

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC Prof.^a MARIA CRISTINA MEDEIROS
Técnico em Informática integrado ao Ensino Médio

Lorena Guzella Lima
Matheus Foresto Moselli
Mayara Aparecida de Moraes Silva
Nicole Boulle Dionisi
Renan Gonçalves Lucena
Ruan Victor de Queiros Anastacio
Sofia da Silva Aquino

VICTUS

Ribeirão Pires
2021

**Lorena Guzella Lima
Matheus Foresto Moselli
Mayara Aparecida de Moraes Silva
Nicole Boulle Dionisi
Renan Gonçalves Lucena
Ruan Victor de Queiros Anastacio
Sofia da Silva Aquino**

VICTUS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no Curso Técnico em Informática para Internet da Etec Profª Maria Cristina Medeiros orientado pela Profª Cíntia Maria de Araújo Pinho como requisito para obtenção do título de técnico em informática para internet.

**Ribeirão Pires
2021**

DEDICATÓRIA

Dedicamos o projeto Victus a todos nossos amigos e famílias, que nos ajudaram não somente com seus apoios, mas também nos tempos difíceis que passamos nesses dois últimos anos de quarentena. Somos muito agradecidos por tê-los ao nosso lado, por termos chegado até o fim e por esse grupo incrível que fez o projeto ser possível.

AGRADECIMENTO

Agradecemos aos professores Anderson Vanin e Cintia Pinho pela ajuda no projeto e o apoio que eles nos deram nessa jornada. A quarentena não foi fácil para ninguém, mas mesmo assim tivemos ajuda de ambos para seguir em frente.

RESUMO

A reciclagem é um assunto muito falado na sociedade moderna, porém não muito utilizado. Muito se fala sobre isso, mas pouco é feito sobre o assunto. Grande parte da população brasileira não tem o tempo ou os recursos para saber onde e como eles podem reciclar, fazendo com que o hábito seja esquecido, mesmo não sendo algo difícil de fazer. Segundo a estimativa da Abrelpe, cada brasileiro produz, em média, 387 kg de lixo por ano, sendo que apenas 3% dos resíduos secos são reciclados; e mesmo se os resíduos orgânicos forem contados, esse número não passaria de 5%. Com uma melhor estrutura a dissipação de informação, aproximadamente 85% do lixo que produzimos poderia ser reciclado, sendo 15% produtos sem reaproveitamento. O Victus foi criado com o objetivo de propagar o conhecimento no assunto de reciclagem e incentivar nosso público a adotar esse hábito, que não traz nada além de benefícios para nossa sociedade em geral. A principal forma de estímulo é através de um sistema de pontos, obtidos através da reciclagem de certos materiais. Com parcerias entre o Victus e empresas voltadas para a realização de eventos, será possível permutar seus pontos ganhos com a reciclagem por ingressos para tais. Além disso, teremos um pacote premium para aqueles que querem um pequeno “boost” de pontos e produtos personalizados do Victus. Dessa forma, a reciclagem pode vir a se tornar um hábito mais viável para todas as classes sociais, não apenas por causa do sistema de pontos, mas também pela objetiva propagação de informações necessárias para fazer esse hábito ser mais sustentável.

ABSTRACT

Recycling is a much talked about subject in modern society, but not much used. Much is said about it, but little is done about it. A large part of the Brazilian population does not have the time or resources to know where and how they can recycle, causing the habit to be forgotten, even though it is not difficult to do. According to Abrelpe's estimate, each Brazilian produces, on average, 387 kg of waste per year, with only 3% of dry waste being recycled; and even if organic residues are counted, that number would not exceed 5%. With a better structure for the dissipation of information, approximately 85% of the waste we produce could be recycled, 15% of which are products without reuse. Victus was created with the aim of spreading knowledge on the subject of recycling and encouraging our public to adopt this habit, which brings nothing but benefits to our society in general. The main form of stimulation is through a system of points, obtained by recycling certain materials. With partnerships between Victus and companies dedicated to holding events, it will be possible to exchange your points earned with recycling for tickets to such events. In addition, we will have a premium package for those who want a little "boost" of points and custom Victus products. In this way, recycling may become a more viable habit for all social classes, not only because of the points system, but also because of the objective dissemination of information necessary to make this habit more sustainable.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Mapa de atores | 31 |
| Figura 2: Golden Circle | 32 |
| Figura 3: Diagrama de caso de uso - ponto de coleta | 34 |
| Figura 4: Diagrama de caso de uso - cliente e empresa | 36 |
| Figura 5: Página Inicial | 37 |
| Figura 6: Sobre o projeto | 38 |
| Figura 7: Equipe | 38 |
| Figura 8: Equipe (2) | 38 |
| Figura 9: Página inicial do cadastro | 39 |
| Figura 10: Informações sobre o cadastro | 39 |
| Figura 11: Informações sobre o cadastro (2) | 40 |
| Figura 12: Chamada para o cadastro | 40 |
| Figura 13: Cliente cria a conta | 41 |
| Figura 14: Chamada para o parceiro | 41 |
| Figura 15: Cadastro do parceiro | 41 |
| Figura 16: Chamada do ponto de coleta..... | 42 |
| Figura 17: Ponto de coleta se cadastra | 42 |
| Figura 18: Mapa do site | 43 |

QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1: Caderno de sensibilidade | 17 |
| Quadro 2: Diagrama de afinidades | 25 |
| Quadro 3: Mapa de empatia | 26 |
| Quadro 4: Jornada do Usuário..... | 27 |
| Quadro 5: Cardápio de ideias | 30 |
| Quadro 6: Critérios para desenvolvimento do projeto..... | 33 |

GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1: Existência de concorrentes | 19 |
| Gráfico 2: Viabilidade do projeto | 20 |
| Gráfico 3: Viabilidade do pacote premium | 20 |
| Gráfico 4: Viabilidade do projeto (2) | 21 |
| Gráfico 5: Métodos de reciclagem | 22 |
| Gráfico 6: Costume de reciclar | 22 |
| Gráfico 7: Empresas com o costume de reciclar | 23 |
| Gráfico 8: Viabilidade da parceria | 23 |
| Gráfico 9: Custos | 52 |

SUMÁRIO

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 10 |
| 1.1 | Problemática | 13 |
| 1.2 | Justificativa | 13 |
| 1.3 | Objetivos Gerais | 15 |
| 1.4 | Objetivos Específicos | 15 |
| 1.5 | Metodologia | 15 |
| 1.6 | Resultados esperados | 16 |
| 2 | IMERSÃO | 17 |
| 2.1 | Caderno de sensibilidade | 17 |
| 2.2 | Resultados das pesquisas | 19 |
| 2.2.1 | Usuários Comuns | 19 |
| 2.2.2 | Empresas | 23 |
| 2.3 | Conclusão das pesquisas de campo | 24 |
| 3 | ANÁLISE E SÍNTESE | 25 |
| 3.1 | Definição de Persona/Sentimento do Público-Alvo | 25 |
| 3.2 | Diagrama de afinidades | 25 |
| 3.3 | Mapa de Empatia | 26 |
| 3.4 | Jornada do usuário | 27 |
| 3.5 | Problema Central do projeto | 28 |
| 4 | IDEAÇÃO | 29 |
| 4.1 | Cardápio de ideias | 29 |
| 4.2 | Brainstorming | 30 |
| 4.3 | Mapa de atores | 31 |
| 4.4 | Golden Circle | 32 |
| 4.5 | Critérios para desenvolvimento do projeto | 33 |
| 5 | PROTÓTIPO | 34 |
| 5.1 | Diagramas de caso de uso | 34 |
| 5.1.1 | Caso de uso do ponto de coleta | 34 |
| 5.1.2 | Casos de uso da empresa e do cliente | 35 |
| 5.2 | Modelagem de Banco de Dados | 36 |
| 5.3 | Telas do Protótipo | 37 |
| 5.4 | Mapa do Site | 42 |

| | | |
|-------|---|----|
| 5.5 | Materiais e recursos necessários para o projeto | 43 |
| 6 | ASPECTOS ESTRATÉGICOS | 44 |
| 6.1 | Concorrência | 44 |
| 6.1.1 | Eventim | 44 |
| 6.1.2 | Molécoola | 44 |
| 6.1.3 | Sympla | 45 |
| 6.1.4 | Triciclo | 46 |
| 6.2 | Canais de comunicação | 47 |
| 6.3 | Canvas | 47 |
| 6.3.1 | Público Alvo | 48 |
| 6.3.2 | Proposta de valor | 48 |
| 6.3.3 | Canais de comunicação | 49 |
| 6.3.4 | Relacionamento com o cliente | 49 |
| 6.3.5 | Fonte de receitas | 50 |
| 6.3.6 | Recursos necessários | 50 |
| 6.3.7 | Principais atividades | 50 |
| 6.3.8 | Parceiros | 51 |
| 6.3.9 | Estrutura de custos | 51 |
| 7 | CONCLUSÃO | 53 |

BIBLIOGRAFIA 54

APÊNDICE A – TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO SITE

59

1 INTRODUÇÃO

A reciclagem no Brasil está crescendo pouco a pouco, mesmo com todas as discussões atuais em torno do assunto. Segundo a estimativa da Abrelpe, cada brasileiro produz, em média, 387 kg de lixo por ano, sendo que apenas 3% dos resíduos secos são reciclados; e mesmo se os resíduos orgânicos forem contados, esse número não passaria de 5%. (AMARO, 2020)

Com maior estrutura, apoio e conscientização da população, cerca de 85% de todo o lixo produzido poderia ser reciclado, sendo os 15% produtos sem reaproveitamento. O grande problema enfrentado no assunto reciclagem é a falta de informação dada a população, que na maioria das vezes está disposta a ajudar, porém não sabe como fazer.

Um estudo encomendado pelo Cempre (Compromisso Empresarial para a Reciclagem), mostra que quase 170 milhões de brasileiros não são atendidos por coleta seletiva em suas cidades. Segundo ela, apenas 1055 municípios têm programas de coleta seletiva, representando apenas 18% deles. (CALIXTO, 2016)

Quando é analisada a quantidade de cidadãos atendidos ou com acesso a algum programa de reciclagem, é notado que apenas 15% da população total do país tem o privilégio de separar o lixo. (CALIXTO, 2016)

Segundo Vitor Bicca, presidente do Cempre, a partir de 2020 houve um salto importante em quantidade de municípios que reciclam: um aumento de mais de 100%. Isso ocorreu por conta da aprovação da Política Nacional de Resíduos Sólidos. (CALIXTO, 2016)

Para Vitor, o que falta agora é um maior engajamento das prefeituras. “O entrave é político, e as prefeituras precisam se engajar mais. Quando a política foi aprovada, o governo federal criou linhas de financiamento para o município fazer o plano de gestão, que é a primeira etapa antes de fechar os lixões ou implantar a coleta seletiva. Mas houve um baixo engajamento dos municípios”, diz. (CALIXTO, 2016)

Por ano, são gerados quase 80 milhões de toneladas de lixo, mas apenas 4% são reciclados. O Brasil perde R\$ 14 bilhões por ano pela falta dessa reciclagem, que ao invés de gerar dinheiro e emprego, acaba sendo descartada no meio ambiente. (FORSTER, 2020)

Além da falta da reciclagem, o Brasil também não avança na extinção de lixões. Pelos últimos 10 anos, o número deles praticamente se manteve o mesmo. A Política Nacional de Resíduos Sólidos previa o fim dos lixões até 2014, data que foi prorrogada para 2024. (FORSTER, 2020)

Luiz Gonzaga, presidente da Abetre (Associação Brasileira de Empresas de Tratamento de Resíduos e Efluentes) comentou a situação. “Lamentavelmente, nós temos pouca evolução no aspecto da reciclagem. Os acordos setoriais da logística reversa ainda são poucos, não traduz o anseio e o desejo da sociedade brasileira. E o pior, os lixões continuam”. (FORSTER, 2020)

Cerca de 40% de todo o lixo produzido no Brasil acaba despejado em locais inadequados. São mais de 30 milhões de toneladas de resíduos sólidos que vão para quase 3 mil lixões ou aterros controlados espalhados pelo país. (FORSTER, 2020)

Como consequência, não só o meio ambiente é prejudicado, mas também a saúde das pessoas. “Isso tem um impacto na saúde de 76 milhões de brasileiros, e um custo para tratamento de doenças, um custo ambiental, de um bilhão de dólares por ano”, afirma Carlos Silva Filho. (FORSTER, 2020)

No cenário atual, o mundo se encontra em uma crise ambiental sem precedentes; criada nas entranhas do desenvolvimento industrial e do consumo desenfreado, que vem se agravando cada vez mais em uma velocidade assustadora, esgotando os recursos naturais do planeta e impactando diretamente na qualidade de vida da população de forma negativa. (TRIGUEIRO, 2005)

Desse modo, muitas pessoas começaram a encontrar na reciclagem um meio de amenizar os efeitos da desenfreada expansão da indústria, e graças aos esforços de muitos pesquisadores a reciclagem recebe cada vez mais atenção e mais utilidade para as mais diversas áreas da sociedade. (MOTTA, 2005)

Com isso em mente e com a tecnologia disponível na atualidade, as preocupações relacionadas à construção civil e a sustentabilidade do planeta Terra levaram à uma solução revolucionária, trazendo à tona a reciclagem dos resíduos de construção para a produção de agregados. Já foi comprovado que a ideia é de fato viável. (MOTTA, 2005)

Além disso, essa prática já está sendo amplamente utilizada em alguns países, em geral para a pavimentação das ruas de maneira muito mais econômica e sustentável. No Brasil, já se tem um conhecimento consolidado sobre isso; porém, desde a década de 80, quando o país teve as primeiras experiências com esse método, não investiu mais em recursos e pesquisas como essa; que com certeza seriam muito úteis, tendo em vista que aproximadamente 10% das vias automotivas são pavimentadas no país.

