



**ECO
NO
MICA**

EUCOLETO!

PLANO DE NEGÓCIOS

RELATÓRIO-SÍNTESE

SUMÁRIO

- 1 PLANO ESTRATÉGICO INICIAL
- 2 PESQUISA E ANÁLISE DE MERCADO
- 3 PLANO DE MARKETING
- 4 PLANO OPERACIONAL
- 5 PLANO FINANCEIRO
- 6 PLANO ESTRETÉGICO FINAL E ANÁLISE DE RISCO

ETAPAS

- 1 **Apresentação da Empresa**
- 2 **Análise e descrição do serviço**
- 3 **Business Model Canvas**
- 4 **Missão, Visão e Valores**

Apresentação da empresa



O QUE É?

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 tais mercadorias em caso de erro do fornecedor

COMO DEVE ATUAR?

“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

Análise e descrição do serviço

SOBRE O SERVIÇO

Por meio do aplicativo “**EuColeta**”, **clientes do varejo eletrônico** que enfrentarem problemas com **produtos defeituosos, indesejados ou entregas incorretamente** poderão solicitar a coleta de tais compras utilizando a **estrutura logística da empresa**.

PLATAFORMA DIGITAL

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 os clientes e a rede de colaboradores** responsáveis pelo transporte da “**EuColeta**”. Assim, torna-se o processo de devolução mais simples e eficiente.

OUTRAS PLATAFORMAS DE E-COMMERCE

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.

Business Model Canvas

Parcerias Chave

- Lojas de comércio digital
- Empresas de seguro.

Recursos Chave

- Gateway de pagamento;
- Softwares;
- Meios de transporte;
- Criptografia de dados;
- Redes sociais da marca.

Estrutura de custos

- Desenvolvimento do aplicativo e correção de bugs;
- Proteção ao dados dos consumidores;
- Falhas nas entregas;
- Equipe de atendimento do cliente;
- Propaganda do aplicativo;
- Intermediador de pagamentos online.

Atividades Chave

- Desenvolvimento e mantimento do aplicativo ativo;
- Coleta e devolução das mercadorias;
- Marketing;
- Contato com o consumidor,

Proposta de Valor

- Promover comodidade e conforto;
- Tornar mais rápida a devolução de produtos indesejados.

Canais

- Redes sociais;
- Foco em ambientes digitais que ocorram compras online.

Fontes de Renda

- Venda dos serviços para o consumidor;
- Serviços personalizados
- Vendas dos serviços para empresas E-commerce.

Relações com clientes

- Equipe bem preparadas;
- Respostas personalizadas e objetivas;
- Opinião do consumidor importa;
- Respeito a LGPD

Segmentos de clientes

- Pessoa física que realiza compras e vende de forma virtual;
- Pessoa jurídica que vende produtos online

“

"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



"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

Valores sugeridos

EXCELÊNCIA

AUTENTICIDADE

PRATICIDADE E CONFIANÇA

GARANTIR CONFORTO, ECONOMIA DE
TEMPO E DINHEIRO EM CADA ENTREGA

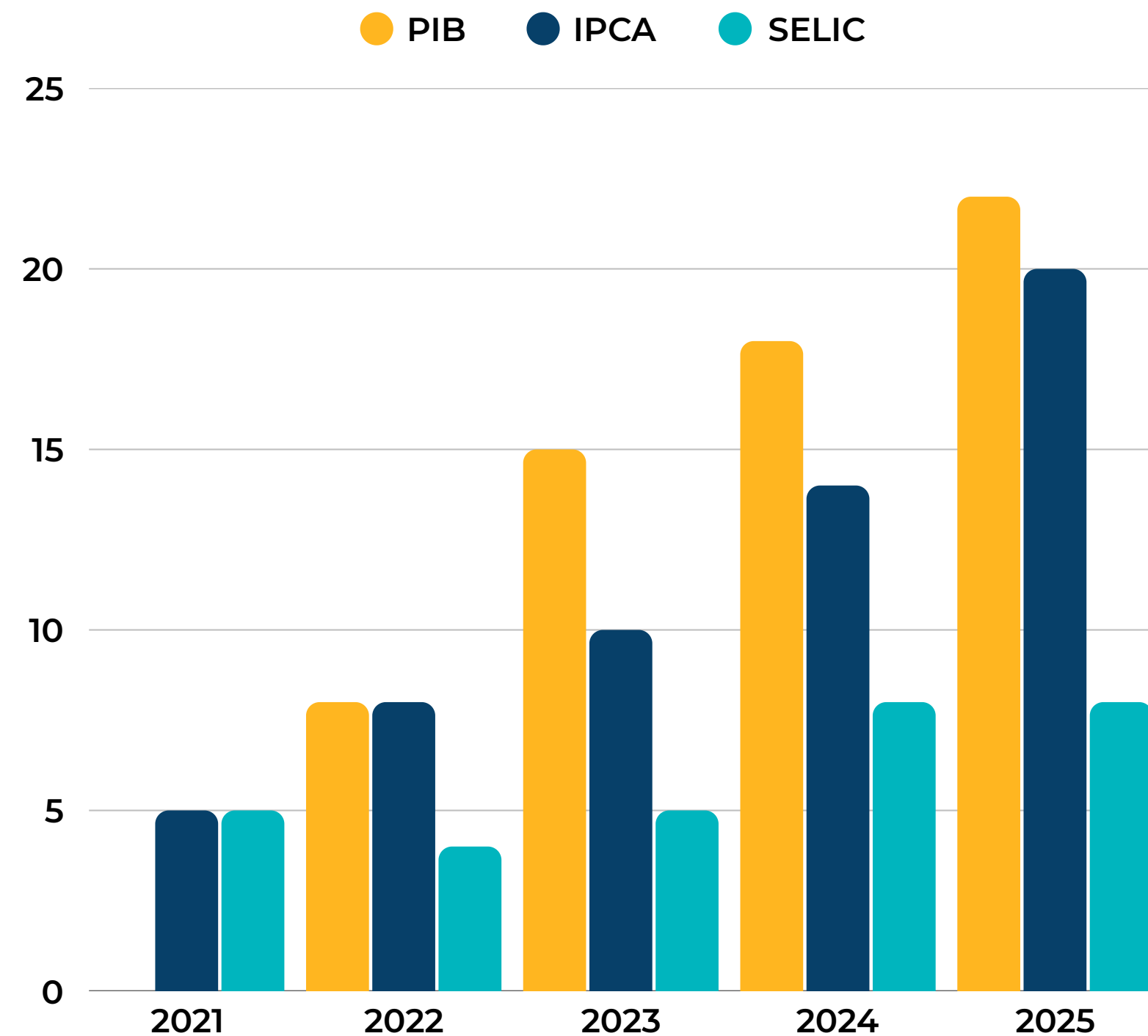
RECONHECER TODOS COMO PARTE
ESSENCIAL DA NOSSA CADEIA DE SOLUÇÕES

ETAPAS

-
- 1 **Análise macroeconômica**
- 2 **Análise do Setor**
- 3 **Análise dos Concorrentes**
- 4 **Análise da Região**
- 5 **Análise do Público-alvo**

Análise Macroeconômica

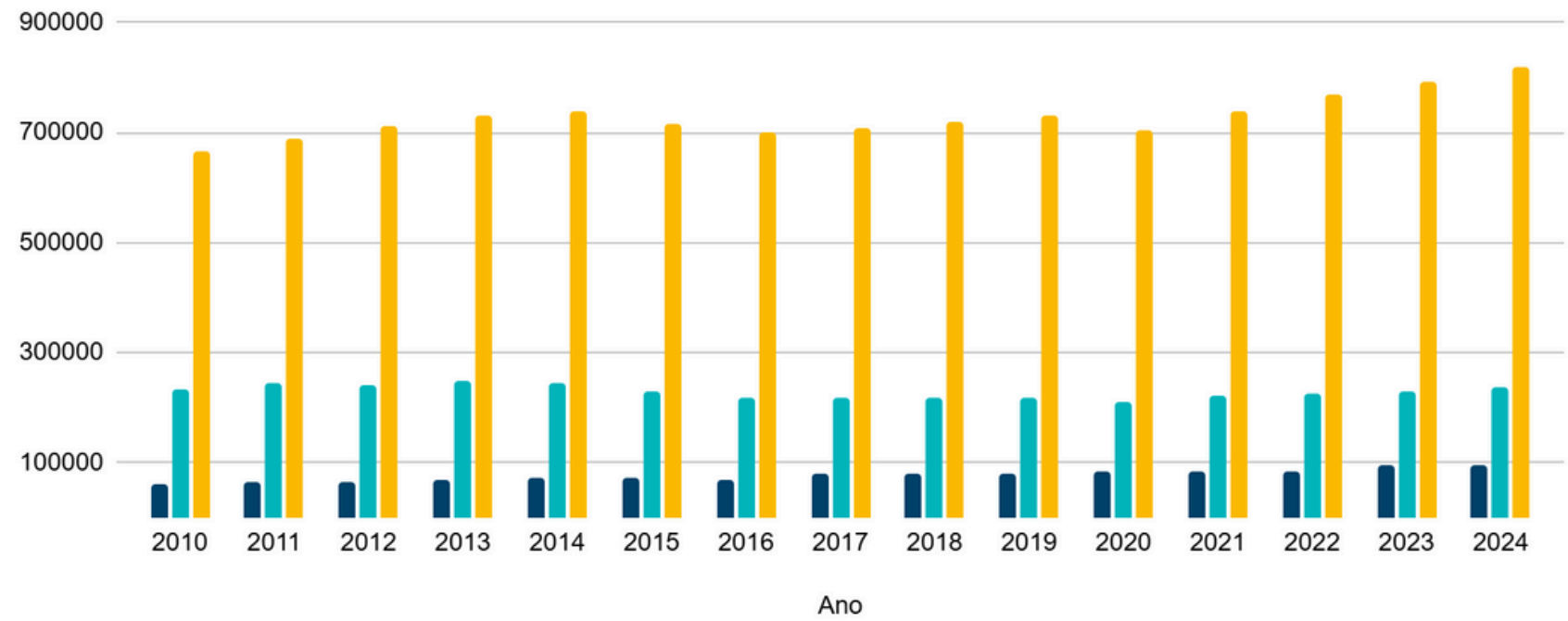
A economia brasileira tem apresentado crescimento moderado nos últimos anos, com o setor de serviços sendo o principal motor do PIB, representando cerca de dois terços da economia. Apesar das crises recentes – recessão política em 2015-2016 e impactos da pandemia em 2020 – o setor de serviços mostrou grande resiliência, liderando a retomada econômica em 2021, principalmente em atividades como comércio, transporte, logística e serviços pessoais, essenciais para o funcionamento de empresas como a EuColeta!. O consumo das famílias e os investimentos em infraestrutura e tecnologia são determinantes para a expansão do setor, enquanto a inflação e a taxa Selic impactam diretamente os custos operacionais, especialmente em logística, transporte e aquisição de insumos. Em 2024-2025, a inflação acima da meta e a Selic elevada pressionam os preços e o crédito, exigindo eficiência e planejamento estratégico. Projeções indicam estabilização gradual da inflação e redução da Selic a partir de 2026, criando um ambiente mais previsível e favorável para investimentos e crescimento do setor de serviços. Para a EuColeta!, isso significa oportunidades de expansão em um mercado estruturado, porém competitivo e sensível a custos e condições macroeconômicas.



