**Nome: Elen Vitoria Vieira**

|  |  |
| --- | --- |
| Forças (Strengths) | Fraquezas (Weaknesses) |
| • Público-alvo bem definido: jovens adultos (20 a 33 anos), amantes de futebol.  • Identidade cultural forte: valorização da brasilidade e da história do futebol.  • Diferencial estético: proposta de design retrô-futurista.  • Capacidade de atingir diferentes perfis de torcedores (popular, social, nacional).  • Uso de plataformas consolidadas (Shopify, Yampi, Appmax) para vendas e integração logística. | • Dependência inicial do e-commerce, sem loja física.  • Marca ainda em processo de construção (sem forte reconhecimento no mercado).  • Pouca experiência inicial em campanhas de tráfego pago e recuperação de carrinho.  • Custos de produção e personalização podem ser altos.  • Público-alvo relativamente limitado (faixa etária e perfil ideológico mais restrito). |
| Oportunidades (Opportunities) | **Ameaças (Threats)** |
| • Crescente mercado de camisetas temáticas e personalizadas no Brasil.  • Expansão do consumo digital (forte presença do público em redes sociais como TikTok, Instagram e Facebook).  • Adoção de estratégias de marketing de nicho: resgatar memória do futebol, ativar paixões e identidades regionais.  • Crescente valorização da cultura brasileira e do consumo consciente.  • Possibilidade de criar colaborações com influenciadores digitais e torcidas organizadas. | • Concorrência com grandes marcas esportivas já consolidadas (Nike, Adidas, Puma, etc.).  • Presença de lojas genéricas de camisetas baratas (mercado saturado).  • Mudanças nas tendências de moda podem reduzir o interesse pelo estilo retrô-futurista.  • Risco de dependência das plataformas digitais (mudança de algoritmo ou políticas de redes sociais).  • Possíveis problemas de pirataria de estampas ou cópias de design. |

**MATRIZ SWOT**