A reciclagem de embalagens plásticas vem se destacando atualmente. Tal destaque se dá por conta do enorme consumo que esses itens têm; a preocupação com o plástico em geral é maior pois ele é extremamente resistente a decomposição no ambiente natural. Dessa maneira, o descarte inapropriado desse material causa diversos problemas não só ao meio ambiente e os animais que nele vivem, mas aos humanos também, que são severamente afetados pelos efeitos negativos desse descarte inapropriado, incluindo também diversos outros materiais. (MOTTA, 2005)

A rentabilidade do mercado de reciclagem das embalagens plásticas se mostra atraente para as empresas em todo o mundo que trabalham em setores relacionados, apresentando como benefícios alguns reflexos socioeconômicos, tais como a melhoria na qualidade de vida da população, geração de renda e a preservação de recursos naturais. (MOTTA, 2005)

No Brasil a geração de lixo eletrônico se destaca imensamente, sendo a maior em toda a América Latina. Contudo, infelizmente, a reciclagem completa e o processamento final do lixo eletrônico não acontece no país, o que é extremamente prejudicial para o meio ambiente, pois o lixo eletrônico possui diversos tipos de materiais que demoram para se decompor na natureza, trazendo à tona uma grande preocupação em relação à sustentabilidade da indústria de tecnologias em geral.

Apesar do processo de reciclagem de objetos eletrônicos ser bem mais

complexo do que de outros - como garrafas de plástico e vidro -, ainda é necessário que seja amplamente incentivada, não só no Brasil, mas no mundo todo; principalmente em países como a China e os EUA que são os maiores produtores de lixo eletrônico do mundo. (OLIVEIRA, 2012)

1.1 Problemática

Pesquisas apontam que, no Brasil, mensalmente são descartados 76 milhões de toneladas de lixo, onde 30% poderiam ser reaproveitados, quando na realidade, apenas 3% realmente é reciclado. Menos de 20% das cidades brasileiras possuem sistemas de reciclagem implantados. (SOUZA, 2016)

Formas inadequadas de coleta de lixo podem gerar prejuízos ao meio ambiente. Os lixões são um exemplo disso, pois são responsáveis por proliferação de doenças na região à sua volta. (RIBEIRO, 2015)

As sociedades urbanizadas são as principais causadoras dos problemas mais agravantes da poluição, que são a poluição do ar e do solo e, principalmente, por não separar material reciclável do material comum. (RIBEIRO, 2015)

“A questão do lixo vem sendo apontada pelos ambientalistas como um dos mais graves problemas ambientais urbanos da atualidade, a ponto de ter-se tornado objeto de proposições técnicas para seu enfrentamento e alvo privilegiado de programas de educação ambiental na escola brasileira”. (Layrargues, 2002)

1.2 Justificativa

Levando em consideração a falta de incentivo da população para com a reciclagem, o projeto visa auxiliar no direcionamento correto dos resíduos, além de permitir que famílias de baixa renda possam pagar mais facilmente por ingressos de eventos interessantes e fazer com que jovens participem mais de eventos saudáveis.

Efetivamente, o ser humano gera muito lixo proveniente de suas ações e produtos. Fagundes (2009), observa que muitas cidades no Brasil apenas recolhem o lixo oriundo das residências e os depositam em lugares distantes –

os chamados lixões – sem um real cuidado com os rejeitos. Dessa maneira, os resíduos prejudicam o meio ambiente e conseqüentemente a humanidade.

Além disso, o lixo não tratado acaba por juntar-se nas ruas e entupir bueiros. Desse modo, um trabalhador que volta para casa após um dia de serviço se depara com alagamentos que o impedem de seguir adiante em seu caminho.

Atentar para o fato de que odores fortes e aparecimento de animais transmissores de doenças são conseqüências de depósito imprudente dos rejeitos, altamente prejudicial à saúde da população.

Em decorrência da falta de exercícios físicos e atividades saudáveis, jovens podem desenvolver transtornos musculoesqueléticos. Pode ocorrer também não somente a obesidade, como uma saúde metabólica precária.

Nota-se que a população não tem interesse em reciclar.

“Existem algumas tentativas de coleta seletiva de resíduos em alguns municípios, porém a participação é de uma pequena parcela da população.” (Ribeiro e Lima, 2014).

Delbono e Rodrigues citam a necessidade de o governo incentivar empresas a utilizar os recursos de maneira sustentável, fiscalizando e punindo atos imprudentes.

“[...] ainda é difícil para as pessoas entenderem que os recursos naturais são finitos, em razão, inclusive, da ignorância da maioria das pessoas na geração corrente.”

À vista disso, o projeto visa incentivar a população a reciclar trocando os seus recicláveis por pontos, e assim pagando menos em ingressos de festivais, shows e eventos. Constata-se que utilizando de um interesse do público, a reciclagem parece mais divertida e há um ganho mútuo. O cliente se diverte, as empresas não deixam de lucrar e o planeta fica mais limpo.

É de suma importância incentivar e ensinar a população a importância de reciclar.

“A educação formal exerce o papel de preparar o educando a aprender, a aprender a respeitar o próximo, a natureza, enfim a vida, pois através da educação este aprende a ser ético, humano, aprende a viver em grupo e a lutar pelo seu bem e dos demais. A educação hoje pode ser o principal passo para conduzir o rumo que o futuro habitante da terra terá.” (Oliveira et.al, 2012).

Em conclusão, a população deve ser educada e incentivada a recolher o lixo e reciclar, de modo a limpar as cidades. Vários são os problemas de uma cidade que não têm seus resíduos separados e cuidados, incluindo doenças, alagamentos e poluição.

1.3 Objetivos Gerais

O projeto visa criar um portal on-line onde usuários comuns podem se cadastrar e, ao levar lixos recicláveis aos pontos de coleta também cadastrados, poderão trocar os pontos ganhos por ingressos de eventos diversos (das empresas cadastradas).

1.4 Objetivos Específicos

- Transformar reciclagem em algo divertido
- Aumentar o lucro dos pontos de coleta
- Garantir acesso a eventos para pessoas mais necessitadas
- Diminuir a quantidade de tempo que as pessoas passam em casa
- Limpar as ruas
- Aumentar a empatia e sociabilidade das pessoas

1.5 Metodologia

Primeiramente foram efetuadas algumas pesquisas com o intuito de obter informações para assim comprovar a viabilidade do projeto, foram pesquisados assuntos como a quantidade de pessoas que reciclam, a quantidade de pontos de coleta no Brasil e a importância da reciclagem nos dias atuais. Após todo esse processo de busca de informações, a equipe avançou para a próxima etapa, a pesquisa de campo, porém por conta das condições causadas pela COVID-19 em todo o mundo, somente foram realizadas pesquisas online através da plataforma Google Forms, vale ressaltar que foram utilizados dois formulários diferentes, um para as pessoas (Usuários) e outro para as empresas (Parceiros).

A divisão de tarefas dentro da equipe deu-se de forma que todas as quinta-feiras, os membros da equipe conversavam entre si, para dessa forma

definir o que cada um faria durante aquela semana em específico, sempre visando não sobrecarregar nenhum dos integrantes.

1.6 Resultados esperados

Com a finalização e implementação do trabalho, espera-se atingir pontos de coleta e empresas de eventos do Brasil, fazendo com que todos os usuários do VICTUS consigam usufruir ao máximo do projeto, reciclando lixo em pontos e se divertindo. Ao trazer um site esteticamente agradável, o resultado esperado é ampliar o costume de reciclar dos cidadãos e, consequentemente, fazer com que as pessoas aproveitem mais a vida fora de casa.

2 IMERSÃO




Segundo o Xperience Design (2016), o Design Thinking é a abordagem que tem como busca a solução de problemas de forma conjunta com colaboração, resumidamente uma abordagem criativa, e a imersão faz parte desse processo, em que buscamos nos aprofundar no problema em busca de aperfeiçoar o projeto, tratando tudo na visão do cliente.

Nessa parte a equipe do Victus realizou pesquisas de campo e algumas conversas com pessoas que se interessariam em se tornar usuário do aplicativo, além de apresentar os rascunhos do projeto e o caderno de sensibilidade, sempre buscando se aperfeiçoar em uma maneira de melhor suprir o público-alvo, tendo como base o Design Thinking.

2.1 Caderno de sensibilidade

Segundo o portal MJV (2016), o caderno de sensibilidade permite que o usuário possa relatar sobre seu dia a dia, sendo possível entender o cliente sem a necessidade de estar presente fisicamente com o pesquisador. Dessa maneira, o projeto pode criar uma solução adequada com base nas dores e necessidades do usuário, cumprindo suas expectativas.

Quadro 1: Caderno de sensibilidade

| | |
|---|---|
| O planeta está em apuros pois geramos muito lixo que não é reciclado. |  |
| Em um dia de trabalho, as pessoas não conseguem voltar para casa por decorrência de um alagamento causado pelo acúmulo de lixo nos bueiros. |  |
| Um odor muito forte de lixo toma os bairros pois não há quem limpe. |  |

| | |
|--|---|
| Jovens já possuem limitações físicas por conta da sedentariedade. |  |
| Pessoas passam os finais de semana inteiros fazendo atividades que são prejudiciais à saúde. |  |
| Não há interesse da população em reciclar. |  |
| Ajudar o planeta e ganhar prêmios. |  |
| Participar de campeonatos amigáveis. |  |
| Ter um final de semana se divertindo com amigos e familiares em atividades saudáveis. |  |
| Aprender a importância da reciclagem. |  |
| Cidades tornam-se mais limpas. |  |
| Começar a reciclar por meio de incentivos. |  |

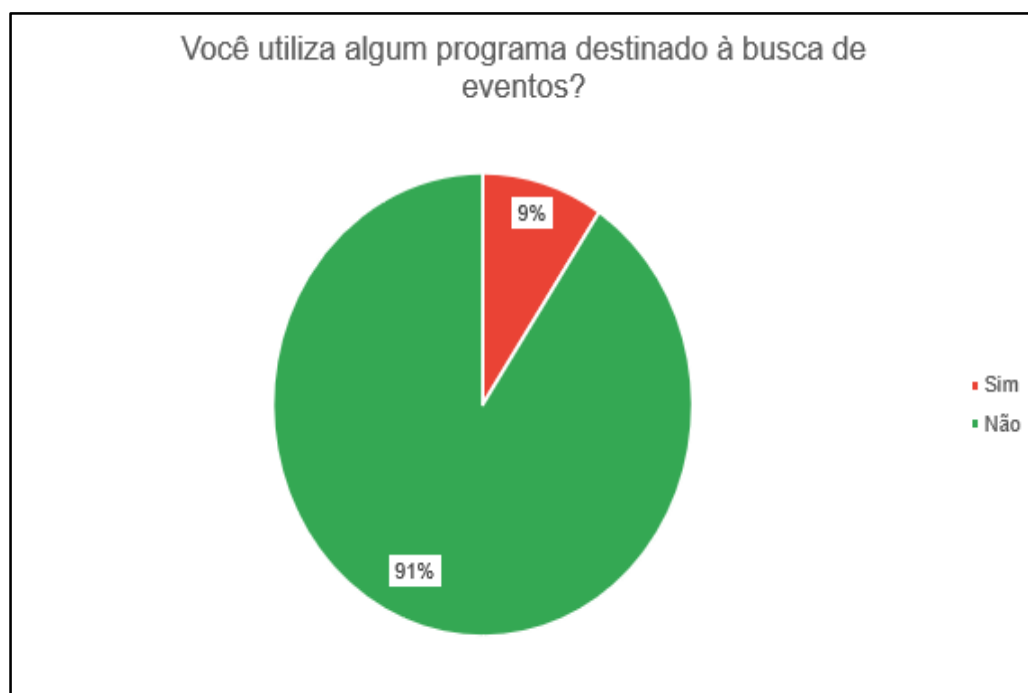
2.2 Resultados das pesquisas

Ao realizar a pesquisa de campo foram obtidas cerca de 90 respostas. Realizada entre março e maio de 2021, onde algumas respostas sugerem que há empresas que se interessaram mais sobre o tema, e estão dispostas a saber mais, para quem sabe, num futuro próximo, começar com a reciclagem, e apoiar o projeto.