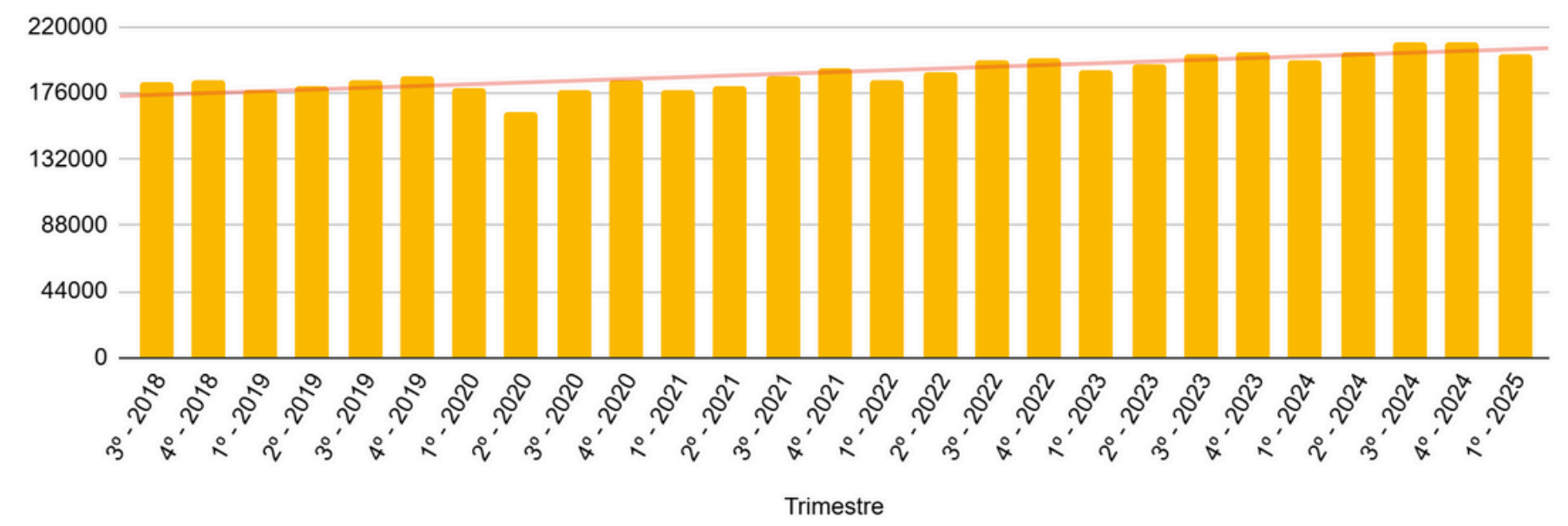
PIB do Setor de Serviços

PIB pela Ótica da Demanda

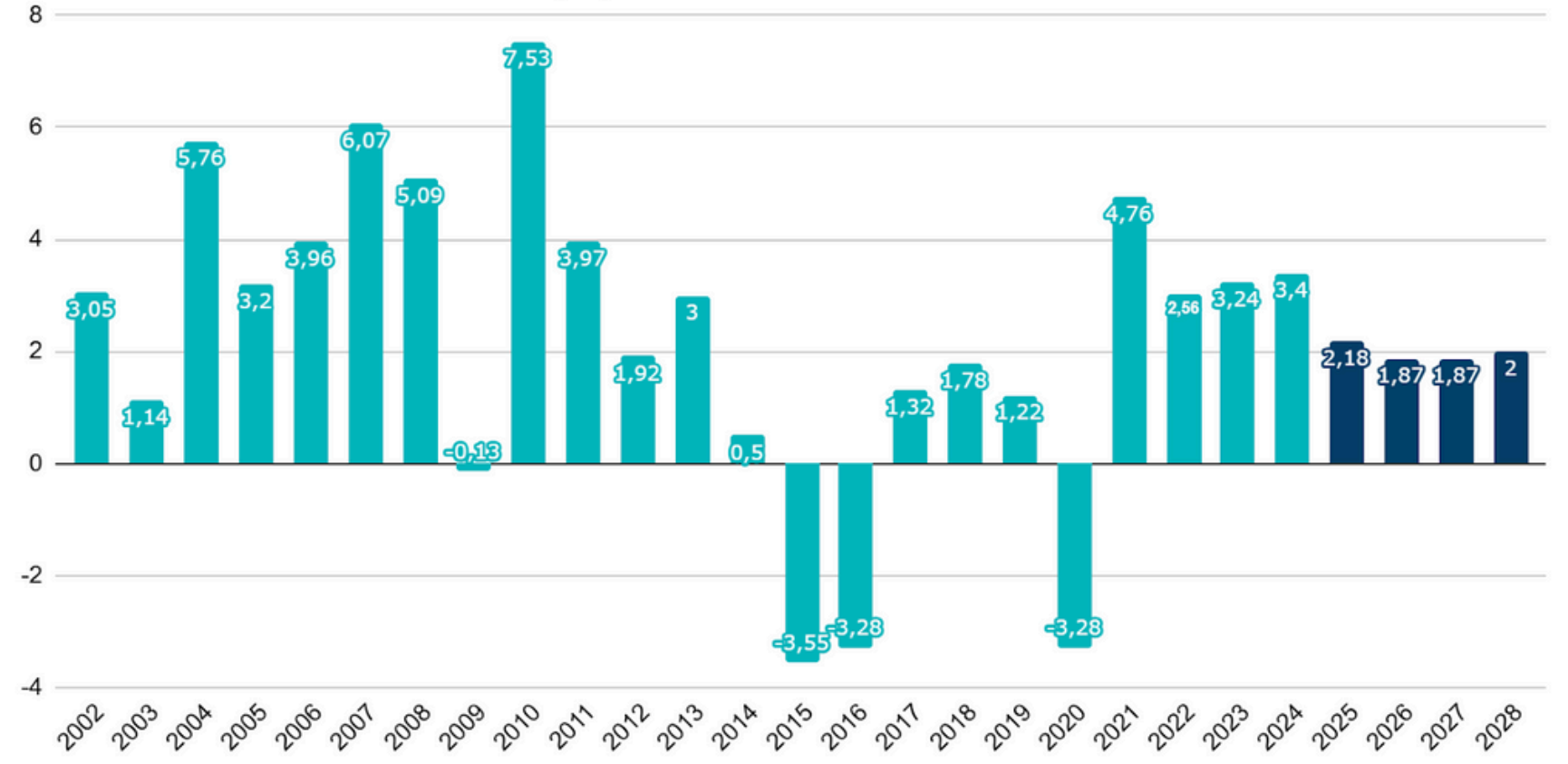
■ Agropecuária ■ Indústria ■ Serviços



PIB de Serviços

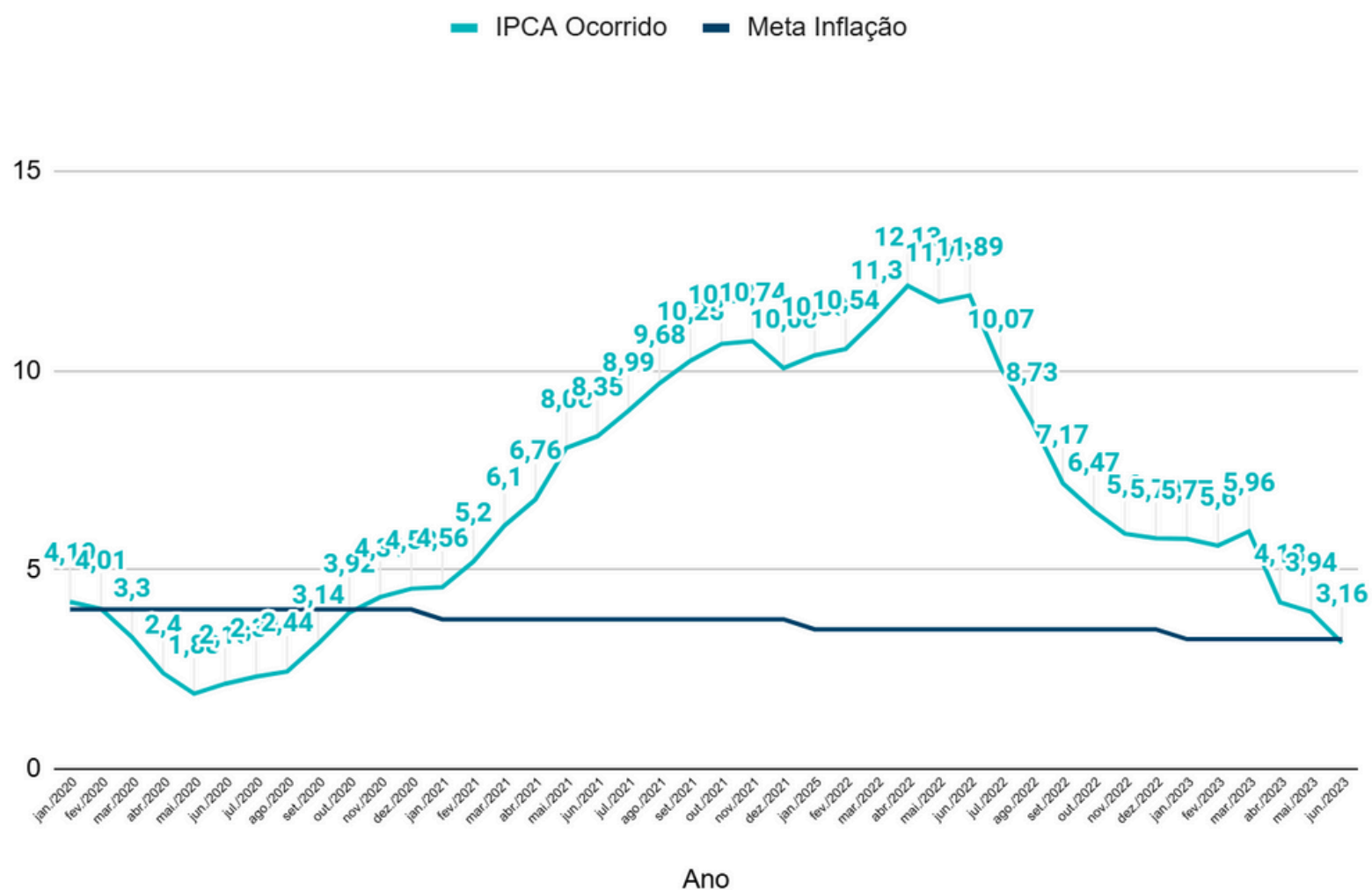


Taxa de variação (%) do PIB brasileiro, de 2002 a 2027*



PIB do Setor de Serviços

IPCA ocorrido e meta para a inflação (%)

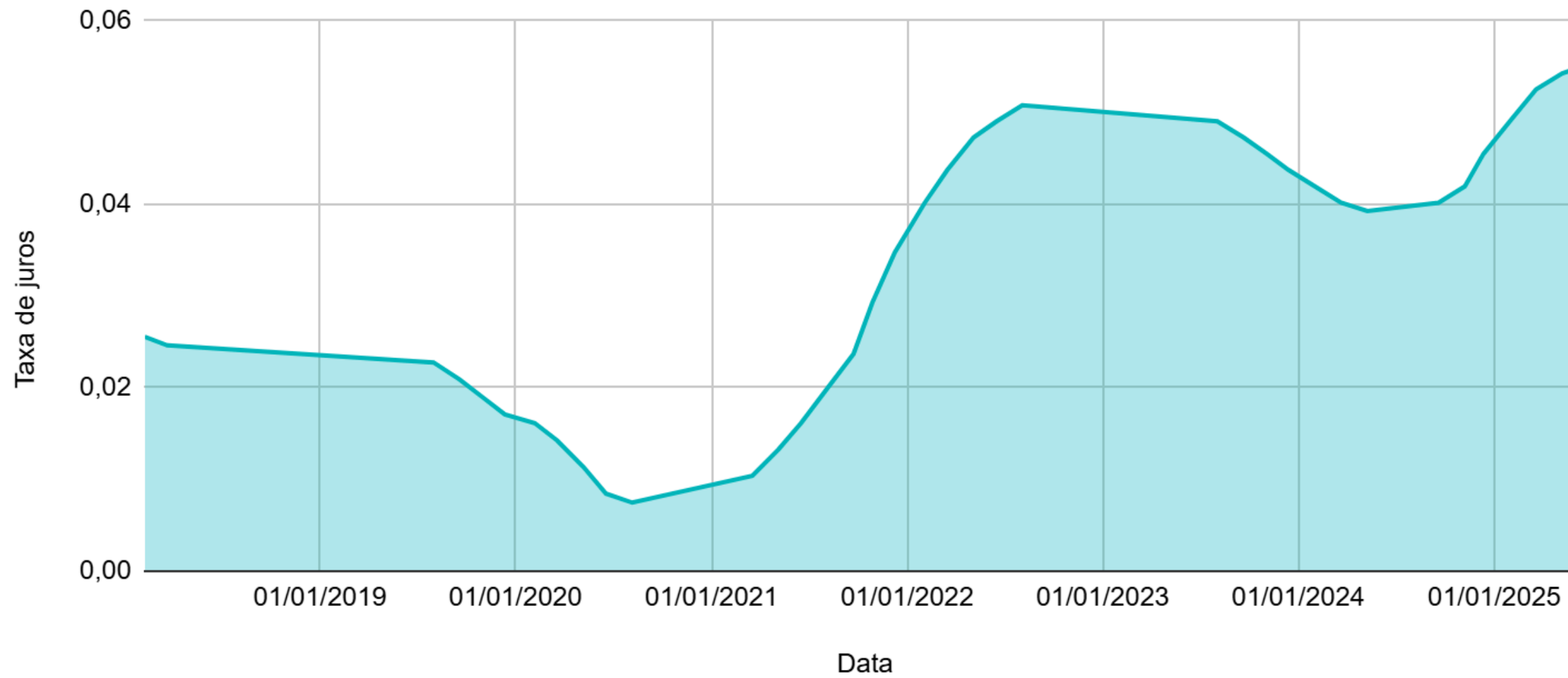


Variação mensal do IPCA (%)



Taxa Selic

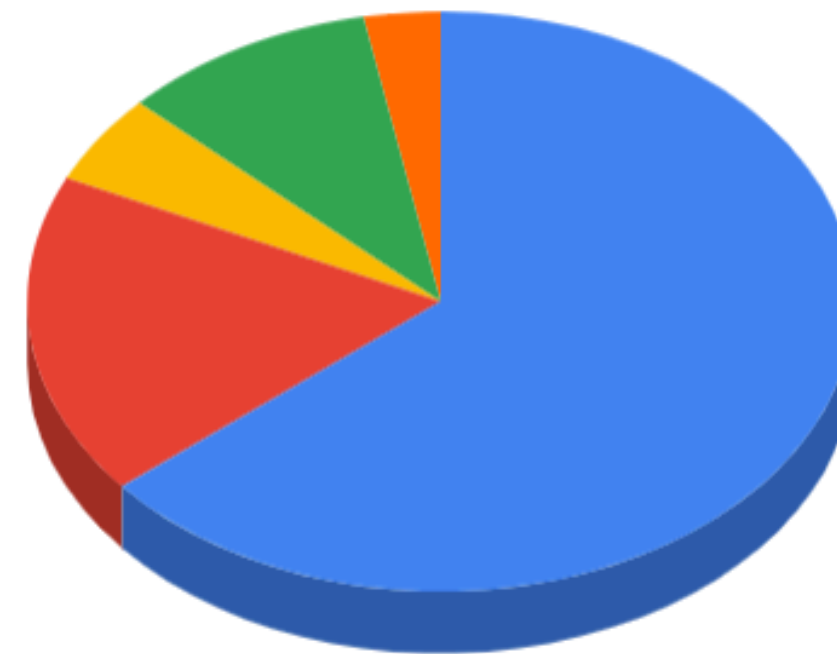
Taxa de Juros - Selic



Análise do Setor

- Setor de Logística rodoviária: predominância desse setor no transporte de mercadorias no Brasil – cerca de 65% dos produtos são transportados no modal rodoviário.
- Nas últimas décadas, o Brasil tornou-se cada vez mais dependente do modal rodoviário, com a expansão das rodovias.
- Há a demanda muito grande por serviços nesse setor, o que faz com que tenha muitas empresas nesse setor.

Divisão Modal - cenário rede básica

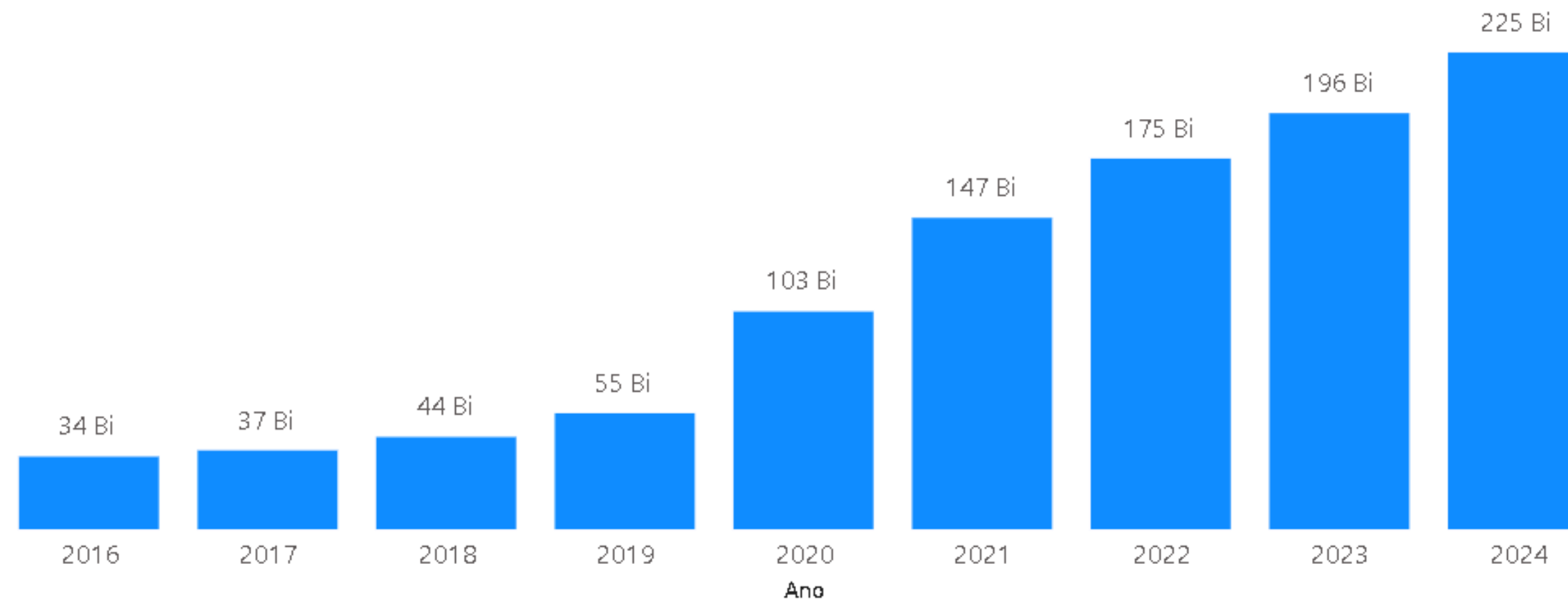


● Rodoviário ● Ferrovio ● Hidroviário ● Cabotagem ● Dutoviário

Análise do Setor

- O setor de comércio eletrônico possui crescimento contínuo desde 2016.
- Crescimento do Social Commerce: mercado deve atingir 1.2 trilhão de dólares em 2025.
- O aumento do e-commerce possui impactos significativo no setor que a “**EuColeta!**”, já que o aplicativo terá um mercado em expansão para explorar.

