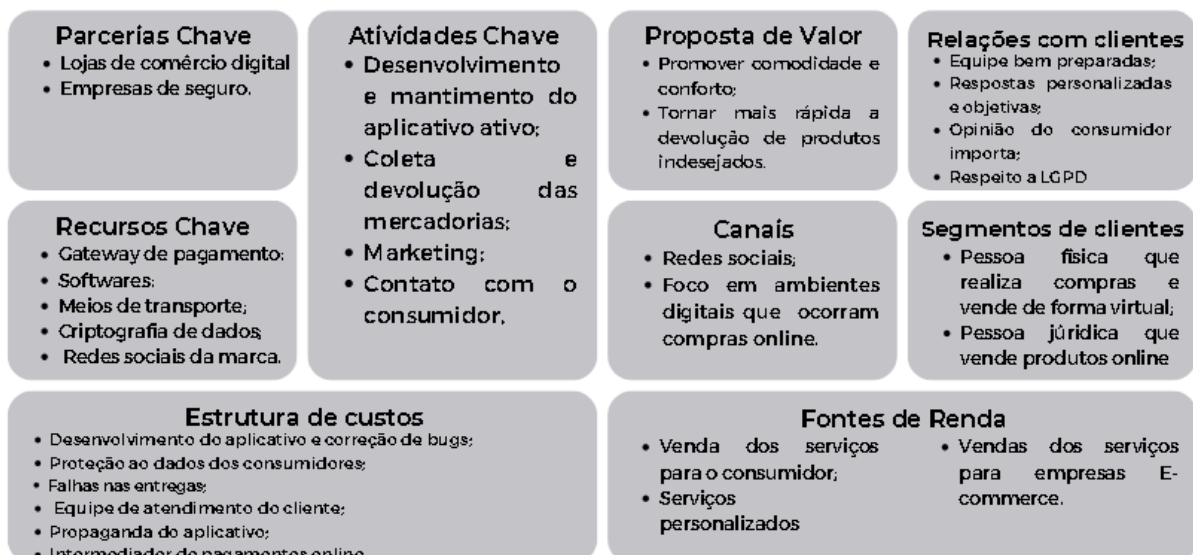


- ❖ **Reconhecer todos como parte essencial da nossa cadeia de soluções:** fortalecendo as relações entre todos os agentes da operação, criando uma rede sólida de colaboração.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

A ferramenta Business Model Canvas, ou modelo Canvas, tem como objetivo estruturar os elementos mais importantes para operacionalizar o empreendimento. Tal ferramenta é construída através de uma tabela simplificada que compõe os diversos aspectos fundamentais para a implementação e o funcionamento do negócio. Essa tabela permite que os elementos mais importantes do empreendimento sejam explicitados visualmente, assim, auxiliando o planejamento estratégico. A seguir, será apresentado o Business Model Canvas do projeto “**EuColeta!**”, juntamente com uma breve explicação de cada um dos elementos apresentados na tabela.

Business Model Canvas



4.1 PROPOSTA DE VALOR

Os valores de uma marca possuem o desígnio de explicitar a essência do negócio, demonstrando o propósito do empreendimento ao seu público e ao seus clientes, ou seja, fornece qual é a missão que a empresa pretende se comprometer



com a sociedade. A partir disso, se pode afirmar que o “**EuColeta!**” tem como principal finalidade promover comodidade e agilidade para os seus consumidores, de modo que os clientes evitem situações estressantes e demoradas relacionadas a devolução de mercadorias. Nesse sentido, percebe-se que, em uma sociedade pautada cada vez mais na eficiência e conveniência, aplicativos como o “**EuColeta!**” auxiliam que os indivíduos possam usufruir de maior conforto, visto que o aplicativo de logística evitaria o deslocamento dos indivíduos para a entrega da mercadoria. Além do mais, como no “**EuColeta!**” o produto seria coletado na casa do consumidor, nota-se que o cliente será beneficiado com uma economia de tempo, o que é crucial na atualidade.

4.2 PRINCIPAIS PARCERIAS

As principais parcerias estão relacionadas com parcerias estratégicas que podem impulsionar o uso do aplicativo para mais consumidores. Nesse caso, parceiros que cumpriram esse papel seriam as lojas de e-commerce, visto que tais lojas operam através da entrega de produtos e é comum que erros ocorram nessas entregas, como produtos indesejados sendo entregues, produtos com defeitos ou que o cliente se arrependa de ter adquirido determinada mercadoria. Nesse contexto, como erros são comuns durante as entregas de compras via e-commerce, possuir parcerias com essas lojas seria uma maneira de promover a “**EuColeta!**”, pois ao prestar serviços para tais lojas online, o aplicativo, além de obter receita, também poderia ser difundido, visto que os clientes dessa loja que desejassem devolver a mercadoria, passariam a conhecer o “**EuColeta!**” quando a entrega fosse coletada durante a prestação do serviço para a loja. Logo, verifica-se que essas parcerias seriam importantes tanto do ponto de vista comercial quanto de difusão da imagem do aplicativo.