2.2.1 Usuários Comuns

O primeiro gráfico evidencia a quantidade de pessoas que utiliza um programa destinado à busca de eventos. A grande maioria (91%) não utiliza, demonstrando a viabilidade do projeto, sendo algo inovador.

Gráfico 1: Existência de concorrentes



Fonte: Os autores, 2021.

O segundo gráfico demonstra uma questão da pesquisa onde era pedido para que o usuário votasse, de 1 a 10, o quão viável ele achava que seria ir a eventos usando a reciclagem para pagar. A maior parte das pessoas votou em 10, manifestando um grande interesse.

Gráfico 2: Viabilidade do projeto

Fonte: Os autores, 2021.

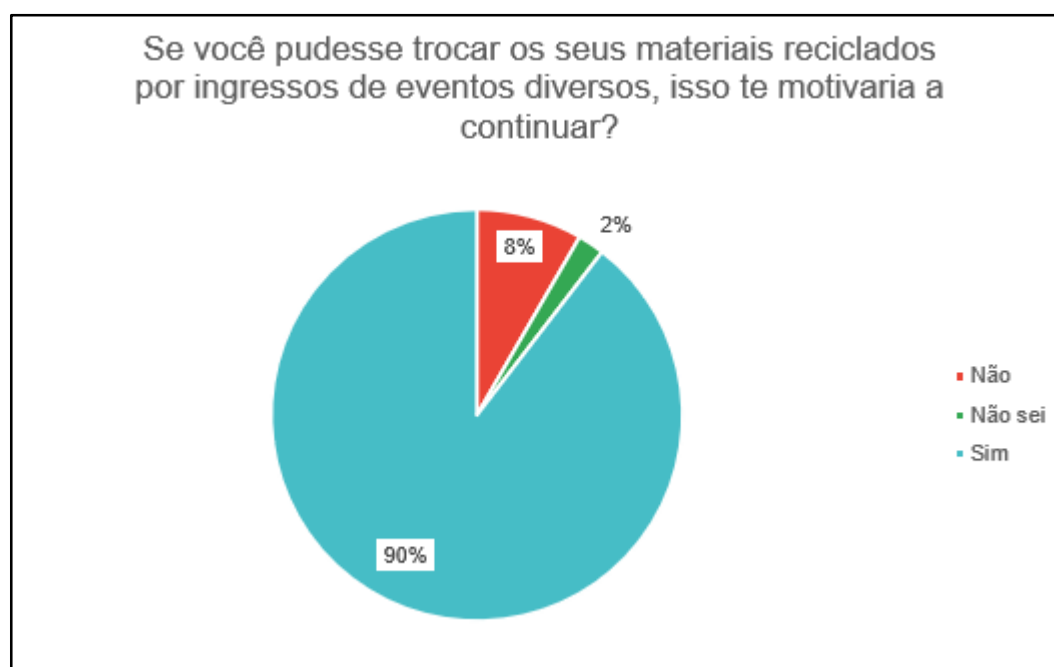
O terceiro gráfico demonstra o interesse dos usuários no pacote premium. 51% estão em dúvida, 42% se interessam e apenas 7% não assinariam.

Gráfico 3: Viabilidade do pacote premium

Fonte: Os autores, 2021.

O gráfico 4 exibe um segundo teste de viabilidade, onde é perguntado ao usuário se ele ficaria motivado caso pudesse trocar seus recicláveis por ingressos. 90% se sentiriam totalmente motivados.

Gráfico 4: Viabilidade do projeto (2)



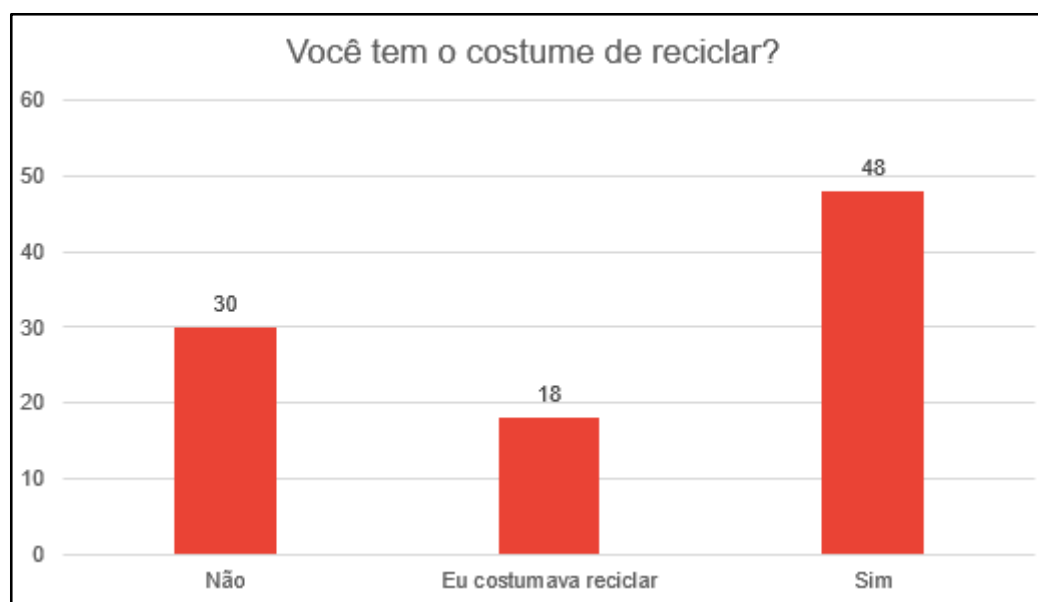
Fonte: Os autores, 2021.

O gráfico 5 mostra que a maioria das pessoas utiliza a coleta seletiva como método de reciclagem, seguida por ponto de coleta, o que demonstra a viabilidade da ideia dos pontos de coleta do projeto.

Gráfico 5: Métodos de reciclagem

Fonte: Os autores, 2021.

Gráfico 6: “você tem o costume de reciclar?” A maioria das pessoas diz ter, confirmando a efetividade do projeto.

Gráfico 6: Costume de reciclar

Fonte: Os autores, 2021.

2.2.2 Empresas

O primeiro gráfico mostra que nenhuma empresa que respondeu a pesquisa utiliza a reciclagem frequentemente; metade usa pouco, e o resto não faz nenhum tipo de reciclagem. São dados que evidenciam a necessidade de incentivos para o reaproveitamento do lixo reciclável.

Gráfico 7: Empresas com o costume de reciclar



Fonte: Os autores, 2021.

O segundo gráfico mostra o interesse de 75% das empresas numa parceria com o projeto, viabilizando-o.

Gráfico 8: Viabilidade da parceria



Fonte: Os autores, 2021.

2.3 Conclusão das pesquisas de campo

O grupo conclui que 50% das pessoas que responderam a pesquisa de campo são do sexo masculino e 59% das pessoas tem de 16-18 anos, 50% atualmente estão estudando, cerca de 48.9% têm o costume de reciclar, mais de 50% das pessoas falaram que reciclam materiais orgânicos e 35% coleta seletiva. 66.3% das pessoas querem ter mais informações e estruturas para conseguirem reciclar de verdade e 87% ficariam motivados a reciclar se pudessem trocar seus materiais por ingressos em eventos diversos. 52.2% das pessoas provavelmente pagariam um preço justo mensalmente para gastar menos para os eventos. 40.2% das pessoas falaram que seria viável poder ir em eventos pagos usando a sua reciclagem para comprar os ingressos.

3 ANÁLISE E SÍNTESE

Segundo o Portal Liga Insights (2021), é na etapa de análise e síntese que acontece o planejamento das ações que precisam ser realizadas para que, ao final do projeto, a abordagem de Design Thinking tenha um resultado eficiente.

Nessa fase, todos os dados até então coletados são reunidos, analisados e sintetizados, de uma forma que faça seu entendimento ser mais claro. Dessa forma, os objetivos e necessidades da empresa são definidos, deixando o processo e estratégias mais eficientes.

3.1 Definição de Persona/Sentimento do Público-Alvo

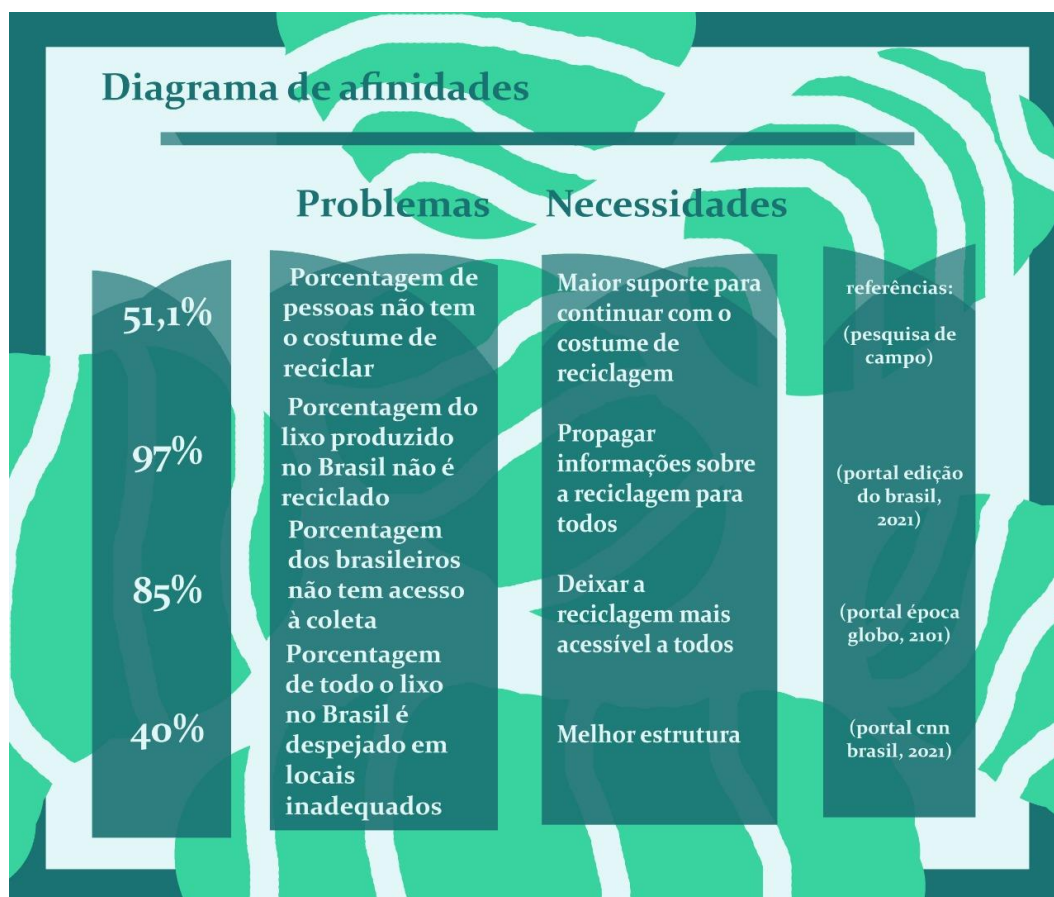
Roberto Lima (usuário do Victus) - Desde que comecei a usar o programa, percebi uma grande diminuição nos gastos na minha casa, principalmente no quesito entretenimento. Eu e a minha família amamos sair para algum lugar nos fins de semana, o que geralmente gera custos no fim do mês. Agora, com o hábito de separar o lixo e alguns grupos de coleta que se formaram aqui na minha cidade, posso diminuir os gastos apenas usando a grande quantidade de embalagens dos produtos que compramos para o nosso dia a dia.

3.2 Diagrama de afinidades

O diagrama de afinidades é um método desenvolvido para organizar dados por afinidade, sendo também conhecido como método Kj de agrupamento (MIZUNO, 1993).

O intuito do diagrama de afinidades é facilitar a organização das ideias que o grupo teve no decorrer da criação do projeto, verificando a integridade dele.

Quadro 2: Diagrama de afinidades



Fonte: Os autores, 2021.