Valor do Comércio Eletrônico por Ano

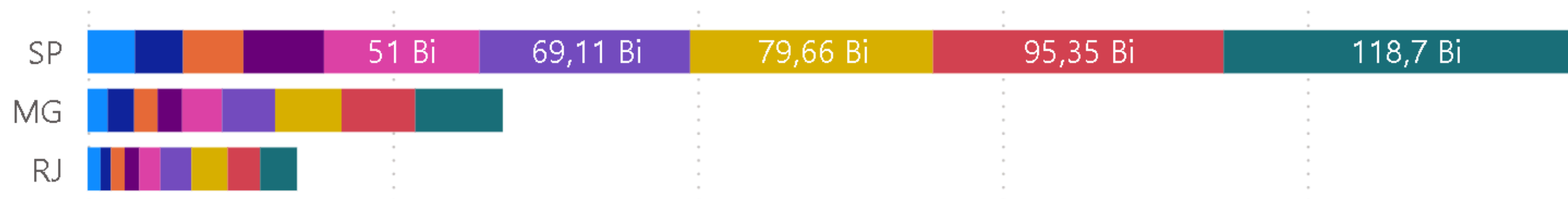


Análise do Setor

- O estado de São Paulo é o que mais emite vendas de produtos online no Brasil, demonstrando como nesse estado há uma enorme quantidade de lojas de comércio digital.

Valor Total Bruto por Estado Emitente

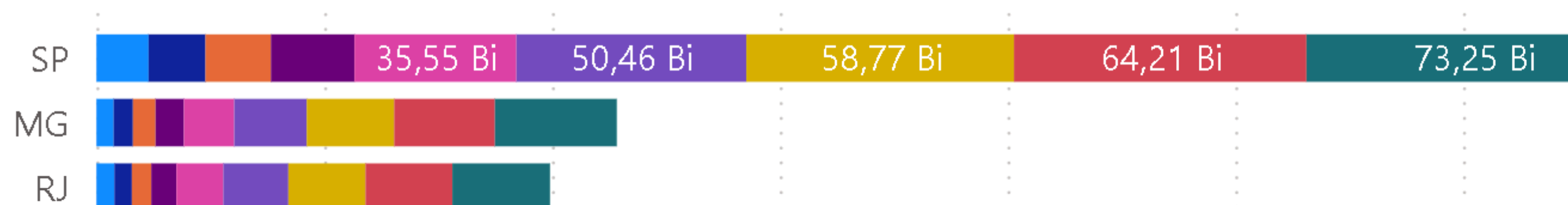
Ano ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022 ● 2023 ● 2024



- O estado de São Paulo é o que a população mais consome digitalmente.

Valor Total Bruto por estado destinatário

Ano ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022 ● 2023 ● 2024

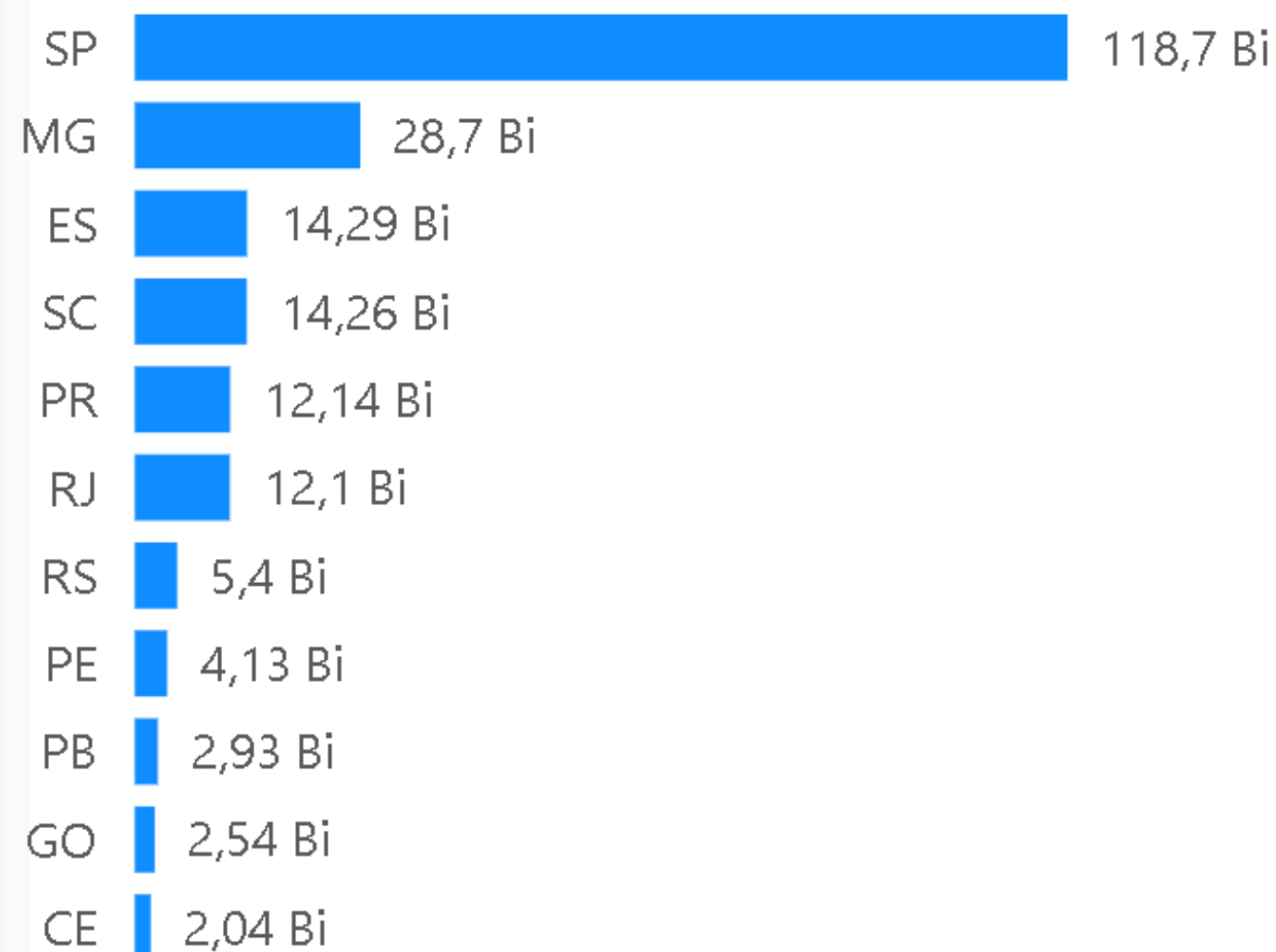


Análise do Setor

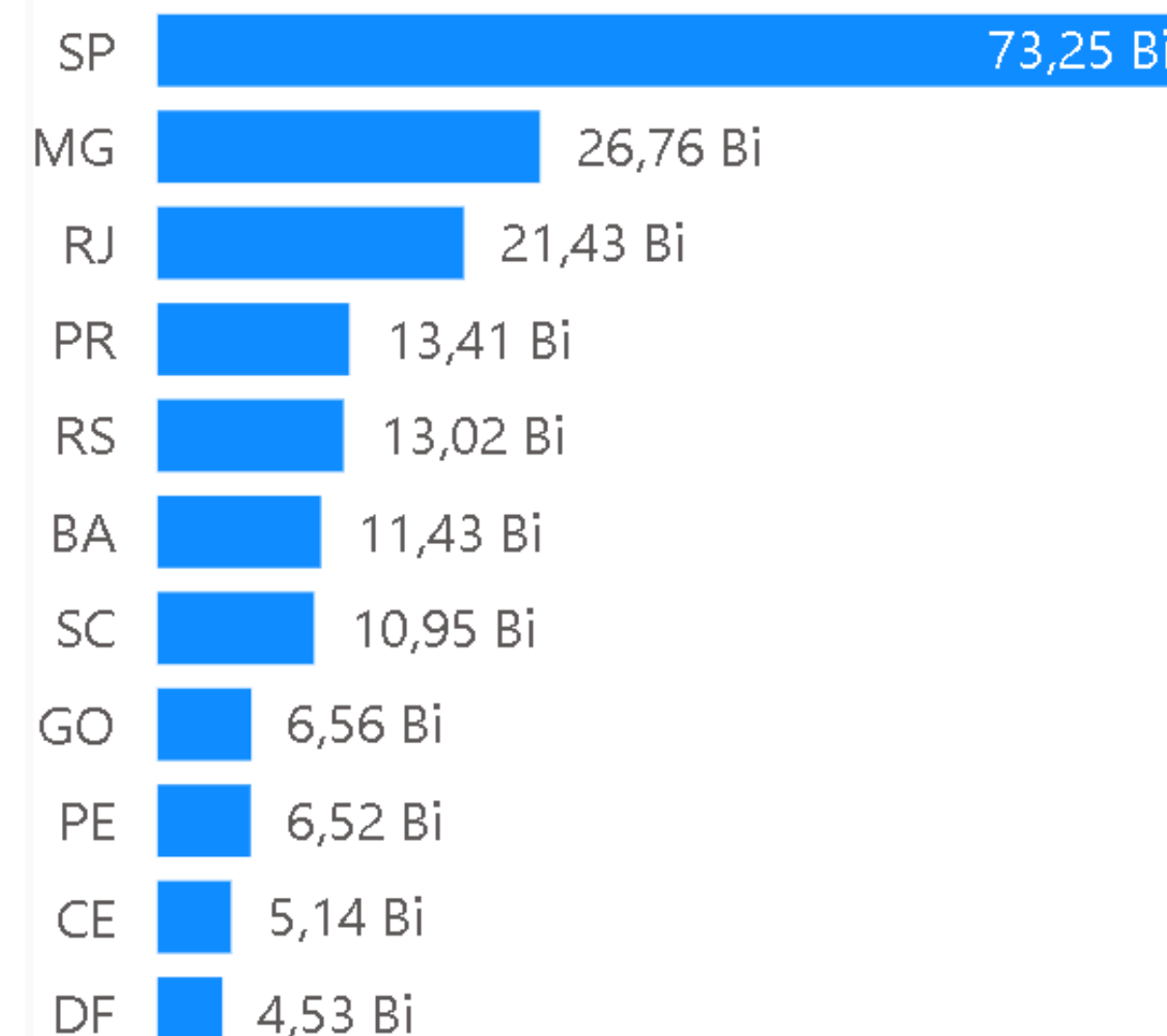
- Ao analisar o gráfico, percebe-se que o estado do Rio de Janeiro não possui a mesma força que São Paulo em relação a venda de produtos digitalmente, estando atrás de estado que possuem PIB e populações menores.

- Já em relação a população que mais consome digitalmente, nota-se como o Rio de Janeiro tem um papel importante.

Valor Total Bruto por Estado Emitente



Valor Total Bruto por Estado Destinatário



Análise dos Concorrentes Diretos

A análise de Uber Flash, 99Entrega e Correios mostra que operações logísticas competitivas dependem da união entre tecnologia e estrutura física (rastreamento, APIs, lockers, motoristas e agências). Todas oferecem múltiplas modalidades de entrega, equilibrando custo e conveniência, e têm foco na experiência do cliente com processos simples e confiáveis. O sucesso também passa por gestão da rede de entregadores, parcerias estratégicas para expandir sem altos custos próprios e automação operacional para reduzir prazos e despesas. Em resumo, seis pilares sustentam essas empresas: tecnologia integrada, diversidade de serviços, conveniência, gestão de prestadores, parcerias e eficiência operacional.



Correios:

- Presença em todo o Brasil + infraestrutura robusta e digitalização (lockers, APIs).



Uber Flash

Diferenciais:

- Capilaridade via base da Uber + parceria com Loggi para alcance nacional.



99 Entrega

Diferenciais:

- Ampla cobertura (3.300 cidades) + diversidade de veículos para diferentes portes.

Análise dos Concorrentes Indiretos

A análise de Cabify, Mercado Envios, Loggi, Amazon Hub e Magalu mostra que, apesar das diferenças, todas compartilham pilares estratégicos que servem de aprendizado para a EuColeta. O primeiro é a tecnologia como eixo central, com apps robustos, APIs, automação e rastreamento em tempo real que reduzem fricção e aumentam a confiabilidade. Também se destaca a diversificação logística, combinando frota própria, centros de distribuição, lockers, PUDOs, coletas domiciliares e devoluções em lojas, o que garante conveniência e flexibilidade para diferentes perfis de entrega. Outro ponto-chave é o foco total na experiência do cliente, com simplicidade, previsibilidade e políticas claras que fortalecem confiança e fidelização. A expansão via parcerias estratégicas também é comum, seja por contratos corporativos, integração com vendedores, pontos parceiros ou estabelecimentos credenciados, reduzindo custos e acelerando escala. Além disso, todas investem em branding e marketing integrados ao modelo de negócio, comunicando conveniência, sustentabilidade e proximidade, e em inovação logística contínua, como micro-hubs, frota elétrica e automação de triagem, que reduzem custos e reforçam imagem de modernidade. Em resumo, operar logística reversa e última milha de forma competitiva exige integrar tecnologia, multicanalidade, experiência do cliente, parcerias estratégicas, marketing forte e inovação constante.



Cabify

Diferenciais:

- Serviço premium para o público corporativo, com gestão centralizada, segurança e sustentabilidade, sendo a primeira plataforma 100% neutra em carbono da AL.



Mercado Envios

Diferenciais:

- Logística integrada ao ecossistema Mercado Livre, com devolução gratuita, escala massiva e forte confiança da marca.



Magazine Luiza

Diferenciais:

- Modelo omnichannel que usa mais de 1.200 lojas como hubs de entrega e devolução, apoiado pela força da marca e pelo Magalu Entregas.



Amazon Hub

Diferenciais:

- Lockers e pontos de retirada integrados ao app e ao Prime, oferecendo conveniência e fidelização com rápida expansão via parceiros.



Loggi

Diferenciais:

- Focada em PMEs, combina tecnologia de roteirização e rede de pontos de coleta (LoggiPontos) para ampliar alcance e reduzir custos.