Outro tipo de parceria que poderia contribuir para o crescimento do aplicativo, seria parcerias relacionadas com empresas seguradoras, uma vez que planos de seguro protegem as mercadorias dos consumidores caso ocorra



problemas na entrega ou na devolução deles. Esse tipo de seguro pode garantir uma diminuição de prejuízos caso ocorram episódios de roubos das mercadorias.

4.3 ATIVIDADES CHAVE

As atividades-chave abrangem os processos para que a empresa cumpra sua proposta de valor, além do mais, essas atividades são fundamentais para a evolução e o desenvolvimento do empreendimento. Para o “**EuColeta!**” seriam: desenvolvimento e mantimento do aplicativo ativo (corrigindo falhas de funcionamento que podem surgir), coleta das mercadorias, visando a entrega das mesmas aos centros de distribuição, marketing e contato com o consumidor (esclarecendo dúvidas, registrando reclamações e resolvendo problemas relacionados ao serviço).

4.4 RECURSOS CHAVE

Os recursos chave são aqueles aspectos que, unidos às atividades chaves, tornam a operação do negócio funcional e que os serviços sejam realizados com excelência. Temos como recursos chaves da “**EuColeta!**”: gateway de pagamento (que visa garantir a segurança do consumidor na compra dos serviços), softwares, meios de transporte, criptografia dos dados dos consumidores e redes sociais da marca. Financeiramente, faz-se necessário capital ou uma linha de crédito intrínseca ao desenvolvimento do aplicativo e ao funcionamento dele.

4.5 SEGMENTO DE CLIENTES

O planejamento do segmento de clientes é fundamental para determinar qual será o público alvo de consumidores ou empresas que o empreendimento pretende atingir, além do mais, através de um segmento de clientes bem definido é possível moldar o funcionamento do negócio para a camada da sociedade que a empresa pretende alcançar e prestar os seus serviços. Dessa forma, através de um planejamento dos segmentos de clientes, a “**EuColeta!**” deve personalizar as suas ofertas com o objetivo de criar valor para que atenda as demandas e expectativas do seu público segmentado.



O primeiro perfil de consumidores que a “**EuColeta!**” deve alcançar são os clientes físicos, isto é, clientes individuais realizadores de compras digitais que usariam o aplicativo para que a logística da devolução seja realizada com maior comodidade, evitando gastos de tempo desnecessário e com isso evitando que problemas relacionados a compra de mercadorias se tornasse um empecilho em sua rotina.

Outro perfil que a “**EuColeta!**” deve buscar atingir são os clientes jurídicos, que seriam plataformas digitais que necessitam prestar tais serviços para os clientes e como não possuem a logística necessária devem contratar o “**EuColeta!**” para que a devolução da mercadoria seja realizada. Logo evidencia-se que o projeto possui a capacidade de atender clientes B2C, mas também, clientes B2B.

A “**EuColeta!**” deve buscar alcançar outro segmento de clientes: os pequenos vendedores digitais. Esses indivíduos que realizam vendas através das redes sociais, como o Instagram por exemplo, não possuem um sistema logístico integrado, ou seja, possuem dificuldades para transportar os seus produtos até um centro de distribuição, o que faz com que esses empreendedores tenham que se deslocar diretamente até os Correios. Para solucionar essa problemática, a “**EuColeta!**” poderia realizar um serviço personalizado, permitindo que esses consumidores contratem a empresa para levar as mercadorias até o centro de distribuição.

4.6 RELACIONAMENTO COM CLIENTE

O relacionamento com os clientes é responsável por moldar como serão as relações entre os consumidores e a empresa. Com isso, torna-se imprescindível o uso de uma comunicação adequada, trazendo a formalidade e a educação como bases, além de transmitir as informações de maneira clara e objetiva, de modo que os clientes tenham as suas dúvidas esclarecidas, assim, tornando possível que o cliente confie na empresa para realizar as suas necessidades e conseqüentemente



contrate os serviços do “**EuColeta!**”, visto que nesse mercado de logística de mercadorias se faz necessário que haja uma relação de confiança entre as partes.