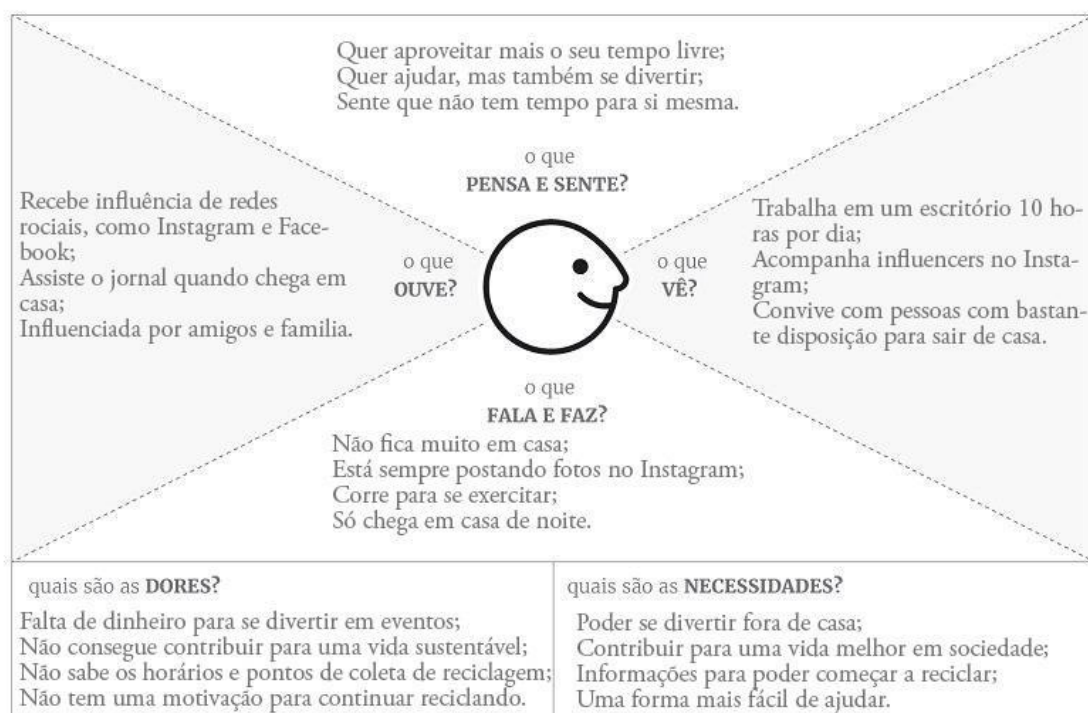
O diagrama de afinidades foi baseado nas perguntas com resultados da pesquisa de campo mais exorbitantes e importantes para a viabilidade do projeto.

3.3 Mapa de Empatia

O mapa de Empatia é um instrumento consolidado na área de negócios e gestão, juntamente com a aplicação da ferramenta *Business Model Canvas*, desenvolvida por Osterwalder (CÂNDIDO, 2019)

Quadro 3: Mapa de empatia

Nome: Roberta Idade: 27 anos



Fonte: Os autores, 2021.

3.4 Jornada do usuário

Jornada do Usuário é a ferramenta que faz o mapeamento de todo esse processo de interação do consumidor. (Aela.io, 2019)

Por meio dela, podemos encontrar todos os pontos de contato que o usuário possui com o produto e montar uma história na qual ele é o protagonista. (Aela.io, 2019).

Para fazer a Jornada do Usuário foram utilizados os resultados da pesquisa de campo e pesquisas realizadas na internet como complemento.

Quadro 4: Jornada do Usuário



Fonte: Os autores, 2021.

3.5 Problema Central do projeto

Através dos mapas e pesquisas já apresentados, o grupo percebeu que o principal problema que viabiliza o projeto é a vontade que as pessoas sentem de reciclar, juntamente com a falta de incentivo para tal ato.

4 IDEIAÇÃO

Segundo o Portal MJV (2018), a ideação é a fase de pensar fora da caixa, onde as ideias são apresentadas sem nenhum julgamento; a equipe propõe soluções para o problema.

Para isso, a criatividade é estimulada, ajudando a gerar uma resolução que esteja de acordo com a situação.

Os diagramas utilizados foram:

- O Mapa de Atores, um diagrama que demonstra as influências dentro do projeto;
- O Golden Circle, que mostra os porquês, como atingir as metas, e os objetivos;
- O Cardápio de Ideias, que sintetiza os tópicos do projeto;
- O Brainstorming, que reúne várias ideias para que o grupo decida qual seguir;
- E, finalmente, os critérios para desenvolvimento do projeto.

4.1 Cardápio de ideias

O cardápio de ideias trata-se de um catálogo apresentando a síntese de todos os conceitos gerados no projeto. Pode incluir comentários relativos às ideias, eventuais desdobramentos e oportunidade de negócio (VIANA, 2012).

A principal utilidade da jornada do usuário é ajudar a definir os objetivos gerais e específicos do projeto.

Quadro 5: Cardápio de ideias



Fonte: Os autores, 2021.

4.2 Brainstorming

“O Brainstorm se originou como técnica no ano de 1942, mas está em constante adaptação desde então para melhor atender as demandas das empresas. A tática denominada Brainstorming pelo publicitário Alex Osborn consiste no debate aberto de um problema até que se encontrem as mais variadas maneiras de solucioná-lo, e é por isso que diz-se dessa metodologia uma forma lúdica e criativa, que procura incitar a criatividade e impulsionar grandes transformações. Como o próprio conhecimento geral é hoje em dia considerado uma commodity, prioriza-se a gestão da inovação”. (Equipe Aevo, 2019)

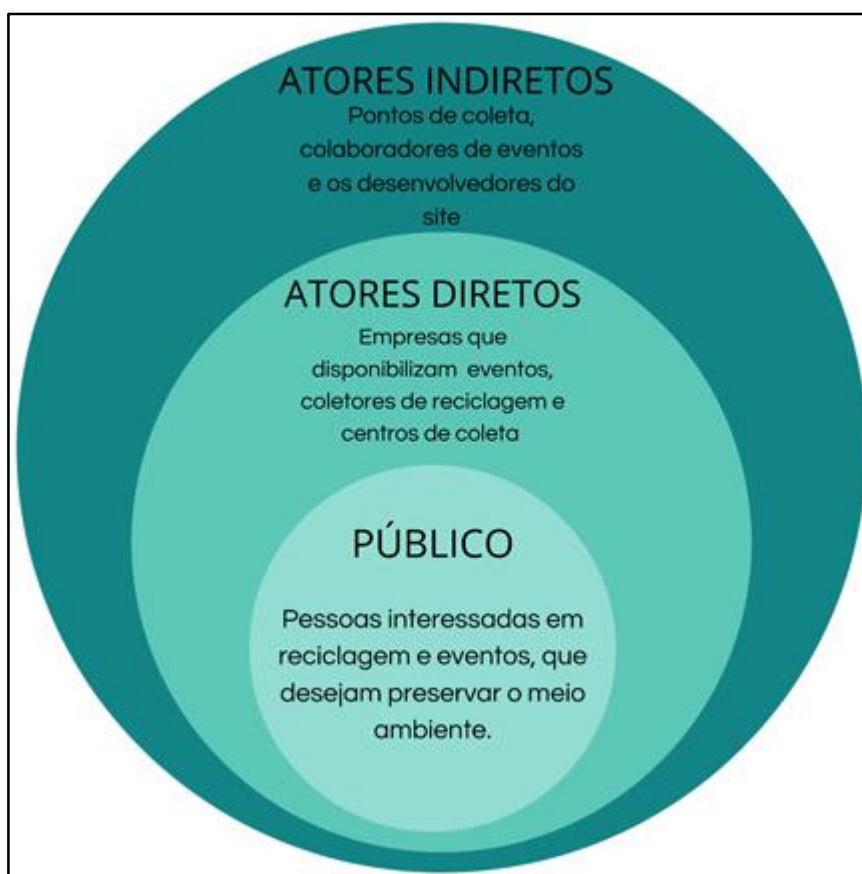
O Brainstorm é uma excelente técnica para definir a ideia principal do projeto. Através desse método a equipe definiu um projeto que: incentiva as pessoas a reciclar e forneça lucro, beneficiando ambas as partes; envolve as pessoas na reciclagem, dando recompensas por determinada quantidade de produtos reciclados; fornece parceria com eventos para que as pessoas possam

trocar os pontos adquiridos reciclando por ingressos, assim podendo economizar e ajudar o planeta.

4.3 Mapa de atores

Segundo Msf Meryenn (2021), "O mapa de atores, por vezes usado também como mapa de stakeholders, tem a função de levantar quais são os atores envolvidos nesse sistema e gerar informações que podem ser usadas para trabalhar a influência dos envolvidos. O mapa de atores, por vezes usado também como mapa de stakeholders, tem a função de levantar quais são os atores envolvidos nesse sistema e gerar informações que podem ser usadas para trabalhar a influência dos envolvidos." Com essas observações, o seguinte mapa foi gerado:

Figura 1: Mapa de atores



Fonte: os autores, 2021.

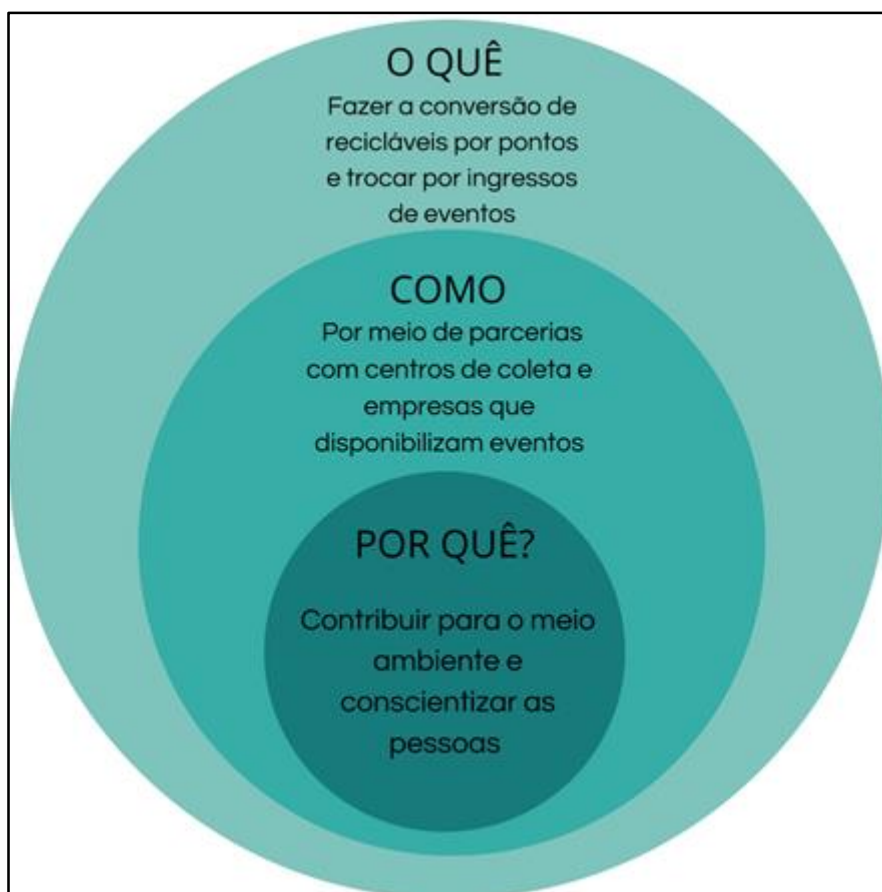
No Victus o mapa de atores foi definido com base na ideia principal do projeto: a reciclagem. As pessoas que se interessam pelo assunto são o público-alvo, e

logo as empresas parceiras, os pontos de coleta e os desenvolvedores do site exercem o papel de conectores.

4.4 Golden Circle

De acordo com o Portal Migre o Seu Negócio (2021), "O Golden Circle (ou, em português, Círculo Dourado) é um conceito criado pelo especialista em liderança Simon Sinek, que tem como objetivo criar e desenvolver o valor de uma nova ideia, negócio ou campanha. É uma metodologia muito simples, que causa um grande impacto positivo, torna as empresas mais inspiradoras e aumenta o seu sucesso no mercado".