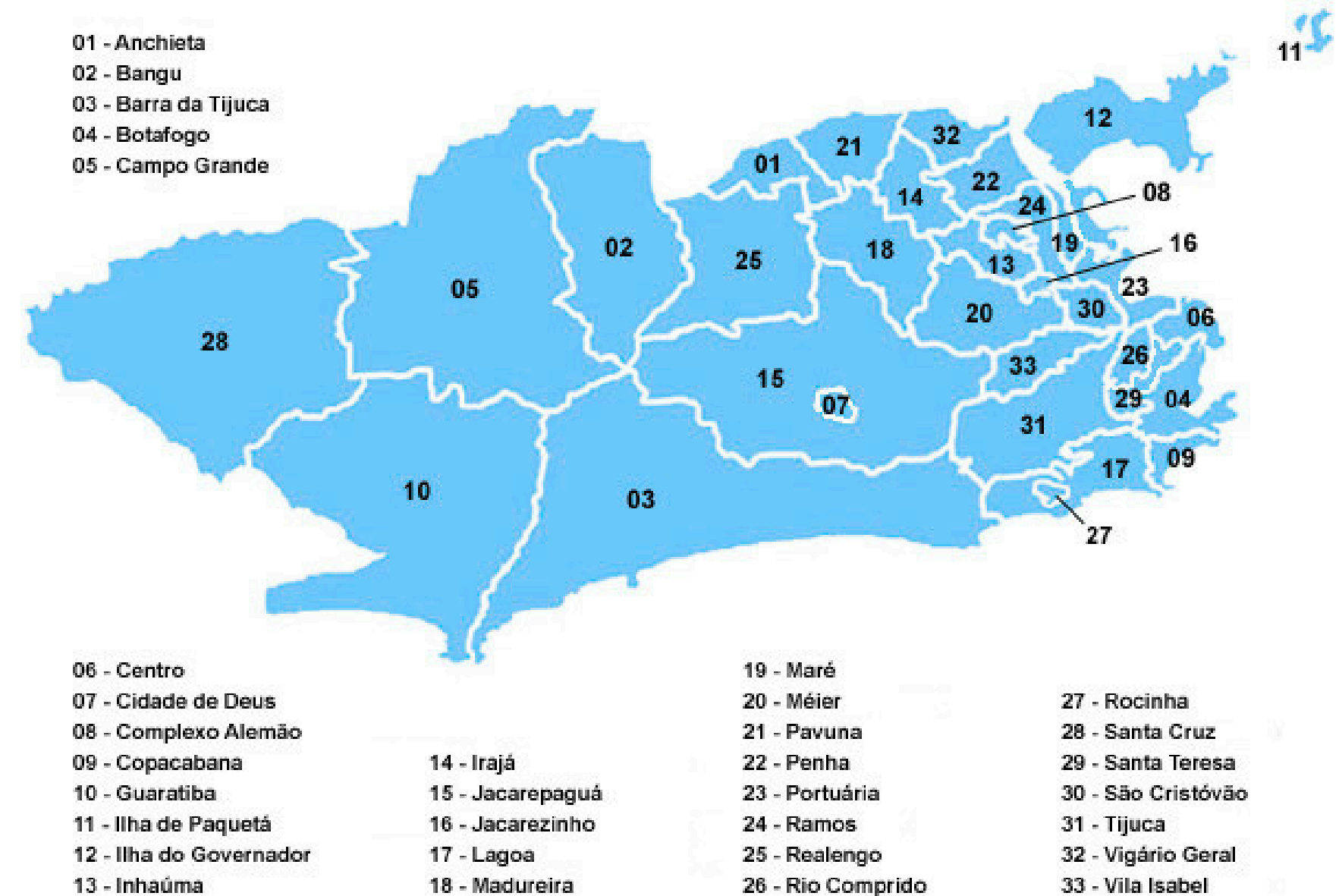
Análise da Região - Sudeste

- Maior participação ativa do PIB nacional: São Paulo com 31,1% e Rio de Janeiro com 11,4% de participação
- Sudeste representa 55,68% dos consumidores totais de e-commerce



Análise da Região - Rio de Janeiro

- **Público-Alvo na Região:** 52% representado por consumidores da classe C (cuja renda familiar está entre R\$3.400 e R\$8.100);
- **Região Metropolitana:** 22 municípios totais (representa 12,6% do PIB nacional)
- **Ticket Médio** na cidade do Rio de Janeiro: R\$222,50
- **Rede de Infraestrutura urbana:**
 - Ponte Rio-Niterói (BR-101), Avenida Brasil e Rodovia Niterói-Manilha
 - **Linha Vermelha (Rodovia Expressa)** e **Rodovia Amarela**



Análise da Região - Rio de Janeiro

- **Zona Sul (Leblon, Ipanema, Copacabana, Leme, Urca, Botafogo, Flamengo, Vidigal, Rocinha)**

→ Perfil socioeconômico variado: rendimento per capita mensal desiguais (ex. Rocinha e Leblon)

→ Ótima Rede de Transporte Coletivo: pontos a 600 metros de raio de uma estação de transporte público

- **Zona Sudoeste (Barra da Tijuca, Vargem grande, Itanhangá, Recreio dos Bandeirantes, Cidade de Deus)**

→ Recém inaugurada nomenclatura geográfica da cidade, representando 16% do total do município

→ Perfil Socioeconômico variado



- **Centro (Lapa, Saúde, Gamboa, Cidade Nova, Santo Cristo, Caju, Glória)**

→ **Perfil Demográfico: 21% com idade de 60 anos, 16% com idade entre 20 e 29 anos, 16% com idade entre 30-39 anos**

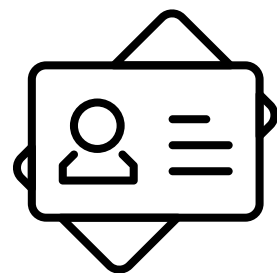
→ **Fácil acesso a vias de transporte**

Análise da Região - São Paulo

- Destaque para o **Setor Terciário** (comercialização de bens e prestação de serviços): somente em 2024, o setor varejista movimentou R\$1,42 trilhão.
- Destaque para **Eletrodomésticos e Eletrônicos, Farmácias e Perfumarias, Lojas de Vestuário e Móveis e Decoração.**
- **Classe A e B:** foco em consumo pela Internet entre usuários com renda familiar acima de dez salários mínimos, alcançando 87% de frequência.
-
- Malha pavimentada do estado tem um total de **35 mil quilômetros**. Ou seja, mais de 90% da população está a pelo menos 5 quilômetros de uma rodovia pavimentada.
- O estado representa o **maior mercado logístico do Brasil**.
- Cerca de 9 milhões de veículos circulam diariamente pela cidade, sendo que desse todo, cerca de 1,3 milhão é de motos.



Análise Público Alvo



Consumidores Finais de Mercadorias de E-commerce

Informações Básicas



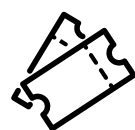
Faixa Etária

- 35-44 anos (33,10%)
- 45-54 anos (23,40%)
- 25-34 anos (22,10%)



Sexo

- Feminino (60%)
- Masculino (40%)



Ticket Médio

- Em 2024, foi de R\$492,38

Financeiro



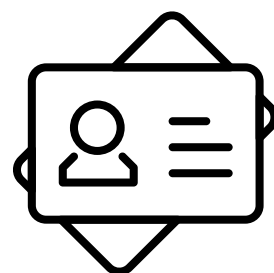
Renda

- Classe C: 53,09% (renda mensal entre 1,5-3 salários mínimos)
- Classe AB: 33,86% (de 7 salários mínimos para cima)
- Classe DE: 13,05% (classe entre 1-3 salários mínimos)

Preferências

- Itens de mais consumo: Roupas e Acessórios, Casa, Infantil Saúde e Bem-estar, Alimentos e Bebida.
- Padrão de consumo intensificado durante datas comemorativas.

Análise Público Alvo



Pequenos e Médio Lojistas - MEIs

Informações Básicas



Faixa Etária

- 40-49 anos (59%)
- 50-59 anos (19%)
- 20-29 anos (12%)



Sexo

- Masculino (52%)
- Feminino (48%)



Nível de Escolaridade

- Ensino Superior Incompleto (41%)
- Ensino Médio ou Técnico Completo (39%)



Financeiro

Renda Familiar

- R\$ 5.542,00 renda média dos MEIs
- Até dois salários mínimos (45%)
- 2-5 salários mínimos (42%)
- +5 salários mínimos (8%)

Comportamento

- 51,1% dos MEIs atuam na prestação de serviços

| Atividades mais Procuradas | Quantidade de MEIs |
|--|--------------------|
| Cabeleireiros, Manicure e Pedicure | 735.940 |
| Atividades de Estética e Outros Serviços de Cuidado com a Beleza | 282.288 |
| Comércio Varejista de Artigos do Vestuário e Acessórios | 645.211 |
| Promoção de Vendas | 551.163 |
| Obras de Alvenaria | 473.252 |
| Preparação de Documentos e Serviços Especializados de Apoio Administrativo Não Especificados Anteriormente | 415.059 |
| Transporte Rodoviário de Carga | 319.288 |

Fonte: Elaboração ECONOMICA com dados do Sebrae (2022)

ETAPAS

- 1 Metodologias de Marketing
- 2 Estratégias de Marketing
- 3 Fidelização de Clientes
- 4 Indicadores de Marketing

Marketing 1.0, 2.0

O Marketing 1.0 da EuColeta! foca na qualidade do serviço e na eficiência do produto, destacando-se pela rentabilidade aos motoristas, facilidade de uso do app e rapidez, transparência e baixo custo para o cliente. A estratégia inclui fluxo simples de agendamento, comprovante digital, suporte ágil via canais digitais, gamificação e presença ativa nas redes sociais, com monitoramento constante e uso de avaliações e NPS para aprimorar a satisfação e a imagem da marca.

Já o Marketing 2.0 prioriza o cliente, com comunicação personalizada, atendimento multicanal e respostas rápidas, buscando entender e atender suas necessidades. A EuColeta! investe em programas de fidelidade e benefícios, fortalecendo o relacionamento e transformando clientes em promotores da marca, o que reforça sua credibilidade e diferenciação no mercado.

Tudo isso contribui para construir um ambiente ideal para posicionar bem a empresa no “Reclame Aqui”, além de fortalecer o uso de ferramentas próprias de avaliação, como a Avaliação in-app e o NPS (Net Promoter Score). Essa pesquisa pode ser enviada por e-mail, WhatsApp ou disponibilizada dentro do aplicativo/site, por meio da pergunta: “De 0 a 10, quanto você recomendaria a EuColeta?”.

Marketing 3.0 e 4.0

O Marketing 3.0 tem foco no ser humano e em seus valores, buscando criar sentido, comunidade e sustentabilidade. Na EuColeta!, esse modelo se reflete em sua missão, visão e valores, que priorizam inovação sustentável, confiança e valorização das pessoas. O objetivo é que o cliente associe a marca à tranquilidade e segurança emocional, sentindo-se parte de uma decisão consciente e alinhada a princípios de sustentabilidade e ética. Para isso, a empresa deve criar narrativas de propósito, promover campanhas de impacto social, transmitir confiança e integrar valores humanos à comunicação, tornando-se uma marca de pertencimento e transformação social.

Já o Marketing 4.0 traz a integração digital e emocional, em que o cliente deixa de ser apenas consumidor e passa a ser co-produtor da marca, interagindo e influenciando outros usuários. A EuColeta! deve humanizar sua comunicação, estimular interações online (como quizzes e campanhas), conectar-se a pautas de sustentabilidade e transformar clientes em promotores digitais. Assim, posiciona-se como uma marca moderna, engajada e humanizada, que combina eficiência logística, propósito e conexão emocional em todas as experiências.

Estratégias de Marketing

As estratégias de marketing são essenciais para divulgação ou expansão de uma marca, elas são formadas por um conjunto de práticas para atrair clientes.

Estratégias para serviços

Tem o objetivo de consolidar a empresa e os serviços no mercado.
Valores agregados: o que a marca entrega como diferencial para os clientes.

- Uso de chats online e uso das redes sociais para gerar conexão.

Apresentação dos serviços: agregar valor aos serviços.

- Forma que a mercadoria será transportada.

- Aplicativo intuitivo.

- Parcerias com seguradoras.

Estratégias para os preços

Formação dos preços: principais fatores que devem impactar os preços do aplicativo.

- Custos fixos, margem de lucro e concorrência.

Personalização dos preços: os preços da “EuColeta!” devem ser personalizados.

- Distância percorrida, trânsito, horários e tamanho das mercadorias.

Formas de pagamento: diversificadas.

- variedade de bandeiras e PIX.

Políticas de desconto: atrair a atenção do público, aumentar as receitas, suprir as necessidades dos clientes e fidelizar.

- Cupons de desconto, promoção progressiva, preços mais baratos em determinados dias e horários, assinatura mensal.

Estratégias de Marketing

As estratégias de marketing são essenciais para divulgação ou expansão de uma marca, elas são formadas por um conjunto de práticas para atrair clientes.

Estratégias para distribuição

Tem o objetivo de consolidar os meios em que o produto chega ao consumidor.

Canais físico

- Parcerias com lojas físicas que vendem digitalmente,

Canal virtual

- Propagação do aplicativo nas redes sociais, propagandas em lojas de e-commerce, site virtual

Estratégias de publicidade

Estratégias para realizar a propaganda do aplicativo.

Prospecção ativa: a “EuColeta!” entrar em contato com os leads.

- Feiras de comércio, divulgação da marca a partir de outdoors, cold-mail.

Prospecção passiva: cliente que dá o primeiro passo em contato com a empresa.

- Instagram Ads, Facebook Ads, Google Ads.

Identidade visual da marca: conjunto de elementos visuais que representam a empresa. O que contribui para a credibilidade da marca, a coerência, e a associação.

- Logotipo, paleta de cores, tipografia e sons.

Fidelização de Clientes

A fidelização é fundamental para a empresa, uma vez que garante que o consumidor consuma os serviços da “EuColeta!” sempre que possível.

Estratégias de fidelização:

- **Conhecer de maneira aprofundada o cliente:** entender o porquê o consumidor vai contratar os serviços da “EuColeta!”
- **Oferecer um serviço de atendimento com qualidade:** comunicação rápida e eficiente com a equipe demonstrando empatia com a dor do consumidor.
- **Acompanhar a satisfação do cliente:** realizar pesquisas de acompanhamento.
- **Programa de fidelidade:** assinatura digital mensal com benefícios.
- **Experiência de compra memorável:** o cliente deve ter confiança na “EuColeta!”, tendo a certeza que a entrega da mercadoria será confiável.
- **Comunicação nas redes sociais:** maior aproximação com o público.

Buyer Persona - Modelo



GABRIEL SOARES

1 Idade

36

2 Nivel de Escolaridade

Formado, no ensino superior, em Administração

3 Renda

Mais de 10 Salários Mínimos

4 Localização

São Paulo - SP

Características

Gabriel Soares é um homem formado em Administração com idade de 36 anos e trabalha na área comercial de uma companhia multinacional. Ele é pai de duas crianças e busca no comércio eletrônico produtos de qualidade para a sua família, como itens de casa e brinquedos infantis. Assim, Gabriel prioriza o conforto e a flexibilidade do varejo eletrônico.

Como Ajudar

- 1- Oferecer a ele o serviço de logística personalizado, prático e de ótimo custo-benefício.
- 2- Simplificar devoluções, evitando deslocamentos desnecessários até os pontos físicos de coleta.
- 3- Fornecer a ele conhecimento acerca do serviços.
- 4- Possibilitar a integração completa da cadeia logística do e-commerce, com soluções digitais e rápidas.

Responsabilidades

- 1- Busca soluções de logística reversa para mercadorias de e-commerce que tenham vindo indesejadas, erradas ou com falhas.
- 2- Prestar atendimento personalizado e ágil, dando foco na comodidade do serviço.

Metas e Motivações

- 1- Gabriel busca economizar tempo com soluções confiáveis e práticas.
- 2- Gabriel busca proporcionar o bem-estar para a sua família.
- 3- Gabriel busca fazer compras inteligentes e rápidas, evitando frustrações com trocas e devoluções.