Dessa forma, o relacionamento com o clientes se demonstra importante para a diferenciação da empresa e no sucesso de vendas. Com isso, nota-se que a relação deve ser cultivada baseada na personalização e na objetividade. Isso ocorre através da personalização de mensagens iniciais, que pode ser realizada por meio de um chat online para que os clientes possam registrar suas reclamações em qualquer período. Após o registro da reclamação e análise das mesmas, é fundamental que haja uma equipe bem preparada que possua técnicas de atendimento ao consumidor e resolução de problemas, visando que tanto as dúvidas do cliente sejam sanadas, quanto os seus problemas sejam solucionados.

Outro canal de comunicação com o consumidor pode ser através de mensagens periódicas realizadas de forma automáticas com a intenção de o cliente avaliar o aplicativo e os serviços prestados pela “**EuColeta!**”, com o objetivo que as opiniões dos consumidores sejam coletadas e possam ser analisadas para que o aplicativo e os serviços prestados estejam cada vez mais otimizados para os clientes.

Ademais, nesse relacionamento com o consumidor é importante salientar que nas relações entre a “**EuColeta!**” com o seus usuários terá como essência o respeito a Lei de Proteção de Dados (LGPD), assim, a “**EuColeta!**” busca garantir a transparência e a segurança no tratamento das informações pessoais dos seus consumidores, com isso protegendo a privacidade deles.

4.7 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Os canais de distribuição englobam os meios que a empresa utiliza para se comunicar com o cliente, desde o primeiro contato até o acompanhamento desse cliente até o final da compra.

Por se tratar de um aplicativo, a comunicação será realizada principalmente via setor digital, já que a compra dos serviços pelo cliente ocorrerá somente via



online. No entanto, os meios de distribuição devem ser escolhidos com base nos públicos alvos que o empreendimento deseja alcançar e na abrangência geográfica que o aplicativo deve estar operando. Como o **“EuColeta!”** está restrito a compras no mundo virtual, percebe-se que é interessante realizar anúncios do aplicativo em ambientes virtuais, como por exemplo as redes sociais, visando que mais pessoas conheçam o aplicativo e o instalem em seus dispositivos. Tais anúncios devem ser focados em ambientes virtuais em que a compra via online ou o direcionamento para a compra via online ocorrem com mais frequência, pois o **“EuColeta!”** pretende atingir justamente o público que compra regularmente de maneira digital.

4.8 FONTES DE RECEITA

As fontes de renda são as maneiras que a empresa pode garantir a sua operação e realizar melhorias nos serviços ofertados. No caso do projeto **“EuColeta!”** a principal fonte de receita seria a compra de serviços via online, na qual o consumidor contrataria a **“EuColeta!”** para a coleta da mercadoria. Nessa fonte de receita pode ocorrer uma diversificação dos serviços, de modo que coletas feitas de forma mais imediata tenham preços maiores para os consumidores, já as coletas feitas através de agendamentos com maior tempo de antecedência devem possuir preços mais acessíveis, assim podendo diversificar os serviços relacionados a este fim.

Outra fonte de receita, seriam as parcerias com marketplaces visando que a **“EuColeta!”** prestasse serviços relacionados a coleta das mercadorias para tais empresas. Nessa fonte de receita firmada via termos contratuais, a **“EuColeta!”** se disponibilizaria para recolher os produtos dessas lojas online, visando garantir que o produto retornasse para elas. Uma fonte de receita semelhante a essa, seria a com pessoas físicas que vendem produtos na internet e que necessitam de uma transportadora para levar as mercadorias até um centro de distribuição e por isso contrataram a **“EuColeta!”** para realizar esses serviços.



4.9 ESTRUTURA DE CUSTOS

A estruturação dos custos da empresa é fundamental para obter um controle preciso do fluxo de capital, e, dessa maneira, manter o empreendimento em eficiência operacional. Diante disso, observa-se que é necessário notar os principais custos do negócio, que inclui o desenvolvimento e o funcionamento do aplicativo. Outro gasto importante é o relacionado com a segurança dos dados dos consumidores, visto que por ser um aplicativo é importante que haja um mecanismo de segurança que proteja os dados dos clientes de serem vazados.

Além do mais, há outro custo importante que deve ser considerado, que é o custo de devolução do dinheiro caso ocorra algum problema durante o período que a mercadoria estiver com o responsável pela coleta, que está prestando um serviço para o aplicativo. Outra importante despesa que deve ser pensada é a operacional, visto que deve haver uma equipe que esteja à disposição dos clientes para que problemas relacionados ao transporte da mercadoria sejam resolvidos. Além disso, também há o custo para a implementação do pagamento no aplicativo e o relacionado a propaganda do aplicativo no meio virtual.





(19) 99761-5841 - Rua Pitágoras, 353 – Instituto de Economia, Sala 35 UNICAMP –
Cidade Universitária, Campinas/SP – CEP: 13083-970