Figura 2: Golden Circle



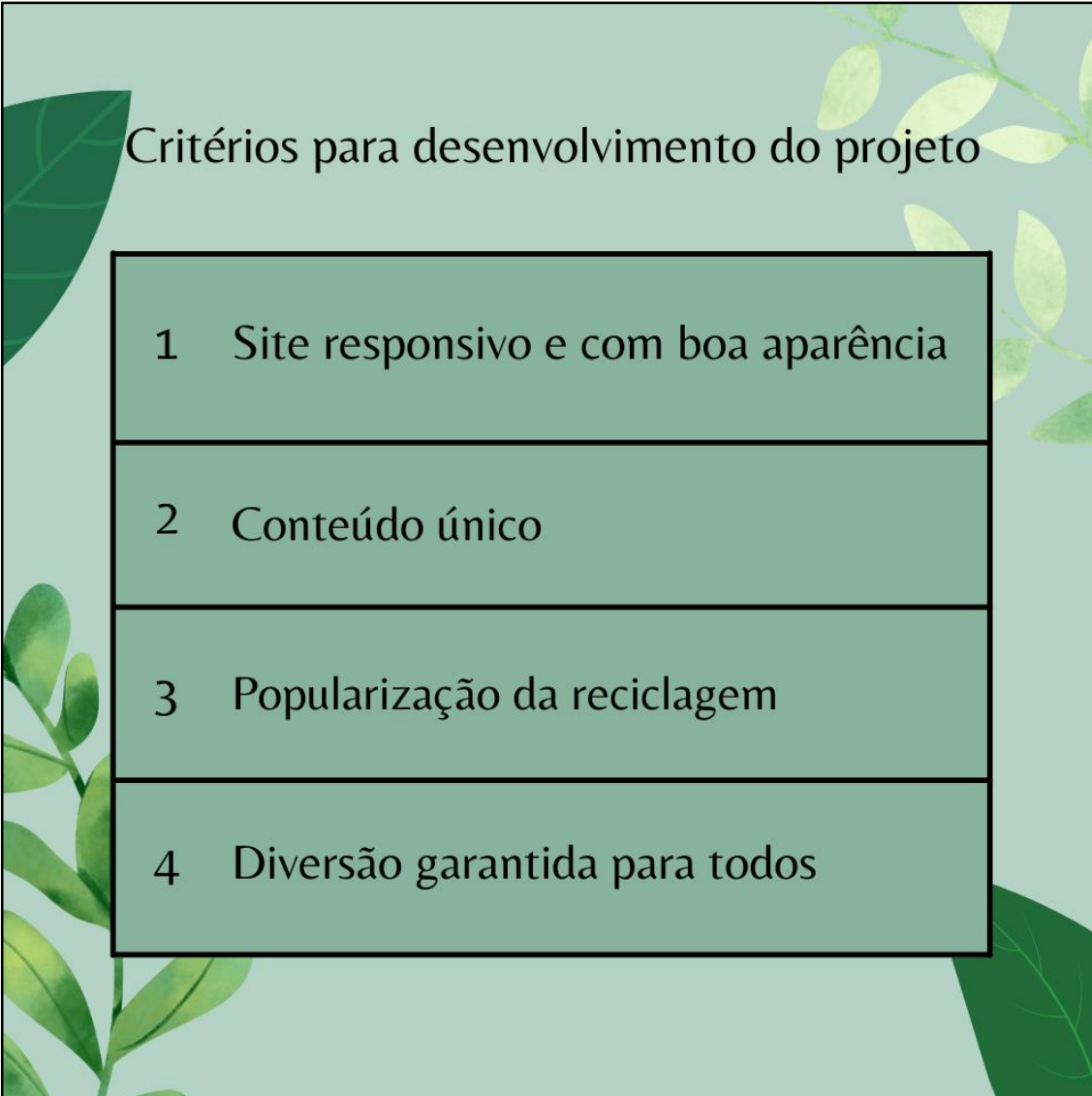
Fonte: os autores, 2021.

O Golden Circle do Victus foi construído com foco nas ideias e os motivos para a criação do site, apresentando as perspectivas do projeto e seus pontos positivos.

4.5 Critérios para desenvolvimento do projeto

Nos critérios para desenvolvimento do projeto, é tratado a qualidade do produto, o layout, disponibilidade, acessibilidade, inclusão social, entre outras coisas de extrema importância no desenvolvimento de um projeto.

Quadro 6: Critérios para desenvolvimento do projeto



| Critérios para desenvolvimento do projeto | |
|---|-------------------------------------|
| 1 | Site responsivo e com boa aparência |
| 2 | Conteúdo único |
| 3 | Popularização da reciclagem |
| 4 | Diversão garantida para todos |

Fonte: os autores, 2021.

5 PROTÓTIPO

Segundo o Portal MJV Innovation (2016), o protótipo é a última etapa do Design Thinking, sendo usado como um “test-drive” do projeto. Ou seja, uma forma rápida de encontrar os problemas do nosso esboço para evitar que eles apareçam futuramente.

Existem diversos formatos de protótipos, assim como: esquemas em papéis, storyboards, maquetes, encenações, entre outros. Independente de como é feito, os modelos servem para demonstrar a funcionalidade de um serviço ou projeto e como será ele na prática antes mesmo de estar pronto.

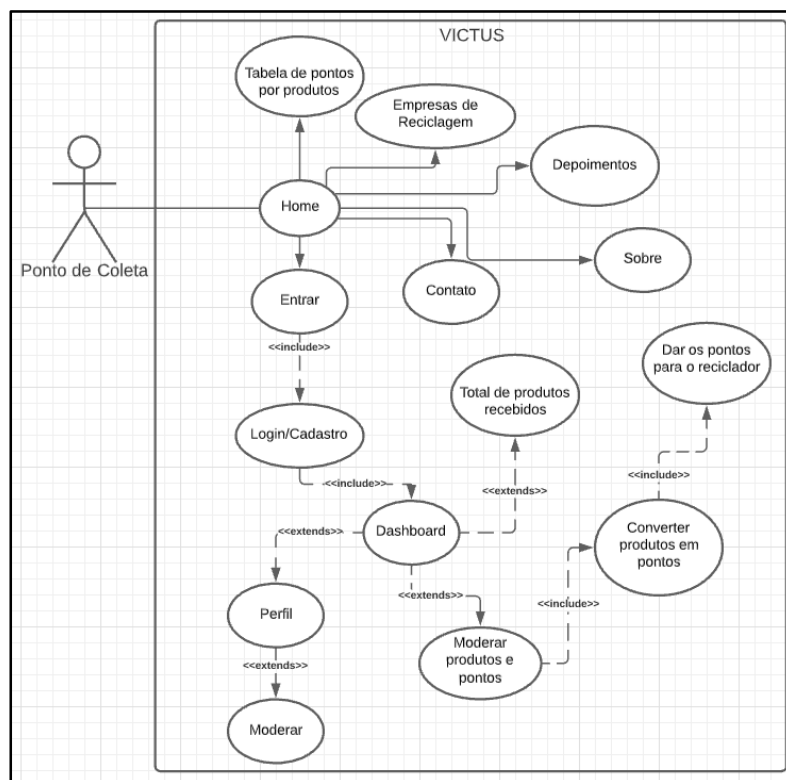
5.1 Diagramas de caso de uso

Segundo o portal LucidChart (2021), na linguagem de modelagem unificada (UML), o diagrama de caso de uso resume os detalhes dos usuários do seu sistema (também conhecidos como atores) e as interações deles com o sistema. Para criar um, use um conjunto de símbolos e conectores especializados.

5.1.1 Caso de uso do ponto de coleta

Este diagrama demonstra o caminho percorrido pelo responsável pelo ponto de coleta nas telas do site.

Figura 3: Diagrama de caso de uso - ponto de coleta

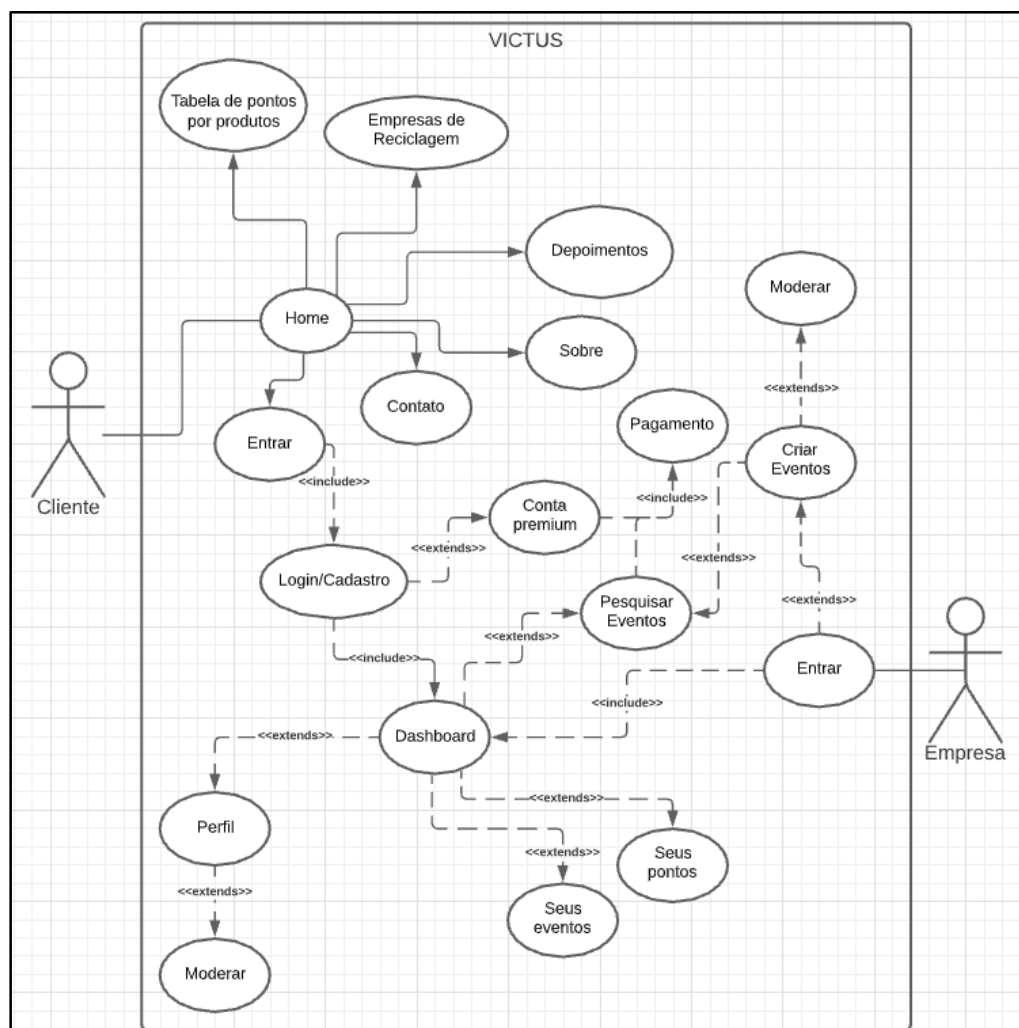


Fonte: Os autores, 2021.

5.1.2 Casos de uso da empresa e do cliente

Este diagrama demonstra os caminhos percorridos pela empresa e pelo cliente nas telas do site.

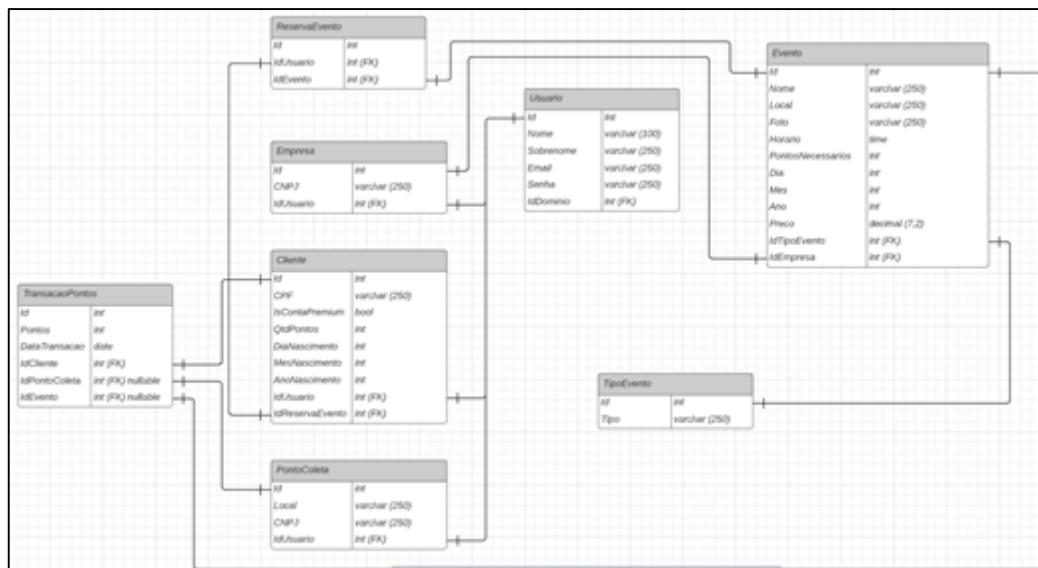
Figura 4: Diagrama de caso de uso - cliente e empresa



Fonte: Os autores, 2021.