Medos e Desafios

- 1- Rotina exaustiva e falta de tempo para lidar com tarefas ora da rotina profissional e familiar.
- 2- Gabriel valoriza conveniência e teme que a compra on-line demande mais energia do que uma compra feita em loja física.
- 3- Preocupação com o custo-benefício do serviço.

Buyer Persona - Modelo



MARIANA ALMEIDA

1 Idade

32 anos

2 Nivel de Escolaridade

Ensino Incompleto Superior

3 Renda

De 3 -> 7 Salários Mínimos

4 Localização

Rio de Janeiro - RJ

Características

Mariana Almeida é uma mulher adulta, de 32 anos, e trabalha como secretária e recepcionista em um consultório de dentista. Nos últimos anos, ela tem ampliado seu consumo de compras on-line, dedicando-se a mercadorias do setor de Beleza e Roupas.

Como Ajudar

- 1- Oferecer um processo simples e rápido de devolução.
- 2- Garantir transparência e confiança durante o rastreamento da devolução.
- 3- Fornecer a ela o conhecimento acerca do serviço.
- 4- Simplificar devoluções, tornando o processo de compra no varejo on-line o mais integrado e simples possível

Responsabilidades

- 1- Resolver problemas de compras sem comprometer o tempo livre de Mariana.
- 2- Prestar serviço logístico com pontos de devolução eficiente, prática e segura.

Metas e Motivações

- 1- Mariana busca não gastar tempo em filas de Correios ou em deslocamento longos.
- 2- Mariana busca sentir-se segura e integralmente atendida durante o processo de devolução.
- 3- Mariana busca comprar do varejo eletrônico com a garantia de obter a encomenda conforme o pedido on-line.

Medos e Desafios

- 1- Demora no processo de devolução e reenvio.
- 2- Ficar no prejuízo caso a mercadoria entregue venha indesejada.
- 3- Preocupação em perder tempo com complicações burocráticas advindas do erro na entrega da encomenda.

Buyer Persona - Modelo



PATRÍCIA DIAS

1 Idade

40 anos

2 Nivel de Escolaridade

Técnico em Estética e Cosmética

3 Renda

De 3 a 5 salários mínimos

4 Localização

Rio de Janeiro - RJ

Características

Patrícia Dias tem Técnico em Estética e Cosmética e trabalha com isso no salão de beleza em que é sócia-fundadora. Ela é mãe e Microempreendedora Individual (MEI), o que significa que possui uma rotina de tempo exaustiva. Ela dedica parte do seu tempo para promover a autoestima e o cuidado de suas clientes, buscando sempre os melhores fornecedores para garantir que isso ocorra. Imprevistos relacionados a erros de entrega ou de produtos estéticos de baixa qualidade frustram o trabalho de Patrícia.

Como Ajudar

- 1- Oferecer serviço de logística de devolução rápido, ágil e eficiente.
- 2- Disponibilizar rastreamento claro e suporte rápido durante o envio do produto indesejado até os Correios.
- 3- Garantir que haja segurança e confiança para que Patrícia permaneça optando pela reposição de estoques pelo comércio eletrônico.

Responsabilidades

- 1- Auxiliar na entrega após última milha, integrando ao máximo a cadeia logística e auxiliando pequenos negócios.
- 2- Agilizar a correção de erros de entrega, para que não haja impacto no atendimento aos clientes finais.
- 3- Apoiar MEIs e microempreendedores que dependem do varejo eletrônico em sua atividade profissional.

Metas e Motivações

- 1- Patrícia busca por soluções que promovam a segurança de manter a operação de seu negócio sem interrupções.
- 2- Patrícia busca garantir a satisfação das clientes, garantindo sempre produtos de qualidade.
- 3- Patrícia busca economizar tempo para focar no bom atendimento dentro do seu salão de beleza.

Medos e Desafios

- 1- Rotina exaustiva.
- 2- Medo de ficar sem produto essencial ao funcionamento do salão de beleza em dias de movimento, prejudicando operacionalmente o empreendimento.
- 3- Prejuízo financeiro, com o estoque ora parado, ora com reposição atrasada.
- 4- Falta de clareza no status da devolução, gerando insegurança.

Indicadores do Marketing

| INDICADORES DO MARKETING | | |
|---|--|--|
| Métrica | Descrição | Metodologia de cálculo |
| Retorno sobre Investimento (ROI) | Trata-se de uma análise comparativa entre quanto foi investido e quanto houve de retorno para esse investimento | $\frac{[(\text{Receita obtida} - \text{Investimento}) / (\text{Investimento})] * 100}{}$ |
| Custo de Aquisição de Clientes (CAC) | Mostra o quanto foi investido em determinado período para a aquisição de clientes nesse mesmo período | $\frac{(\text{Investimento em marketing} + \text{Investimento em vendas}) / (\text{número de novos clientes})}{}$ |
| Ticket Médio | Indica o preço médio das vendas por cliente | $\frac{(\text{Valor total das vendas}) / (\text{N}^\circ \text{ de clientes que compraram no período})}{}$ |
| Taxa de conversão | Mostra a quantidade de pessoas que se tornaram leads em comparação com a quantidade de pessoas que acessou o site ou as redes sociais da empresa | $\frac{[(\text{N}^\circ \text{ de novos leads naquele período}) / (\text{N}^\circ \text{ de acessos em um determinado período})] * 100}{}$ |
| Lifetime Value (LTV) | Estuda o valor que um cliente entregou para a empresa ao longo do relacionamento com ela | $(\text{Ticket médio mensal}) * (\text{Tempo médio de retenção de cada cliente})$ |

Indicadores do Marketing

| | | |
|---|---|--|
| CPL - Custo por Lead | Trata-se do custo para gerar um novo lead, ou seja, pessoa interessada pelo serviço. Mostrará se as campanhas estão bem ajustadas | $(\text{Total gasto em anúncios}) / (\text{N}^\circ \text{ total de leads})$ |
| CPC - Custo por Cliente | Compara o gasto em anúncios e a quantidade de acessos obtidos | $(\text{Total gasto em anúncios}) / (\text{N}^\circ \text{ total de acessos})$ |
| NPS - "Net Promoter Score" | Demonstra a satisfação dos clientes em relação ao serviço prestado pela empresa | % de clientes satisfeitos (NPS 7 a 10) - % de clientes insatisfeitos (NPS 0 a 6) |

ETAPAS

- 1 Metodologias - 5W2H
- 2 Softwares
- 3 Quadro Organizacional
- 4 Estrutura de Custos
- 5 Qualidade do Serviço
- 6 Educação do Cliente

5W2H

Utilizando sete perguntas fundamentais, o 5W2H coleta informações detalhadas sobre tarefas, responsáveis, prazos, recursos necessários e custos em projetos.

WHAT (O QUE SERÁ FEITO?)

- Definição da finalidade e do objetivo geral do projeto.
- Estruturação estratégica da empresa e posicionamento de mercado.
- Desenvolvimento da plataforma “EuColeta!”, voltada à logística reversa e à facilitação de devoluções para clientes e e-commerces.
- Criação de um aplicativo que permita a execução e o acesso aos serviços dentro do raio de atuação da empresa.

WHY (POR QUE SERÁ FEITO?)

- Atender à demanda por comodidade e agilidade na logística reversa.
- Diferenciar-se no mercado com serviços rápidos e preços acessíveis.
- Aproveitar a experiência de alguém com longa atuação no setor.
- Unir empreendedorismo e crescimento do comércio digital, oferecendo uma solução estratégica e inovadora.

WHERE (ONDE SERÁ FEITO?)

- Operação inicial em bairros selecionados do Rio de Janeiro.
- Expansão gradual para Zonas Sul, Sudoeste e Centro após 2 meses.
- Atuação na Zona Norte a partir de 120 dias.
- Previsão de expansão para São Paulo no segundo ano.



5W2H

Utilizando sete perguntas fundamentais, o 5W2H coleta informações detalhadas sobre tarefas, responsáveis, prazos, recursos necessários e custos em projetos.

WHEN (QUANDO SERÁ FEITO?)

- Início das atividades após a entrega do Relatório Final do Plano de Negócios.
- Estruturação imediata das etapas essenciais para o funcionamento da empresa.

WHO (POR QUEM SERÁ FEITO?)

- Proprietário: responsável pela gestão estratégica e direcionamento da empresa.
- Equipes terceirizadas: cuidam da produção e manutenção do software.
- Colaboradores (entregadores): garantem a execução e eficiência dos serviços logísticos.
- Estrutura organizacional detalhada no quadro organizacional do plano.

5W2H

Utilizando sete perguntas fundamentais, o 5W2H coleta informações detalhadas sobre tarefas, responsáveis, prazos, recursos necessários e custos em projetos.

HOW MUCH? (QUANTO CUSTARÁ?)

- Investimento estimado: R\$ 992.432,99.
 - Inclui:
 - Desenvolvimento do aplicativo e site
 - Marketing pré-operacional
 - Capital de giro inicial
- Valor sujeito a variações conforme a complexidade do app e estratégias de marketing.

HOW (COMO SERÁ FEITO?)

- Desenvolvimento e finalização do aplicativo “EuColeta!”.
- Lançamento de campanha de marketing para divulgação e atração de usuários.
- Conexão entre clientes e entregadores, promovendo soluções logísticas rápidas.
- Integração ao sistema logístico existente para garantir fluidez e eficiência no serviço.

Softwares

Gateways de pagamento

- Stripe
- Pagar.me
- Asaas

Gestão Financeira

- Granatum
- Conta Azul
- Odoo

Comunicação com o cliente

- Zendesk
- Octadesk
- WATI

Gateways de Pagamento

Stripe

- Infraestrutura digital para pagamentos online, segura e fácil de integrar.
- Mais de 100 métodos de pagamento (cartões, carteiras digitais, boletos, PIX).
- Taxas principais:
 - 3,99% + R\$0,39 por transação (cartões nacionais)
 - +2% em cartões internacionais
 - R\$3,45 por boleto pago
 - 1,19% por PIX
- Prazos de repasse:
 - Cartões nacionais: 30 dias
 - Internacionais: 5 dias
 - Boleto/PIX: 2 dias

Gateways de Pagamento

Pagar.me

- Fintech brasileira do grupo Stone, especializada em pagamentos online.
- Integração via API com o app “EuColeta!” e sistema antifraude.
- Métodos aceitos: cartão (Visa, Mastercard, Elo, Amex), boleto, PIX e carteiras digitais.
- Planos disponíveis:
 - **Modo Parcelado:** foco em vendas parceladas; 5,59% crédito à vista, +1,19% PIX, R\$3,49 boleto, repasse em 15 dias.
 - **Modo à Vista:** ideal para vendas diretas; 4,39% crédito à vista, +1,19% PIX, R\$3,49 boleto, repasse em 15 dias.
 - **Flex:** taxas personalizáveis, dashboard financeiro e prazo de recebimento flexível.
 - **Customizado:** taxas e antifraude sob medida, multi aquisições e prazos ajustáveis.

Pagar.me

Modo à Vista

Perfeito para quem prioriza vendas à vista

| | |
|-----------------|----------------|
| Crédito à vista | Parcelado 6x ▾ |
| 4,39% | 14,99% |

Custos operacionais já inclusos!

| | |
|---|----------|
|  Pix | 1,19% |
|  Boleto pago | R\$ 3,49 |
|  Recebimento | 15 dias |

[Cadastrar agora](#)

[Mais detalhes](#)

Modo Parcelado

Ideal para quem aposta nas vendas parceladas

| | |
|-----------------|----------------|
| Crédito à vista | Parcelado 6x ▾ |
| 5,59% | 13,59% |

Custos operacionais já inclusos!

| | |
|---|----------|
|  Pix | 1,19% |
|  Boleto pago | R\$ 3,49 |
|  Recebimento | 15 dias |

[Cadastrar agora](#)

[Mais detalhes](#)

Fonte: Pagar.me. Acesso em 30/09/2025

Gateways de Pagamento

Asaas

- Fintech brasileira focada em automação financeira, com soluções para micro, pequenas e médias empresas.
- Integração via API simplificada com o app “EuColeta!”.
- Período promocional de 3 meses, com valores sujeitos a reajuste posterior.
- Métodos aceitos: cartões de crédito e débito, PIX e boletos bancários.
- Taxas promocionais:
 - PIX: R\$ 0,99 por transação.
 - Boleto: R\$ 0,99 por boleto pago.
 - Débito: R\$ 0,35 + 1,89% por venda.
 - Crédito: taxa fixa de R\$ 0,49 + variação conforme o prazo de recebimento.

Asaas



Fonte: Asaas.

Gateways de Pagamento

Informações Adicionais

- A escolha do Gateway depende da negociação e perfil do negócio.
- Empresas costumam personalizar planos e tarifas conforme as necessidades do cliente.
- Outras opções de Gateway:
 - PagSeguro
 - Mercado Pago
 - Adyen
 - PayPal
 - Vindi
 - Zoop
 - Barte
 - Braintree
- Para o estágio inicial da “EuColeta!”, recomenda-se optar por Gateways consolidados no mercado.

Gestão Financeira e Organização

Granatum

- Plataforma online voltada para micro e pequenas empresas.
- Foco em simplificar o controle financeiro e gerar relatórios e análises contábeis.
- Principais funcionalidades:
 - Lançamentos e cobranças automatizadas
 - Emissão de notas fiscais (sob consulta)
 - Relatórios customizados
 - Planejamento financeiro
 - Ambiente personalizável
- Assinatura mensal: R\$ 396,00

Granatum

Mensalidade

R\$ **396,00** por mês

- ✓ Contas a pagar e a receber
- ✓ Conciliação bancária
- ✓ Metas
- ✓ Planejamento orçamentário
- ✓ Fluxo de caixa
- ✓ DRE
- ✓ Relatórios gerenciais
- ✓ Emissão de notas fiscais de serviço eletrônica
- ✓ Recebimento ilimitado por boleto
- ✓ Recebimento ilimitado por PIX
- ✓ Contas bancárias ilimitadas
- ✓ Plano de contas ilimitados
- ✓ Usuários ilimitados
- ✓ Anexos ilimitados de arquivos

Gestão Financeira e Organização

Conta Azul

- ERP brasileiro fundado em 2012, voltado a micro, pequenas e médias empresas.
- Objetivo: unificar a gestão financeira e operacional.
- Principais funcionalidades:
 - Sistema financeiro integrado (contas, fluxo de caixa, extratos).
 - Conta digital PJ para cobranças, pagamentos e transferências.
 - Parceria com contadores e empresas de BPO financeiro.
- Planos disponíveis:
 - Mensal, trimestral e anual, com diferentes níveis de acesso e preços.
- Observação: ausência de módulo detalhado de estoque não impacta a “EuColeta!”, pois a empresa não possui controle de inventário.