5.2 Modelagem de Banco de Dados

Figura 5: Modelagem do banco de dados

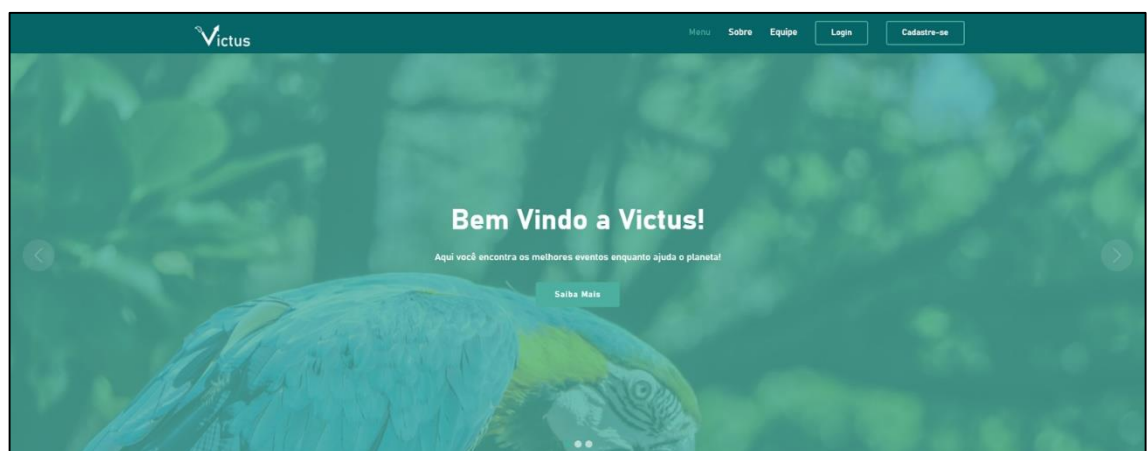


Fonte: Os autores, 2021.

5.3 Telas do Protótipo

Página inicial

Figura 5: Página Inicial



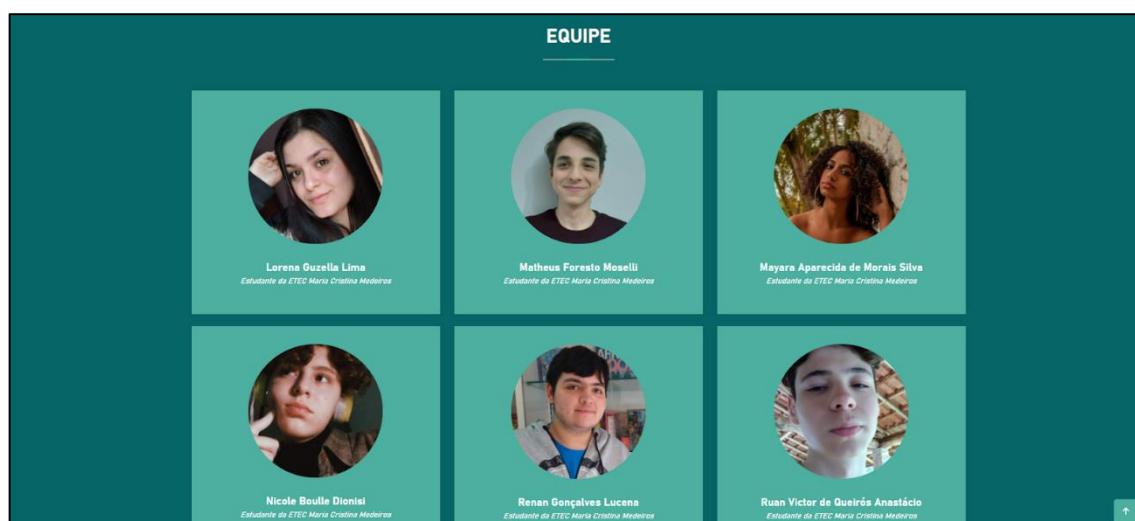
Fonte: Os autores, 2021.

Figura 6: Sobre o projeto



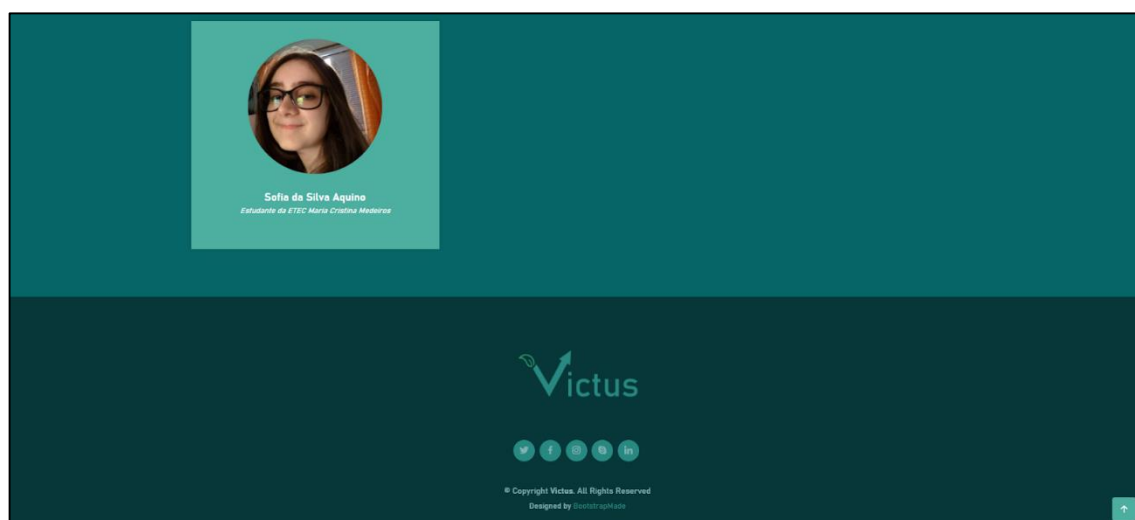
Fonte: Os autores, 2021.

Figura 7: Equipe



Fonte: Os autores, 2021.

Figura 8: Equipe (2)



Fonte: Os autores, 2021.

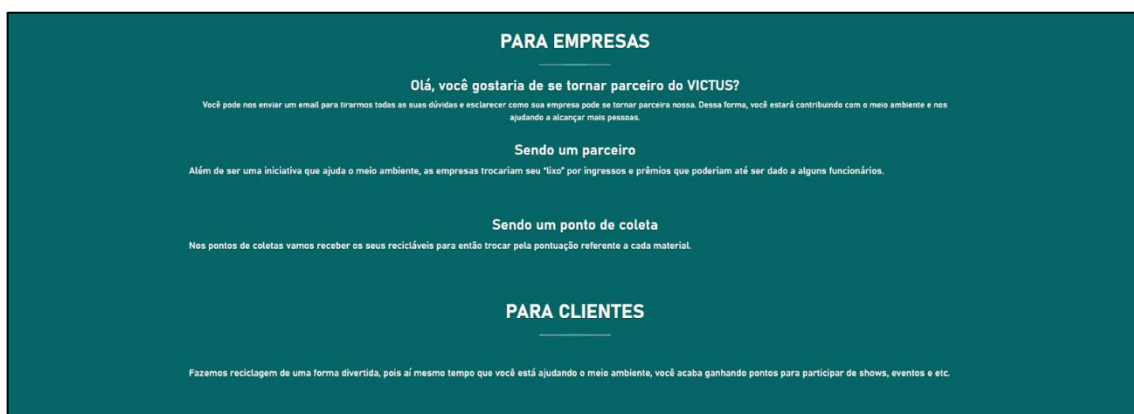
Cadastro

Figura 9: Página inicial do cadastro



Fonte: Os autores, 2021.

Figura 10: Informações sobre o cadastro



Fonte: Os autores, 2021.

Figura 11: Informações sobre o cadastro (2)

The screenshot shows a registration page for 'Victus' with a teal background. At the top, it says 'PARA CLIENTES'. Below that, a small line of text reads: 'Fazemos reciclagem de uma forma divertida, pois aí mesmo tempo que você está ajudando o meio ambiente, você acaba ganhando pontos para participar de shows, eventos e etc.' The main heading is 'Se interessou? Cadastre-se!' followed by 'Cadastrar-se como...'. There are three buttons: 'Cliente', 'Empresa', and 'Ponto de coleta'. At the bottom, there is the 'Victus' logo, social media icons for Twitter, Facebook, Instagram, and LinkedIn, and a footer with copyright information: '© Copyright Victus. All Rights Reserved. Designed by freemove.com.br'. A small green button with an upward arrow is in the bottom right corner.

Fonte: Os autores, 2021.

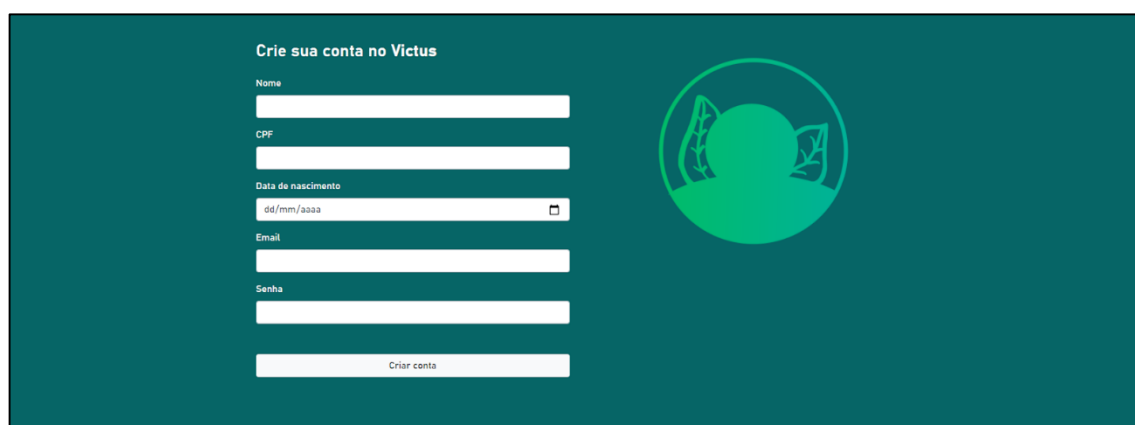
Cadastro do cliente

Figura 12: Chamada para o cadastro

The screenshot shows a registration page for 'Victus' with a teal background. The main heading is 'Junte pontos reciclando e vá em eventos!'. Below it, a paragraph reads: 'Com o Victus, é possível ir a eventos juntando seus resíduos recicláveis! Criando uma conta conosco, você terá uma nova motivação para reciclar.' There is a button labeled 'Saiba mais'. To the right, there is a graphic of a recycling symbol and a dollar sign. Below the main content, there is a section titled 'Dúvidas frequentes' with four questions listed: 'Onde vai ser os pontos de coleta?', 'Como vou saber a minha pontuação?', 'Como eu posso entrar como parceiros de vocês?', and 'Qual material pode ser reciclado?'. Each question has a corresponding input field for an answer.

Fonte: Os autores, 2021.


Figura 13: Cliente cria a conta



Crie sua conta no Victus

Nome

CPF

Data de nascimento 

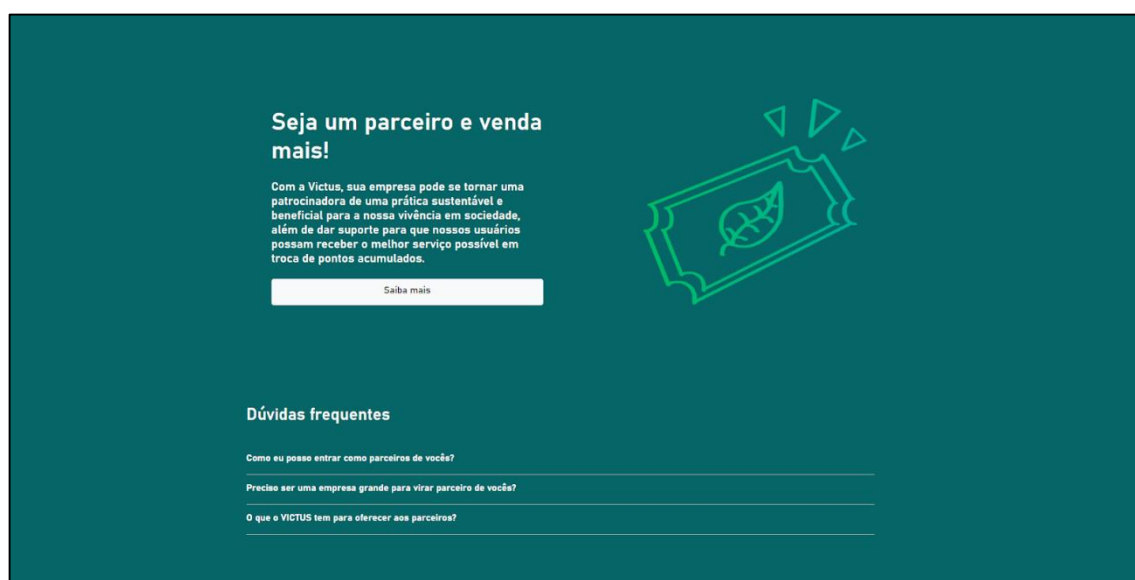
Email

Senha

Fonte: Os autores, 2021.

Cadastro do parceiro

Figura 14: Chamada para o parceiro



Seja um parceiro e venda mais!

Com a Victus, sua empresa pode se tornar uma patrocinadora de uma prática sustentável e benéfica para a nossa vivência em sociedade, além de dar suporte para que nossos usuários possam receber o melhor serviço possível em troca de pontos acumulados.