Conta Azul (Planos Anuais)

| | | | |
|---|---|---|--|
| <h3>Essencial I</h3> <p>Plano exclusivo para microempreendedor individual (MEI)</p> <p>R\$ 259,90</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 159,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> | <h3>Controle I</h3> <p>Uma escolha excelente para micro empresas (ME)</p> <p>R\$ 499,90</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 309,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> | <p>Mais Vendidos</p> <h3>Avançado</h3> <p>A melhor solução para empresas de pequeno porte (EPP)</p> <p>R\$ 649,90</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 399,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> | <h3>Performance</h3> <p>O plano certo para empresas de médio porte</p> <p>R\$ 929,90</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 719,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> |
|---|---|---|--|

Conta Azul (Planos Trimestrais)

Essencial I

Plano exclusivo para
microempreendedor
individual (MEI)

~~R\$ 259,90~~

a partir de

R\$ 239,90/mês

Comece grátis

Controle I

Uma escolha excelente
para micro empresas
(ME)

~~R\$ 499,90~~

a partir de

R\$ 449,90/mês

Comece grátis

Mais Vendidos

Avançado

A melhor solução para
empresas de pequeno
porte (EPP)

~~R\$ 649,90~~

a partir de

R\$ 519,90/mês

Comece grátis

Performance

O plano certo para
empresas de médio
porte

~~R\$ 929,90~~

a partir de

R\$ 839,90/mês

Comece grátis

Conta Azul (Planos Mensais)

| | | | |
|--|--|--|---|
| <h3>Essencial I</h3> <p>Plano exclusivo para microempreendedor individual (MEI)</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 259,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> | <h3>Controle I</h3> <p>Uma escolha excelente para micro empresas (ME)</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 499,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> | <p>Mais Vendidos</p> <h3>Avançado</h3> <p>A melhor solução para empresas de pequeno porte (EPP)</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 649,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> | <h3>Performance</h3> <p>O plano certo para empresas de médio porte</p> <p>a partir de</p> <p>R\$ 929,90/mês</p> <p>Comece grátis</p> |
|--|--|--|---|

Gestão Financeira e Organização

Odoo

- Sistema integrado de gestão empresarial com alto nível de personalização.
- Permite ativar apenas os módulos necessários para o negócio.
- Disponível em duas versões:
 - Open Source (gratuita): personalizável e com suporte da comunidade.
 - Enterprise (paga): inclui suporte ilimitado, atualizações, hospedagem e módulos financeiros.
- Integração complexa, podendo exigir Parceiros de Implementação credenciados pela própria Odoo.
- Planos de assinatura: opções mensais e anuais, conforme nível de uso e suporte desejado.

Odoo

Planos Anuais

Planos Mensais

| Planos Anuais | Planos Mensais |
|---|--|
| <p>Um aplicativo grátis</p> <p>R\$ 0</p> <p>Um aplicativo, usuários ilimitados Odoo Online</p> <p>COMECE AGORA</p> | <p>Padrão</p> <p>R\$ 38,40 /usuário/mês R\$ 48,00*</p> <p>Todos os aplicativos Odoo Online</p> <p>COMPRE AGORA</p> <p>TESTE GRÁTIS</p> |
| <p>Personalizado</p> <p>R\$ 57,60 /usuário/mês R\$ 72,00*</p> <p>Todos os aplicativos Odoo Online / Odoo.sh** / On-premise Odoo Studio Multiempresa API Externa</p> <p>COMPRE AGORA</p> <p>TESTE GRÁTIS</p> | <p>Padrão</p> <p>R\$ 48,00 /usuário/mês R\$ 60,00*</p> <p>Todos os aplicativos Odoo Online</p> <p>COMPRE AGORA</p> <p>TESTE GRÁTIS</p> |
| | <p>Personalizado</p> <p>R\$ 72,00 /usuário/mês R\$ 90,00*</p> <p>Todos os aplicativos Odoo Online / Odoo.sh** Odoo Studio Multiempresa API Externa</p> <p>COMPRE AGORA</p> <p>TESTE GRÁTIS</p> |

Comunicação com o Cliente

Zendesk

- Empresa americana fundada em 2007, referência global em suporte ao cliente e CRM (Customer Relationship Management).
- Oferece uma plataforma unificada que integra múltiplos canais de atendimento: e-mail, WhatsApp, chat, e centrais de ajuda online.
- Permite gerenciar e monitorar solicitações com eficiência, garantindo respostas rápidas e melhor experiência ao cliente.
- Inclui automação inteligente por meio de IA, otimizando o tempo das equipes e reduzindo custos operacionais.
- Disponibiliza planos mensais e anuais, com preços e recursos adaptáveis ao porte e às necessidades do negócio.

Zendesk (Planos Mensais)

| | | | |
|--|---|---|---|
| <h3>Support Team</h3> <p>Comece a operar rapidamente com suporte otimizado por e-mail</p> <p>R\$180 por agente/mês, cobrado mensalmente</p> <p>Compre agora</p> | <h3>Suite Team</h3> <p>IA INCLUÍDA</p> <p>Automatize o atendimento com IA e suporte em todos os canais</p> <p>R\$465 por agente/mês, cobrado mensalmente</p> <p>Compre agora</p> | MAIS COMPRADO <h3>Suite Professional</h3> <p>IA INCLUÍDA</p> <p>Otimize as operações com IA, dados e personalizações</p> <p>R\$985 por agente/mês, cobrado mensalmente</p> <p>Compre agora</p> | <h3>Suite Enterprise</h3> <p>IA INCLUÍDA</p> <p>Adapte o atendimento com segurança usando ferramentas de gestão de mudanças com IA</p> <p>R\$1.435 por agente/mês, cobrado mensalmente</p> <p>Entrar em contato com Vendas</p> |
|--|---|---|---|

Fonte: Zendesk. Acesso em 01/10/2025

Zendesk (Planos Anuais)

| | | | |
|---|--|--|--|
| <h3>Support Team</h3> <p>Comece a operar rapidamente com suporte otimizado por e-mail</p> <p>R\$135 por agente/mês, cobrado anualmente</p> <p>Compre agora</p> | <h3>Suite Team</h3> <p>IA INCLUÍDA</p> <p>Automatize o atendimento com IA e suporte em todos os canais</p> <p>R\$359 por agente/mês, cobrado anualmente</p> <p>Compre agora</p> | MAIS COMPRADO <h3>Suite Professional</h3> <p>IA INCLUÍDA</p> <p>Otimize as operações com IA, dados e personalizações</p> <p>R\$755 por agente/mês, cobrado anualmente</p> <p>Compre agora</p> | <h3>Suite Enterprise</h3> <p>IA INCLUÍDA</p> <p>Adapte o atendimento com segurança usando ferramentas de gestão de mudanças com IA</p> <p>R\$1.105 por agente/mês, cobrado anualmente</p> <p>Entrar em contato com Vendas</p> |
|---|--|--|--|

Fonte: Zendesk. Acesso em 01/10/2025

Comunicação com o Cliente

Octadesk

- Empresa brasileira especializada em atendimento ao cliente e CRM, oferecendo uma alternativa local à Zendesk.
- Centraliza diversos canais de comunicação (e-mail, chat, WhatsApp e centrais de ajuda) em uma única plataforma, facilitando o gerenciamento das interações com clientes.
- Permite automatizar respostas, organizar tickets de suporte e acompanhar o histórico de atendimento, garantindo mais eficiência e rapidez na resolução de solicitações.
- Planos mensais e anuais, com recursos escaláveis e preços ajustáveis conforme o plano.

Octadesk (Planos Mensais)

| | | |
|--|---|---|
| <p>✦ Essencial com Inteligência Artificial</p> <p>R\$2.535/mês</p> <p>Fale com a gente</p> | <p>Mais escolhido</p> <p>✦ Avançado com Inteligência Artificial</p> <p>R\$4.085/mês</p> <p>Fale com a gente</p> | <p>✦ Profissional com Inteligência Artificial</p> <p>R\$6.715/mês</p> <p>Fale com a gente</p> |
|--|---|---|

Fonte: Octadesk. Acesso em 01/10/2025

Octadesk (Planos Anuais)

| | | |
|--|---|---|
| <p>✦ Essencial com Inteligência Artificial</p> <p>R\$2.205/mês Pagamento anual</p> <p>Fale com a gente</p> | <p>Mais escolhido</p> <p>✦ Avançado com Inteligência Artificial</p> <p>R\$3.635/mês Pagamento anual</p> <p>Fale com a gente</p> | <p>✦ Profissional com Inteligência Artificial</p> <p>R\$5.835/mês Pagamento anual</p> <p>Fale com a gente</p> |
|--|---|---|

Fonte: Octadesk. Acesso em 01/10/2025

Comunicação com o Cliente

WATI

- Empresa de tecnologia focada em automação e gestão de comunicação pelo WhatsApp, o app mais usado do mundo.
- Permite à “EuColeta!” centralizar todas as mensagens, automatizar respostas e gerenciar tickets de atendimento em uma única plataforma.
- Suporta criação de fluxos personalizados de atendimento, garantindo que cada cliente receba respostas rápidas e adequadas.
- Possibilita envio de notificações automáticas, como atualizações de pedidos, lembretes e campanhas de marketing, mantendo o cliente sempre informado.
- Planos mensais e anuais, com recursos escaláveis conforme o crescimento da empresa e volume de atendimento.

WATI (Planos Mensais)

Growth

Envie mensagens do WhatsApp para milhares de usuários com um só clique para aumentar o alcance

R\$299 /month
Cobrado anualmente

3 Usuário incluídos

Sem usuários adicionais

Aplicam-se custos adicionais para Mensagens ⓘ

Selecione o Plano

Pro

Melhor valor

Configure automações, integrações e obtenha análises poderosas para aumentar a conversão

R\$599 /month
Cobrado anualmente

5 Usuários incluídos

Usuários extras por R\$145 (por usuário/mês)

Cobranças adicionais se aplicam para Mensagens ⓘ

Selecione o Plano

Business

Desbloqueie todo o potencial do WhatsApp com fluxos de trabalho avançados e suporte especializado

R\$1499 /month
Cobrado anualmente

5 Usuários incluídos

Usuários extras por R\$345 (por usuário/mês)

Cobranças adicionais se aplicam para Mensagens ⓘ

Selecione o Plano

Fonte: WATI.io. Acesso em 01/10/2025

WATI (Planos Anuais)

Growth

Envie mensagens do WhatsApp para milhares de usuários com um só clique para aumentar o alcance

R\$239 /month
Cobrado anualmente

3 Usuário incluídos

Sem usuários adicionais

Aplicam-se custos adicionais para Mensagens ⓘ

Selecione o Plano

Pro

Melhor valor

Configure automações, integrações e obtenha análises poderosas para aumentar a conversão

R\$479 /month
Cobrado anualmente

5 Usuários

Usuários extras por R\$145 (por usuário/mês)

Cobranças adicionais se aplicam para Mensagens ⓘ

Selecione o Plano

Business

Desbloqueie todo o potencial do WhatsApp com fluxos de trabalho avançados e suporte especializado

R\$1199 /month
Cobrado anualmente

5 Usuários incluídos

Usuários extras por R\$345 (por usuário/mês)

Cobranças adicionais se aplicam para Mensagens ⓘ

Selecione o Plano

Fonte: WATI.io. Acesso em 01/10/2025

Geolocalização

- Rastreamento em tempo real das entregas, permitindo que os clientes acompanhem o status da retirada e devolução de produtos.
- Estimativa de chegada do entregador, oferecendo informações precisas sobre o tempo necessário para o atendimento.
- Implementação por meio de APIs de geolocalização, como o Google Maps API, garantindo integração eficiente ao aplicativo “EuColeta!”.
- Benefícios principais:
 - **Transparência:** o cliente sabe exatamente onde está seu pedido.
 - **Satisfação do cliente:** comunicação clara reduz incertezas e aumenta confiança no serviço.
 - **Eficiência operacional:** otimiza rotas e tempo dos entregadores, reduzindo atrasos e custos logísticos.

Quadro Organizacional

CONTRATAÇÃO DIRETA

Departamento de Suporte

Essa área funcional será encarregada de atuar como a linha de frente para a resolução de problemas de clientes, destinatários e motoristas parceiros da **EuColeta!**

Agente de Suporte de Primeira Linha

Auxiliará os clientes e motoristas parceiros com questões básicas e problemas imediatos, como **cobrança indevida ou rota errada**. Eles podem fornecer **resoluções de problemas via chat** ou outros **canais digitais** dentro da própria plataforma.

Agente de Suporte de Segunda Linha

Auxiliará no contato com os casos da Primeira Linha não resolvidos ou com casos de maior **complexidade** que demandam acompanhamento especializado, como situações que envolvam **fraudes ou perdas das encomendas**.

Quadro Organizacional

SERVIÇOS TERCEIRIZADOS

Entregadores Parceiros

Serão responsáveis por realizar o transporte logístico do produto de e-commerce. A plataforma da **EuColeta!** será uma intermediadora da solicitação do pagamento de serviço logístico.

Analista de Marketing

O profissional será responsável por definir objetivos de crescimento e de promoção dos **serviços para o público-alvo**, executando campanhas, planejando, desenvolvendo e analisando as melhores estratégias de marketing para a **EuColeta!**

Quadro Organizacional

SERVIÇOS TERCEIRIZADOS - DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA

Analista de Sistemas

Será responsável pela **projeção de sistemas**, através do **mapeamento de processos e modelagem de dados**, a fim de implementar sistemas que melhor conversem com as necessidades da plataforma digital

Desenvolvedor Full Stack

Será responsável por desenvolver as funcionalidades do programa, além de corrigir falhas operacionais do aplicativo. Ele auxilia na **eficiência do aplicativo**, através da **evolução do código** e na **manutenção das funcionalidades**.

Quadro Organizacional

SERVIÇOS TERCEIRIZADOS - DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Contador

Será responsável por elaborar as demonstrações contábeis da empresa, além de oferecer consultorias para otimizar os recursos e planejamento tributário.

Advogado

O advogado empresarial atua preventivamente e reativamente, **protegendo** o negócio de **riscos legais**, garantindo conformidade com a **legislação** e estruturando juridicamente todas as relações da empresa.

Quadro Organizacional

| Função | Salário/Custo Médio | Faixa Salarial |
|---------------------------|---------------------|-------------------------|
| Assistente de Atendimento | R\$2.000,00 | R\$1.000,00-R\$2.000,00 |
| Assistente de Marketing | R\$4.000,00 | R\$3.000,00-R\$5.000,00 |
| Analista de Sistemas | R\$6.000,00 | R\$4.000,00-R\$9.000,00 |
| Desenvolvedor Full Stack | R\$5.000,00 | R\$3.000,00-R\$8.000,00 |
| Contador | R\$5.000,00 | R\$3.000,00-R\$8.000,00 |
| Advogado | R\$3.087,80 | R\$793,90-R\$3.087,80 |
| TOTAL | R\$25.087,80 | |

Estrutura de Custos

CUSTOS DE DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento do aplicativo e da plataforma web da **EuColeta!** representa o principal investimento do negócio, pois constitui o núcleo tecnológico que garante sua eficiência, escalabilidade e competitividade. O projeto abrange design UX/UI, desenvolvimento front-end e back-end, integração com APIs de geolocalização, notificações e pagamentos, além do painel administrativo web e publicação nas lojas oficiais. O investimento total para o desenvolvimento completo é estimado em R\$ 300.000, incluindo design, programação, testes e implementação inicial. Além disso, há custos complementares necessários para o funcionamento e manutenção da plataforma, como os registros de desenvolvedor (cerca de R\$ 650), hospedagem em nuvem (R\$ 500 a R\$ 2.000 mensais), APIs externas (R\$ 100 a R\$ 500 por mês), testes e validações (R\$ 1.000 a R\$ 5.000), publicação e suporte técnico (R\$ 500 a R\$ 1.500) e serviços de backup e segurança (R\$ 200 a R\$ 600 mensais). A manutenção e atualização contínua do sistema corresponde a 10% a 20% do valor de desenvolvimento por ano, ou cerca de R\$ 30.000 a R\$ 60.000 anuais. Somando todos os componentes, o investimento inicial da **EuColeta!** é estimado em R\$ 300.000, com custos operacionais mensais entre R\$ 2.000 e R\$ 4.500, garantindo uma base tecnológica sólida, segura e escalável para o crescimento sustentável da operação.