Dúvidas frequentes

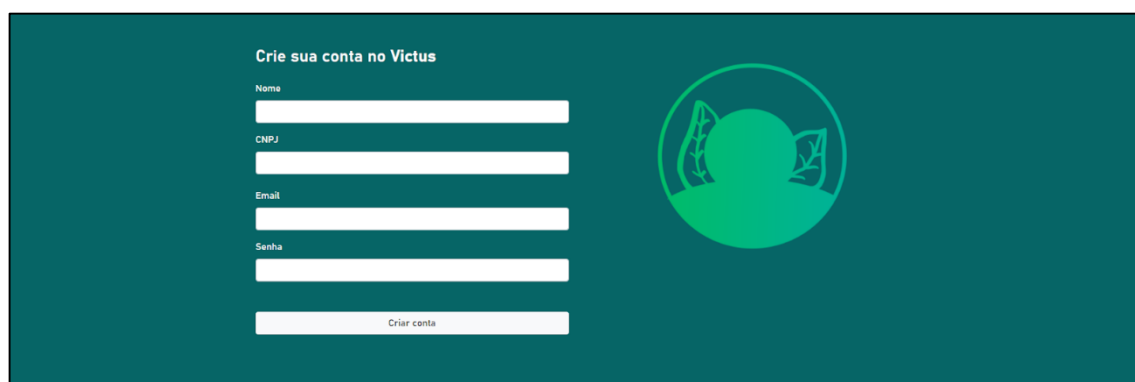
Como eu posso entrar como parceiros de vocês?

Preciso ser uma empresa grande para virar parceiro de vocês?

O que o VICTUS tem para oferecer aos parceiros?

Fonte: Os autores, 2021.

Figura 15: Cadastro do parceiro



Crie sua conta no Victus

Nome

CNPJ

Email

Senha

Fonte: Os autores, 2021.

Cadastro do ponto de coleta

Figura 16: Chamada do ponto de coleta



Fonte: Os autores, 2021

Figura 17: Ponto de coleta se cadastra

Crie sua conta no Victus

Nome

CNPJ

Logradouro

CEP

Bairro

Cidade

Estado

Email

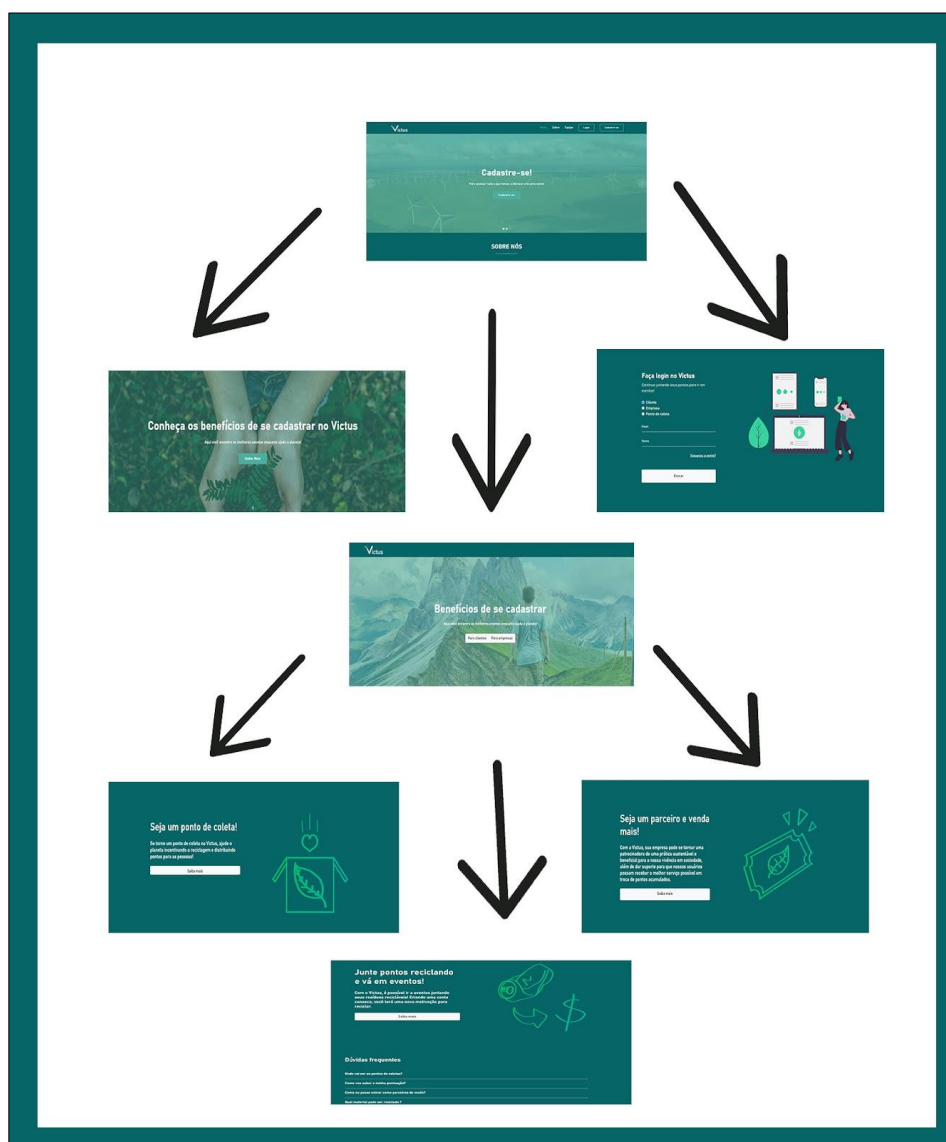
Senha

[Criar conta](#)

Fonte: Os autores, 2021.

5.4 Mapa do Site

Figura 18: Mapa do site



Fonte: Os autores, 2021.

5.5 Materiais e recursos necessários para o projeto

Nosso material principal para a produção do projeto são nossos computadores pessoais. O Victus não necessita não uma sede ou máquinas muito avançadas, principalmente porque nós somos apenas um veículo de propaganda e desenvolvimento para um serviço já existente. Nosso papel primário é a divulgação da reciclagem e parcerias com eventos.

Os recursos necessários para a continuação do projeto são: programa para fazer os códigos (usamos VS Studio Code); repositórios para o site (usamos

o GitHub); programa para fazer o design visual (usamos o Photoshop); domínio para deixar o site no ar (usamos o Heroku).

6 ASPECTOS ESTRATÉGICOS

6.1 Concorrência

6.1.1 Eventim

A EVENTIM é a líder do mercado europeu e a segunda maior empresa do mundo em vendas de ingressos. Com sede na Alemanha, a EVENTIM está presente em 26 países e comercializa mais de 100 milhões de ingressos para mais de 180.000 eventos por ano através do sistema desenvolvido e comercializado pelo Grupo EVENTIM.

Pontos fortes:

- Operam em vários países, tendo sede na maioria;
- Têm diversas operações de bilheteria, desde cinemas a shows de artistas e eventos de futebol;
- Crescem cada vez mais e não para de expandir.

Pontos fracos:

- Têm vários processos abertos por cobrança abusiva no valor do ingresso.

Nossos diferenciais:

- Ingressos têm valor reduzido por conta da troca de recicláveis por pontos;
- Planos premium permitem que apenas o lixo seja necessário para comprar um ingresso;
- Compra de ingressos incentiva a reciclagem.

6.1.2 Molécoola

É um jeito descomplicado de cuidar do planeta e da sociedade. O usuário se cadastra e leva seus recicláveis limpos e separados até o ponto de coleta

mais próximo. Lá, cada tipo de material vai gerar uma pontuação específica para que possa ser trocado pelos benefícios disponíveis.

Pontos fortes:

- O usuário junta material para reciclagem, troca por pontos, os acumula e troca por benefícios;
- Conseguiu grandes parcerias;
- Está crescendo gradativamente;
- Tem vários voluntários e colaboradores envolvidos.

Pontos fracos:

- Os materiais entregues estão todos misturados (papel, vidro, plástico etc.), sendo necessário separar, o que gera a perda do tempo;
- Os pontos de entrega dos materiais recicláveis estão fechados por causa da pandemia, o que está gerando certo prejuízo para quem investe no projeto.

Nossos diferenciais:

- Separação de materiais para a contagem de pontos – os pontos são diferentes para cada material;
- Planos premium permitem que apenas o lixo seja necessário para comprar um ingresso;
- Pontos de coleta próximos a nossa região;
- Eventos de todos os tipos disponíveis no site (esportivos, religiosos, festas, shows);
- Pessoas se divertem e ficam saudáveis enquanto ajudam o planeta;
- Compra de ingressos incentiva a reciclagem;
- Cidades ficam mais limpas.

6.1.3 Sympla

Uma plataforma online onde o usuário cria seu evento e coloca à venda seus ingressos pela internet. Ele mesmo cria, divulga e gerencia os participantes.

Pontos fortes:

- Site online para acessar de todos os lugares;
- Eventos online de graça;
- Aplicativo.

Pontos fracos:

- Sede apenas em Belo Horizonte – MG;
- Capital fechado.

Nossos diferenciais:

- Ingressos têm valor reduzido;
- Compra de ingressos incentiva a reciclagem.

6.1.4 Triciclo

A Triciclo é uma empresa privada com a missão de criar e operar soluções para o desenvolvimento sustentável, sendo pioneira na criação de um programa de fidelidade atrelado à coleta de embalagens pós consumo: o Programa de Fidelidade e Recompensas Retorna Machine.

Pontos fortes

- Os pontos Triciclos dão direito a desconto em contas de luz da Eletropaulo, crédito no Bilhete Único ou Cartão BOM, crédito no telefone pré-pago móvel, e/ou obter pontos no programa de fidelidade da Livraria Saraiva;
- Também é possível realizar a doação dos pontos para Instituições Filantrópicas auxiliadas pela Triciclo, como o Projeto Arrastão, a Casa do Zezinho e a Fundação Fenômenos;
- Aplicativo Retorna Machine permite que o usuário faça o cadastro no Triciclo e os seus pontos;
- Ecopontos.

Pontos fracos

- Ecoponto mais próximo em São Bernardo do Campo.

Nossos diferenciais:

- Pontos de coleta próximos a nossa região;

- Pessoas se divertem e ficam saudáveis enquanto ajudam o planeta;
- A compra de ingressos interessantes para o usuário incentiva a reciclagem.

6.2 Canais de comunicação

Os principais meios de divulgação serão feitos nas cidades, usando outdoors, busdoors e panfletos. Como grande parte do público alvo são adultos que trabalham grande parte do dia, não faria sentido usar redes sociais como principal forma de marketing, então divulgar a empresa em lugares públicos e movimentados foi a melhor solução.

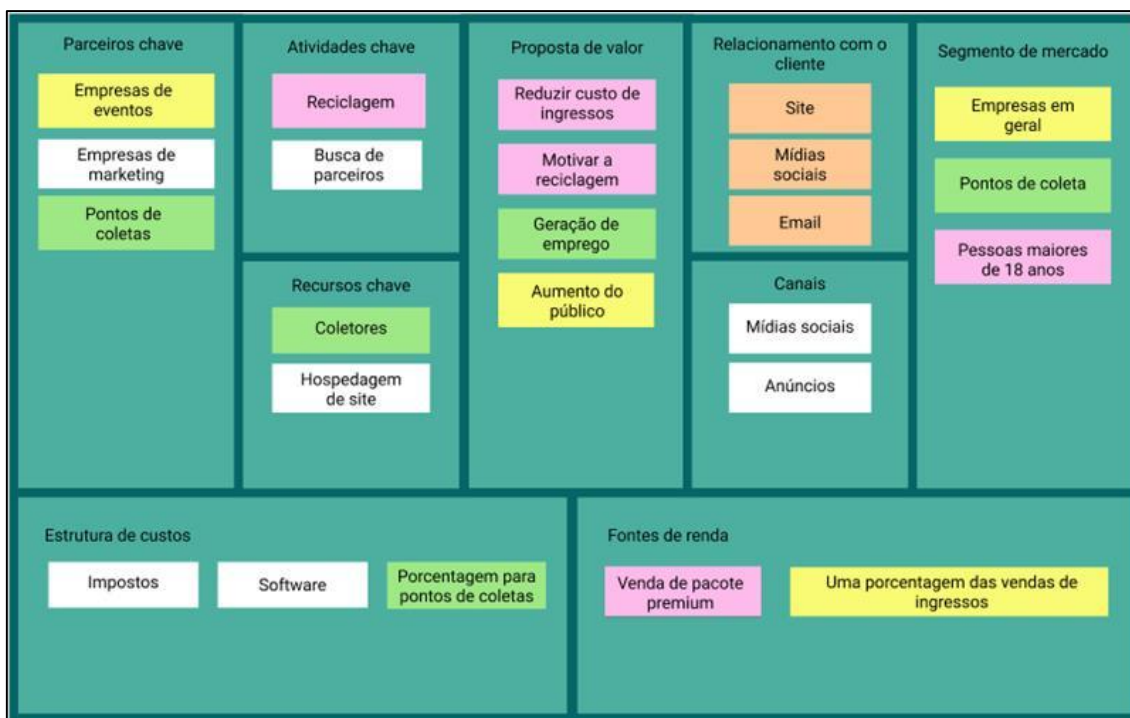
6.3 Canvas

Segundo Robson Camargo (2019), O método Canvas é uma ferramenta para inovação de modelos de negócios, que pode ser utilizada na criação de uma nova empresa ou em uma organização centenária, basta que seus gestores estejam dispostos a pensar colaborativamente em busca de novas soluções para os seus problemas.