CUSTOS DE OPERAÇÃO

Os custos de operação da **EuColeta!** envolvem a manutenção da infraestrutura digital que garante estabilidade, segurança e eficiência à plataforma. Incluem servidores em nuvem e bancos de dados (entre R\$ 300 e R\$ 800 mensais, podendo começar com VPS de R\$ 39,90 a R\$ 159,90), monitoramento e segurança de dados (R\$ 100 a R\$ 500/mês), além das APIs de geolocalização, notificações e pagamentos (R\$ 79 a R\$ 899/mês). Esses sistemas asseguram o rastreamento em tempo real, o envio de alertas e a execução das transações financeiras. A manutenção técnica contínua, com atualizações e correções, é indispensável para manter o desempenho e a confiabilidade da plataforma. No total, os custos operacionais da **EuColeta!** ficam entre R\$ 600 e R\$ 2.000 mensais, garantindo uma operação digital segura, escalável e de alta disponibilidade.

Os custos de operação da **EuColeta!** envolvem a manutenção da infraestrutura digital que garante estabilidade, segurança e eficiência à plataforma. Incluem servidores em nuvem e bancos de dados (entre R\$ 300 e R\$ 800 mensais, podendo começar com VPS de R\$ 39,90 a R\$ 159,90), monitoramento e segurança de dados (R\$ 100 a R\$ 500/mês), além das APIs de geolocalização, notificações e pagamentos (R\$ 79 a R\$ 899/mês). Esses sistemas asseguram o rastreamento em tempo real, o envio de alertas e a execução das transações financeiras. A manutenção técnica contínua, com atualizações e correções, é indispensável para manter o desempenho e a confiabilidade da plataforma. No total, os custos operacionais da **EuColeta!** ficam entre R\$ 600 e R\$ 2.000 mensais, garantindo uma operação digital segura, escalável e de alta disponibilidade.

CUSTOS DE ATRAÇÃO E RETENÇÃO AO CLIENTE E FUNCIONÁRIOS



CUSTOS LEGAIS E REGULATÓRIOS

Os custos legais e regulatórios da **EuColeta!** englobam todos os investimentos necessários para que a empresa opere de forma regular e segura em São Paulo e no Rio de Janeiro. Incluem o registro do CNPJ, contrato social e alvarás de funcionamento, que variam de R\$ 100 a R\$ 1.200 conforme o estado e o porte da empresa, além da emissão do certificado digital e-CNPJ, entre R\$ 130 e R\$ 400 anuais. Como a plataforma lida com dados sensíveis de clientes e motoristas, a adequação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) é obrigatória e pode custar de R\$ 5.000 a R\$ 20.000, abrangendo políticas de privacidade, termos de uso e sistemas de segurança. A operação também exige suporte contábil e jurídico contínuo, com custos mensais médios entre R\$ 400 e R\$ 1.500 para contabilidade e R\$ 1.500 a R\$ 5.000 para elaboração de contratos e documentos legais. Assim, o investimento inicial para a estrutura legal da **EuColeta!** é estimado entre R\$ 8.000 e R\$ 25.000, garantindo conformidade regulatória, transparência e segurança jurídica – fatores fundamentais para o crescimento sustentável e a credibilidade da empresa no mercado logístico-digital.

CUSTOS VARIÁVEIS POR ENTREGA DA **EUCOLETO!**

Os custos variáveis por entrega da **EuColeta!** foram definidos a partir da análise de mercado de grandes plataformas como Uber e 99, que repassam de 75% a 80% do valor das corridas aos motoristas, retendo cerca de 20% a 25% como taxa de serviço (IstoÉ Dinheiro, 2022; PEGN, 2021). Assim, indica-se a **EuColeta!** adotar uma política mais vantajosa, repassando 80% do valor das entregas aos parceiros, o maior percentual médio entre os concorrentes. Além disso, implementará um sistema de bonificação com incentivos por desempenho, adicionais em horários de baixa demanda e um programa de fidelidade para motoristas com boas avaliações, reduzindo a rotatividade e aumentando o engajamento.

Outro componente importante é o custo com processamento de pagamentos, estimado entre 2% e 3% por transação via cartão ou PIX empresarial (Banco Central e FEBRABAN, 2023). Também estão incluídos os seguros obrigatórios e opcionais, fundamentais para garantir a segurança das operações logísticas. O RCTR-C, seguro obrigatório para transportadoras, cobre danos a terceiros e tem custo médio entre 0,15% e 0,30% do valor da carga, enquanto o RCF-DC, voltado para casos de roubo ou desaparecimento, varia entre 0,20% e 0,40% (Minuto Seguros, 2023). A **EuColeta!** optará por contratar o seguro obrigatório e oferecer os adicionais como opção ao cliente, repassando o custo apenas em entregas de maior risco.

Com isso, a empresa garante um modelo de operação competitivo, equilibrando atratividade para motoristas, segurança para clientes e sustentabilidade financeira para o negócio.

SÍNTESE FINAL DO CUSTO OPERACIONAL

A **EuColeta!** investiu cerca de R\$ 305.000 a R\$ 315.000 no desenvolvimento do aplicativo Android e iOS, plataforma web, painel administrativo, integrações com APIs e gateways de pagamento, garantindo uma base digital segura, escalável e pronta para expansão. Os custos operacionais mensais, incluindo hospedagem, servidores, APIs, manutenção, backup e monitoramento de segurança, ficam entre R\$ 2.000 e R\$ 4.500.

A equipe interna, composta por suporte, analistas, desenvolvedor, contador e advogado, tem custo de R\$ 52.849,26/mês, enquanto a terceirização do atendimento varia de R\$ 7.200 a R\$ 10.000. O marketing digital, voltado a Google Ads, Meta Ads e campanhas locais, demanda R\$ 30.000 a R\$ 50.000/mês.

Os custos legais e regulatórios, incluindo registro da empresa, licenças, LGPD e contabilidade/jurídico, somam R\$ 8.000 a R\$ 25.000 inicialmente, com despesas mensais de R\$ 400 a R\$ 1.500. Já os custos variáveis por entrega incluem repasses aos motoristas (cerca de 80%), taxas de pagamento (2% a 3%) e seguros obrigatórios ou opcionais (0,15% a 0,50% do valor da carga).

Em resumo, o investimento inicial total situa-se entre R\$ 305.000 e R\$ 315.000, enquanto os custos mensais fixos e estratégicos variam de R\$ 85.249,26 a R\$ 108.849,26, garantindo uma operação robusta, escalável e competitiva no mercado de entregas urbanas.

Relacionamento com Cliente

Chat online personalizado

Deve atuar na resolução de problemas dos consumidores. Atendimento de alta qualidade, eficiente e ágil, deve transformar as reclamações dos consumidores em lealdade.

Sistema de feedbacks

Dentro do aplicativo “**EuColeta**”, após a finalização do serviço, deve haver uma aba de feedbacks, para que os consumidores possam avaliar o serviços do aplicativo e também do motorista.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais estabeleceu no Brasil regras para a coleta e o armazenamento de dados online. A “EuColeta!” deve atuar em conformidade com essa legislação, respeitando os direitos dos consumidores. Essa medida é indispensável para que haja uma relação de confiança entre os consumidores e o aplicativo.

Período em rota

Momento pós coleta da mercadoria, o consumidor já realizou o pagamento e o motorista está encaminhando para um centro de distribuição. Possui um acompanhamento é indispensável para que haja uma transparência entre o aplicativo, motorista e o consumidor.

Segurança da mercadoria

Cadastro do motorista

- Coleta de dados pessoais dos motoristas (CNH, RG, dados bancários e checagem de antecedentes criminais).
- Deve haver uma consulta nas bases do governo para a checagem das informações.
- Mensagem para o consumidor checar se o colaborador da coleta é o mesmo da foto do aplicativo.

Checagem das rotas

Além do acesso das rotas do motorista enquanto ele não realizar a entrega da mercadoria, se faz necessário que essas rotas realizadas fiquem salvas dentro do aplicativo para serem consultadas caso haja algum problema na entrega.

Limite de coleta

Os colaboradores do aplicativo devem possuir um limite de coleta das mercadorias. Isso se faz necessário para conter a possibilidade um colaborador coletar diversas mercadorias e desaparecer com elas. Além do mais, isso é importante para evitar uma demora muito grande da entrega das mercadorias no centro de distribuição.

Mapeamento do Fluxograma

Ferramenta visual que representa graficamente um processo, utilizando setas e símbolos para demonstrar a sequência das etapas



ETAPAS

- 1 Custos fixos e variáveis
- 2 Despesas
- 3 Investimento inicial
- 4 Projeção de Cenários
- 5 Receita e composição de capital

Custos Fixos

| TOTAL DE CUSTOS FIXOS ANUAIS | R\$394.425,27 | | R\$411.779,98 | | R\$428.251,18 | | R\$444.524,73 | | R\$461.416,67 | | R\$478.950,50 | |
|-------------------------------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
| TOTAL DE CUSTOS FIXOS | R\$32.868,77 | 56,80% | R\$34.315,00 | 56,80% | 35.687,60 | 56,80% | 37.043,73 | 56,80% | 38.451,39 | 56,80% | R\$39.912,54 | 56,80% |
| Funcionários | | | | | | | | | | | | |
| Analista de Marketing | R\$4.000,00 | 12,17% | R\$4.176,00 | 12,17% | R\$4.343,04 | 12,17% | R\$4.508,08 | 12,17% | R\$4.679,38 | 12,17% | R\$4.857,20 | 12,17% |
| Analista de Sistemas | R\$6.000,00 | 18,25% | R\$6.264,00 | 18,25% | R\$6.514,56 | 18,25% | R\$6.762,11 | 18,25% | R\$7.019,07 | 18,25% | R\$7.285,80 | 18,25% |
| Contador | R\$5.000,00 | 15,21% | R\$5.220,00 | 15,21% | R\$5.428,80 | 15,21% | R\$5.635,09 | 15,21% | R\$5.849,23 | 15,21% | R\$6.071,50 | 15,21% |
| Desenvolvedor Full Stack | R\$5.000,00 | 15,21% | R\$5.220,00 | 15,21% | R\$5.428,80 | 15,21% | R\$5.635,09 | 15,21% | R\$5.849,23 | 15,21% | R\$6.071,50 | 15,21% |
| Advogado | R\$3.087,80 | 9,39% | R\$3.223,66 | 9,39% | R\$3.352,61 | 9,39% | R\$3.480,01 | 9,39% | R\$3.612,25 | 9,39% | R\$3.749,51 | 9,39% |
| Folhas Salariais Registrados | | | | | | | | | | | | |
| Agentes de Suporte | R\$5.457,78 | 16,60% | R\$5.697,92 | 16,60% | R\$5.925,84 | 16,60% | R\$6.151,02 | 16,60% | R\$6.384,76 | 16,60% | R\$6.627,38 | 16,60% |
| Aplicativos | | | | | | | | | | | | |
| Conta Azul | R\$399,90 | 1,22% | R\$417,50 | 1,22% | R\$434,20 | 1,22% | R\$450,69 | 1,22% | R\$467,82 | 1,22% | R\$485,60 | 1,22% |
| Octadesk | R\$3.635,00 | 11,06% | R\$3.794,94 | 11,06% | R\$3.946,74 | 11,06% | R\$4.096,71 | 11,06% | R\$4.252,39 | 11,06% | R\$4.413,98 | 11,06% |
| Alvará | | | | | | | | | | | | |
| TLF | R\$59,17 | 0,18% | R\$61,77 | 0,18% | R\$64,24 | 0,18% | R\$66,69 | 0,18% | R\$69,22 | 0,18% | R\$71,85 | 0,18% |
| Manutenção do Aplicativo | | | | | | | | | | | | |
| Registro de Domínio | R\$4,17 | 0,01% | R\$4,35 | 0,01% | R\$4,52 | 0,01% | R\$4,70 | 0,01% | R\$4,87 | 0,01% | R\$5,06 | 0,01% |
| Cloud Computing | R\$179,33 | 0,55% | R\$187,22 | 0,55% | R\$194,71 | 0,55% | R\$202,11 | 0,55% | R\$209,79 | 0,55% | R\$217,76 | 0,55% |
| Custo para Lojas de Aplicativo | R\$45,62 | 0,14% | R\$47,63 | 0,14% | R\$49,54 | 0,14% | R\$51,42 | 0,14% | R\$53,37 | 0,14% | R\$55,40 | 0,14% |

Custos Variáveis

| | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL DE CUSTOS VARIÁVEIS ANUAIS | R\$300.000,00 | | R\$313.200,00 | | R\$325.728,00 | | R\$338.105,66 | | R\$350.953,68 | | R\$364.289,92 | |
| TOTAL DE CUSTOS VARIÁVEIS | R\$25.000,00 | 43,20% | R\$26.100,00 | 43,20% | R\$27.144,00 | 43,20% | R\$28.175,47 | 43,20% | R\$29.246,14 | 43,20% | R\$30.357,49 | 43,20% |
| API em média dos principais bancos do Brasil | R\$10.000,00 | 17,28% | R\$10.440,00 | 17,28% | R\$10.857,60 | 17,28% | R\$11.270,19 | 17,28% | R\$11.698,46 | 17,28% | R\$12.143,00 | 17,28% |
| Taxa de serviço lojas virtuais (google e apple) | R\$15.000,00 | 25,92% | R\$15.660,00 | 25,92% | R\$16.286,40 | 25,92% | R\$16.905,28 | 25,92% | R\$17.547,68 | 25,92% | R\$18.214,50 | 25,92% |
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL DE CUSTOS FIXOS + VARIÁVEIS (mensais) | 57.868,77 | 100,00% | 60.415,00 | 100,00% | 62.831,60 | 100,00% | 65.219,20 | 100,00% | 67.697,53 | 100,00% | R\$70.270,03 | 100,00% |
| TOTAL DE CUSTOS FIXOS + VARIÁVEIS (anuais) | 694.425,27 | | 724.979,98 | | 753.979,18 | | 782.630,39 | | 812.370,34 | | R\$843.240,42 | |

Investimento Inicial

| Descrição | Unidades/Caracterização | R\$ | % |
|---|-------------------------|----------------------|----------------|
| TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS | 2 | R\$308.000,00 | 31,03% |
| Desenvolvimento do Aplicativo | 1 | R\$300.000,00 | 97,40% |
| Desenvolvimento do website | 1 | R\$8.000,00 | 2,60% |
| TOTAL INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS | 4 | R\$412.220,36 | 41,54% |
| Marketing | 1 | R\$369.487,72 | 89,63% |
| Plano de Negócios | 1 | R\$12.732,64 | 3,09% |
| Abertura de Novo CNPJ, Alvarás e Licenças | 1 | R\$1.650,00 | 0,40% |
| Administrativos Iniciais | 1 | R\$28.350,00 | 6,88% |
| TOTAL INVESTIMENTOS EM CAPITAL DE GIRO | 9 | R\$272.212,64 | 27,43% |
| Custos Fixos (meses) | 6 | R\$197.212,64 | 72,45% |
| Custos Variáveis (meses) | 3 | R\$75.000,00 | 27,55% |
| INVESTIMENTO INICIAL TOTAL | | R\$992.432,99 | 100,00% |

Projeção de Cenários - Pessimista

| | |
|---|----------------|
| Peso dos custos variáveis sobre receita | 6,82% |
| Impostos sobre venda/prestação de serviço | 16,00% |
| Imposto de Renda | 27,50% |
| Valor receita ano base | \$4.398.663,29 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| (=) Fluxo de Caixa Disponível | R\$2.175.327,63 | R\$2.245.253,16 | R\$2.282.378,40 | R\$2.303.879,67 | R\$2.292.244,41 | R\$2.281.462,60 |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|

2. BREAK EVEN POINT

Cálculo: $\text{Custo Fixo} / \text{Índice de margem de contribuição} = \text{Custo Fixo} / ((\text{Receita} - \text{Impostos} - \text{Custos Variáveis}) / \text{Receita})$

| | Ano 0 | Ano 1 | Ano 2 | Ano 3 | Ano 4 | Ano 5 |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Receita - Imposto - Custos Variáveis | R\$3.394.877,17 | R\$3.508.680,89 | R\$3.576.359,32 | R\$3.622.289,78 | R\$3.623.133,09 | R\$3.625.795,46 |
| Índice de Margem de Contribuição | 0,77 | 0,74 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 |
| Break Even Point | R\$511.047,64 | R\$559.784,34 | R\$584.814,46 | R\$608.558,44 | R\$634.090,70 | R\$660.351,19 |

3. PAYBACK

Soma dos fluxos de caixa dos anos, até o ano em que essa soma ultrapassa o valor do investimento.

| | Ano 0 | Ano 1 | Ano 2 | Ano 3 | Ano 4 | Ano 5 |
|---------------------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Investimento | R\$992.432,99 | | | | | |
| Fluxo de Caixa Descontado | R\$2.175.327,63 | R\$2.245.253,16 | R\$2.282.378,40 | R\$2.303.879,67 | R\$2.292.244,41 | R\$2.281.462,60 |
| Fluxo de Caixa Acumulado | | R\$4.420.580,78 | R\$6.702.959,18 | R\$9.006.838,85 | R\$11.299.083,25 | R\$13.580.545,85 |

Payback Ano 1



Projeção de Cenários - Moderado

| | |
|---|-----------------|
| Peso dos custos variáveis sobre receita | 2,18% |
| Impostos sobre venda/prestação de serviço | 33,00% |
| Imposto de Renda | 27,50% |
| Valor receita ano base | \$13.769.300,98 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| (=) Fluxo de Caixa Disponível | R\$6.184.979,63 | R\$6.393.103,92 | R\$6.517.040,51 | R\$6.601.754,41 | R\$6.604.819,51 | R\$6.611.246,36 |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|

2. BREAK EVEN POINT

Cálculo: $\text{Custo Fixo} / \text{Índice de margem de contribuição} = \text{Custo Fixo} / ((\text{Receita} - \text{Impostos} - \text{Custos Variáveis}) / \text{Receita})$

| | Ano 0 | Ano 1 | Ano 2 | Ano 3 | Ano 4 | Ano 5 |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Receita - Imposto - Custos Variáveis | R\$8.925.431,66 | R\$9.229.854,36 | R\$9.417.272,57 | R\$9.550.392,87 | R\$9.571.512,54 | R\$9.597.911,00 |
| Índice de Margem de Contribuição | 0,65 | 0,62 | 0,62 | 0,62 | 0,61 | 0,61 |
| Break Even Point | R\$608.481,52 | R\$666.167,46 | R\$695.240,39 | R\$722.538,11 | R\$751.350,10 | R\$780.871,59 |

3. PAYBACK

Soma dos fluxos de caixa dos anos, até o ano em que essa soma ultrapassa o valor do investimento.

| | Ano 0 | Ano 1 | Ano 2 | Ano 3 | Ano 4 | Ano 5 |
|---------------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Investimento | R\$992.432,99 | | | | | |
| Fluxo de Caixa Descontado | R\$6.184.979,63 | R\$6.393.103,92 | R\$6.517.040,51 | R\$6.601.754,41 | R\$6.604.819,51 | R\$6.611.246,36 |
| Fluxo de Caixa Acumulado | | R\$12.578.083,56 | R\$19.095.124,06 | R\$25.696.878,47 | R\$32.301.697,98 | R\$38.912.944,35 |

Payback Ano 1



Projeção de Cenários - Otimista

| | |
|---|-----------------|
| Peso dos custos variáveis sobre receita | 0,47% |
| Impostos sobre venda/prestação de serviço | 33,00% |
| Imposto de Renda | 27,50% |
| Valor receita ano base | \$63.654.660,38 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| (=) Fluxo de Caixa Disponível | R\$30.416.792,96 | R\$31.692.504,46 | R\$32.198.394,07 | R\$32.626.576,55 | R\$32.620.701,74 | R\$32.636.324,56 |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

2. BREAK EVEN POINT

Cálculo: $\text{Custo Fixo} / \text{Índice de margem de contribuição} = \text{Custo Fixo} / ((\text{Receita} - \text{Impostos} - \text{Custos Variáveis}) / \text{Receita})$

| | Ano 0 | Ano 1 | Ano 2 | Ano 3 | Ano 4 | Ano 5 |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Receita - Imposto - Custos Variáveis | R\$42.348.622,45 | R\$44.125.579,24 | R\$44.839.829,21 | R\$45.446.699,28 | R\$45.455.488,04 | R\$45.494.570,58 |
| Índice de Margem de Contribuição | 0,67 | 0,63 | 0,63 | 0,63 | 0,63 | 0,63 |
| Break Even Point | R\$592.864,78 | R\$648.660,62 | R\$677.017,11 | R\$703.073,68 | R\$730.481,25 | R\$758.454,95 |

3. PAYBACK

Soma dos fluxos de caixa dos anos, até o ano em que essa soma ultrapassa o valor do investimento.

| | Ano 0 | Ano 1 | Ano 2 | Ano 3 | Ano 4 | Ano 5 |
|---------------------------|----------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Investimento | R\$992.432,99 | | | | | |
| Fluxo de Caixa Descontado | R\$30.416.792,96 | R\$31.692.504,46 | R\$32.198.394,07 | R\$32.626.576,55 | R\$32.620.701,74 | R\$32.636.324,56 |
| Fluxo de Caixa Acumulado | | R\$62.109.297,42 | R\$94.307.691,49 | R\$126.934.268,04 | R\$159.554.969,78 | R\$192.191.294,34 |

Payback Ano 1



Receita e Composição de Capital

| FONTE DE RECEITA - COLETAS | PESSIMISTA | MODERADO | OTIMISTA |
|----------------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| PREÇO BASE | R\$11,50 | R\$16,00 | R\$20,00 |
| TARIFA POR KM | R\$3,25 | R\$4,00 | R\$5,00 |
| TARIFA POR MIN | R\$0,33 | R\$0,38 | R\$0,43 |
| DISTÂNCIA MÉDIA (km) | 4,5 | 9 | 35 |
| TEMPO MÉDIO (min) | 25 | 45 | 120 |
| PREÇO MÉDIO PADRÃO | R\$34,25 | R\$68,88 | R\$246,00 |

| PLANOS | ADERIDOS | PREÇO |
|------------|----------|-------|
| PESSIMISTA | 1% | 21,45 |
| MODERADO | 2% | 21,45 |
| OTIMISTA | 3% | 21,45 |

| FÓRMULA GERAL RECEITA | VENDAS MARKET SHARE | FÓRMULA GERAL DO PREÇO | RECEITA BRUTA | RETENÇÃO PLATAFORMA | RETENÇÃO MOTORISTAS | RECEITA PLANOS | RECEITA LÍQUIDA sem os planos |
|-----------------------|---------------------|------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|----------------|-------------------------------|
| PESSIMISTA | 622.643,26 | R\$34,25 | R\$21.325.531,58 | 0,2 | 0,8 | 133.556,98 | R\$4.265.106,32 |
| MODERADO | 969.396,01 | R\$68,88 | R\$66.767.150,47 | 0,2 | 0,8 | 415.870,89 | R\$13.353.430,09 |
| OTIMISTA | 855.073,45 | R\$246,00 | R\$210.348.068,70 | 0,3 | 0,7 | 550.239,77 | R\$63.104.420,61 |

| MARKET SHARE | LOCALIDADE | TOTAL DE PESSOAS (Sidra - 3107) | IDADE | Pop por idade | Market share | Qtd. de usuários |
|--------------|---------------------------------|---------------------------------|-------|---------------|--------------|------------------|
| OTIMISTA | Estado do RJ | 15.989.929 | 35-45 | 3.697.643 | 0,23 | 855.073,45 |
| MODERADO | Metropolitana do Rio de Janeiro | 12.578.485 | 35-54 | 3.491.924 | 0,28 | 969.396,01 |
| PESSIMISTA | Cidade do Rio de Janeiro | 6.320.446 | 25-45 | 1.983.780 | 0,31 | 622.643,26 |



ETAPAS

- 1 Análise SWOT
- 2 Plano de Metas
- 3 Análise de Riscos

| ANÁLISE SWOT | | |
|------------------|--|--|
| | FORÇAS | FRAQUEZAS |
| FATORES INTERNOS | <ul style="list-style-type: none"> • Preços Competitivos • Experiência com o setor logístico • Integração tecnológica • Infraestrutura logística já existente | <ul style="list-style-type: none"> • Alto custo ligado ao aplicativo • Complexidade operacional • Necessidade de construir a marca • Dependência da adesão de terceiros |
| FATORES EXTERNOS | OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do e-commerce • Parcerias estratégicas • Expansão do mercado de vendedores digitais independentes • Tendência à digitalização e automação logística | <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência com grandes players • Dependência de tecnologia de terceiros • Riscos regulatórios e segurança do usuário • Atraso na adesão do público-alvo |

Plano de Metas

| PERSPECTIVA | METAS | KPI (INDICADORES DE DESEMPENHO) | INICIATIVAS |
|-------------|--|---|---|
| Financeira | Expansão na taxa de adesão de novos usuários | A porcentagem de usuários que têm aderido à plataforma em certo período de tempo | Fornecer o serviço logístico em novas áreas; consolidar o marketing |
| Financeira | Aumento no volume de vendas | Análise do fluxo de serviços logísticos demandados em certo período de tempo; fidelização de clientes | Criar um plano de assinatura que oferece descontos nas taxas de entrega, fidelizando o cliente |
| Financeira | Aumento do faturamento | Comparação da receita total de dado período de tempo comparado ao do espaço de tempo anterior | Otimizar rotas dos motoristas parceiros, para que um único entregador possa fazer coleta em sequência para diferentes clientes sob um custo operacional menor |

Plano de Metas

| PERSPECTIVA | METAS | KPI (INDICADORES DE DESEMPENHO) | INICIATIVAS |
|--------------|--|---|---|
| Aprendizagem | Satisfação dos Colaboradores e Funcionários (Clima Organizacional) | eNPS (employee Net Promoter Score) | Realizar pesquisas de satisfação entre os motoristas parceiros, questionando sobre as circunstâncias de trabalho e o que poderia ser melhorado |
| Aprendizagem | Qualidade Ótima em cada serviço | Avaliação da produtividade e entregas dos motoristas colaboradores; Net Promoter Score (NPS) e Customer Satisfaction Score (CSAT) após cada entrega | Fazer pesquisas de satisfação com os clientes da plataforma, com perguntas sobre a qualidade do serviço e o quanto recomenda para outros o aplicativo |
| Aprendizagem | Garantir uma Cultura de Segurança Digital e Logística | Taxa de Reclamações Relacionadas a Extravios/Danificações de Encomendas | Criar um Canal de Suporte ao Cliente, o qual terá como foco averiguar as encomendas perdidas ou entregas incorretamente |



Plano de Metas

| PERSPECTIVA | METAS | KPI (INDICADORES DE DESEMPENHO) | INICIATIVAS |
|--------------------|--|--|--|
| Processos internos | Ser referência em serviços de logística online. | Potencializar o número de elogios e minimizar as reclamações nos comentários das lojas digitais. Além do mais, ser bem avaliados nas lojas virtuais e recebem feedbacks positivos coletados após cada entrega. | Ser um aplicativo intuitivo, que possibilita o acompanhamento das entregas através de um serviço eficiente de geoespacial. É importante também que haja um serviço de qualidade em que os clientes conseguem relatar |
| Processos internos | Ser capaz de realizar parcerias com lojas digitais | Estabelecer números de novas parcerias firmadas por mês, além de medir o índice de satisfação dessas (NPS Partner). Também, avaliar o tempo médio de fechamento de parcerias e a taxa de conversão de propostas enviadas | Agregar valor nos serviços da "EuColeta!", de modo que as lojas de e-commerce percebam que realizar parcerias com o aplicativo podem ser benéficas. |
| Processos internos | Garantir a fidelização dos consumidores, com as pessoas cada vez mais consumindo no aplicativo e assinando o clube digital da "EuColeta!". | Aumento do número de assinantes digitais do clube da "EuColeta!" conforme os meses. | Agregar valor na assinatura digital, com o objetivo que o consumidor perceba que é vantajoso um plano com a empresa. |
| Processos internos | Garantir que haja atração de novos colaboradores para o transporte de mercadorias. | Número de motoristas cadastrados no aplicativo conforme a propagação. | Oferecer a oportunidade que os colaboradores trabalhem de maneira autônoma, com horários flexíveis, gerando ganhos. |



Plano de Metas

| PERSPECTIVA | METAS | KPI (INDICADORES DE DESEMPENHO) | INICIATIVA |
|-------------|---|---|---|
| Cliente | Tornar-se referência no ramo e na região | Acompanhamento do número de instalações do aplicativo | Investimento em marketing, de modo que os leads enxerguem a "EuColeta!" como uma empresa de confiança e que atenda as dores deles. |
| Cliente | Fortalecimento do relacionamento com clientes | Análise de feedbacks e as avaliações dos clientes no aplicativo. | Atendimento personalizado, empático e centrado no cliente. |
| Cliente | Demonstrar ao consumidor que os serviços ofertados são confiáveis | Medir a quantidade de problemas relacionados ao transporte da mercadoria por conta da falta de segurança. | Exigir processos de segurança para se cadastrar como colaborador no site. Além do mais, o monitoramento da mercadoria através do geoespacial. |



Análise de Riscos

| | | Matriz de Riscos | | |
|---|-------|---|--|--|
| | | IMPACTO | | |
| | | BAIXO | MÉDIO | ALTO |
| P R O B A B I L I D A D E | ALTA | Instabilidade momentânea na plataforma (sem parar a operação) | Falhas de comunicação com o cliente | Atrasos nas coletas e entregas |
| | MÉDIA | Problemas com o envio pelos Correios | Quebra do produto durante o transporte | Pane ou indisponibilidade do sistema de operação |
| | BAIXA | Extravio do produto nos Correios | Perda de contratos estratégicos | Apropriação indébita |



EQUIPE DO PROJETO



Sophia Polli
Diretora de Projetos



Julia Lourencini
Gerente



Ana Carolina Tanno
Consultora



Matheus Felix
Consultor



Wesley Felipe do Nascimento
Consultor



Em caso de problemas conte com o nosso suporte técnico de 3 meses.

Contato: projetos@economica.org.br



ECO NO MICA