“Robson Camargo diz que o Canvas tem como principal objetivo estruturar um modelo inovador de plano de negócios, trazendo praticidade e principalmente dinamicidade na análise das organizações.”. (Robson Camargo, 2019)

Essa ferramenta foi de extrema importância para a criação deste projeto, uma vez que, graças a ela, foi possível definir planos e estratégias financeiras e social. No Canvas está contido quais serão os Parceiros Chave, Atividades Chave, Recursos Chave, Relação com o cliente, Proposta de Valor, Canais de Divulgação, Segmento de Mercado, Estrutura de Custos e Fontes de Renda.

Figura 6: Canvas



Fonte: Os autores, 2021.

6.3.1 Público Alvo

O foco do projeto VICTUS está direcionado para empresas que produzem eventos, pontos de coleta, pessoas maiores de 18 anos que anseiam ir em eventos e pessoas que possuem o costume de reciclar. Foi observado que a maioria das pessoas reciclarão se tivessem um incentivo e que, muitas pessoas que já reciclam gostariam de receber algo em troca.

6.3.2 Proposta de valor

Para os usuários “comuns” do VICTUS (pessoas que reciclam com mais de 18 anos), foi proposto ingressos de eventos diversos mais baratos. Também possuirão o incentivo para reciclar.

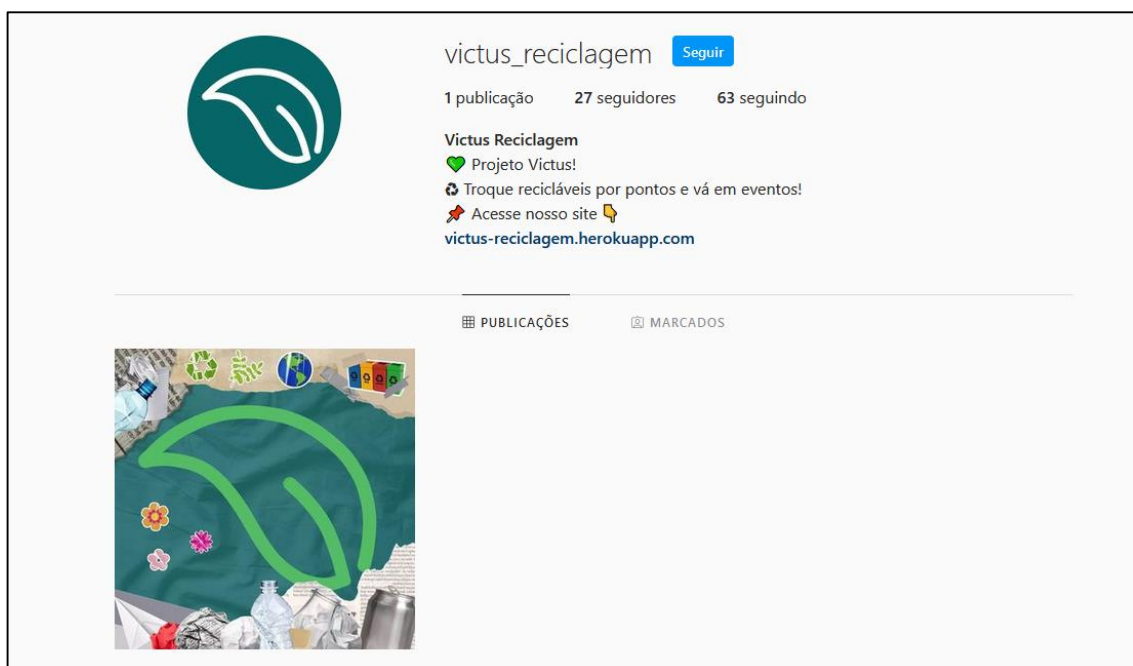
Para os pontos de coleta, foi proposto geração de emprego, uma vez que, quando todos começarem a levar seus lixos recicláveis para os pontos de coletas a demanda aumentará e, conseqüentemente, precisarão contratar mais funcionários.

Já para as empresas criadoras de eventos, foram propostos maior alcance, uma vez que pessoas antes não iriam por conta de falta de dinheiro, agora cogitam a ideia de gastar pontos para ir em seus eventos.

6.3.3 Canais de comunicação

O site será divulgado na rede social *Instagram*, uma vez que a maioria do nosso público alvo se encontra utilizando essa rede social. Nesta rede, serão postados diversas imagens promovendo reciclagens e os eventos com maior número de participantes, para instigar pessoas que ainda não usam a plataforma usarem. Também haverá um grande investimento em *outdoors*, *buzzdoors* e panfletos, para alcançar pessoas que não costuma usar redes sociais.

Figura 7: Instagram VICTUS Reciclagem



Fonte: Os autores, 2021.

6.3.4 Relacionamento com o cliente

Será utilizado o e-mail como principal linha de comunicação, para suporte à dúvidas do cliente e relatos de bugs da plataforma.

6.3.5 Fonte de receitas

Quadro 7: Faturamento mensal

| Produto/serviço | Estimativa de vendas | Preço unitário | Faturamento total |
|--|----------------------|----------------|-------------------|
| Cliques em propagandas (10% dos acessos) | 22.000 | R\$ 0,10 | R\$ 2.200,00 |
| Reciclagem nos pontos de coleta | 220.000 | R\$ 12,50 | R\$ 2.750.000,00 |
| Pacote premium | 220 | R\$ 30,00 | R\$ 6.600,00 |

Fonte: os autores, 2021.

Em relação ao item 1 (cliques em propagandas), os anúncios estarão disponíveis no site do projeto, onde 10% dos usuários clicarão em algum anunciante de seu interesse.

No item 2 (reciclagem nos pontos de coleta), uma porcentagem do dinheiro dos resíduos recicláveis coletados será direcionada para a empresa, tendo um lucro maior, já que todos os usuários do Victus reciclam.

No item 3 (pacote premium), apenas os usuários interessados comprariam o pacote, ainda que numa menor quantidade, assim sendo mais uma fonte de renda da empresa.

6.3.6 Recursos necessários

Para que o projeto seja consumado, é necessário que haja despesas para legalização, marketing, o pacote Adobe e licenças do Office, também chamados de investimentos pré-operacionais.

6.3.7 Principais atividades

Manter a parte de marketing sempre atualizada e assertiva, assim com o site, monitorando bugs e funcionalidades.

Dar apoio aos usuários, sendo parceiros, coletores ou clientes.

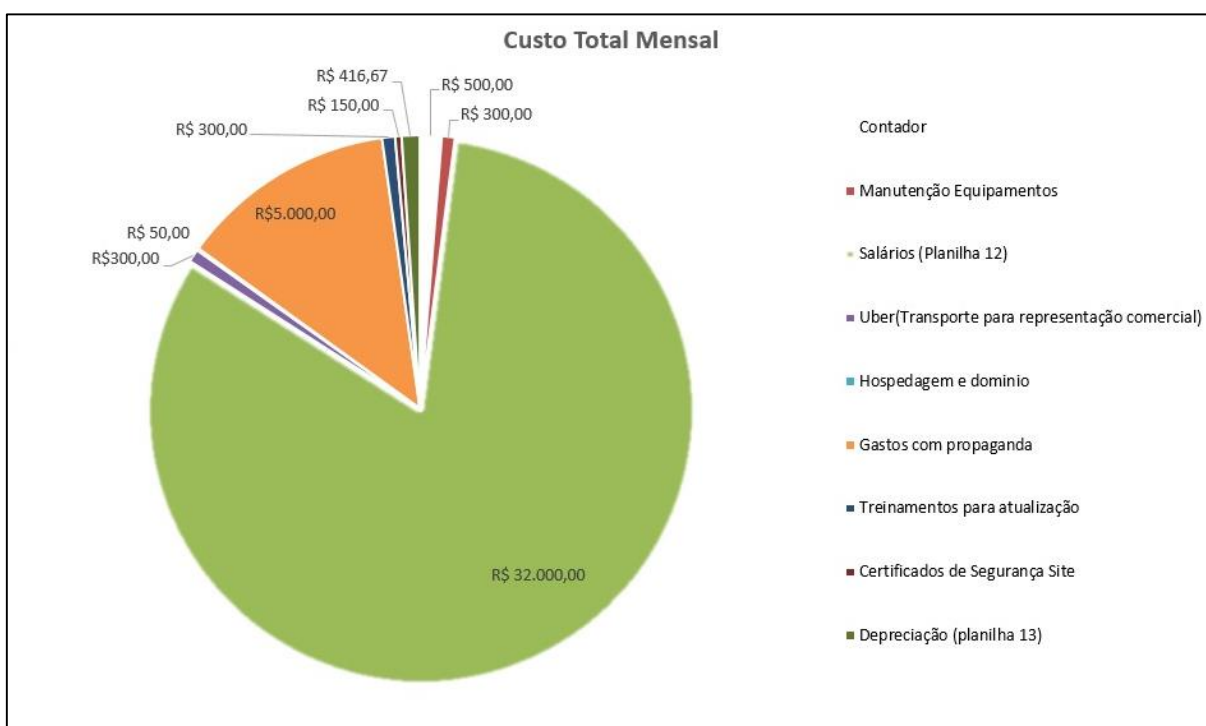
Procurar sempre fazer novas parcerias de ingressos a serem disponibilizados no site, para que a empresa ganhe fama, confiança do público e interesse em geral.

6.3.8 Parceiros

As parcerias do projeto seriam com instituições ou lojas que gostariam de recolher os resíduos recicláveis - anotando no sistema para conceder a pontuação para cada cliente e fazendo assim uma renda extra - e com empresas que fazem eventos diversos - casas de show, prefeituras, instituições religiosas, escolas etc.

6.3.9 Estrutura de custos

As estimativas de custos fixos operacionais mensais e dos custos variáveis foram baseadas numa projeção futura do funcionamento do projeto. Haverá despesas com os salários dos envolvidos, transporte, gastos com divulgação e propagandas, os certificados de segurança do site, com manutenção de equipamentos e com a hospedagem e domínio do site, somando o valor total seria em média R\$40.000,00.

Gráfico 9: Custos

Fonte: os autores, 2021

Ao final do capítulo colocar os resultados finais do Financeiro

7 CONCLUSÃO

Conclui-se que o projeto Victus é totalmente viável, levando em consideração que 90% dos potenciais clientes entrevistados gostaria de utilizar o serviço prestado pela empresa; já 75% das empresas entrevistadas seriam um ponto de coleta e 100% se interessam pelo serviço de diminuição do preço de ingressos.

Entre os problemas destacados na pesquisa de campo, os mais votados foram a falta de informação e a falta de suporte; evidenciando uma fácil resolução pelas soluções oferecidas pelo projeto.

Além desses, a maior parte dos entrevistados utiliza a coleta seletiva, ponto chave do serviço de reciclagem apresentado pela empresa, uma vez que é assim que a arrecadação de resíduos recicláveis ocorre.

Em relação a concorrência, a maioria não faz um serviço que beneficia o meio ambiente; e as empresas que utilizam a mesma ideia da reciclagem são pouco conhecidas, além de não contarem com as mesmas funcionalidades.

O Victus é o único que demonstra uma preocupação com a cultura, planeta, bem-estar social e geração de empregos ao mesmo tempo, aprovando a criação de eventos de diversos gêneros dentro da plataforma, reciclando lixo, permitindo o acesso à diversão e auxiliando pequenas empresas a crescerem utilizando o título de “ponto de coleta”.

Junto a isso, a viabilidade financeira do projeto também é alta, com um faturamento mensal de R\$ 2.758.800,00, com uma lucratividade de 68% (aproximadamente R\$ 1.875.000,00). Assim, a empresa devolveria o investimento em um mês.

BIBLIOGRAFIA

AMARO, Daniel. **97% do lixo do Brasil não é reciclado**. Disponível em: <<http://edicaodobrasil.com.br/2020/01/31/97-do-lixo-produzido-no-brasil-nao-e-reciclado/#:~:text=Segundo%20estimativa%20da%20Associação%20Brasileira,apenas%203%25%20é%20efetivamente%20reciclado>>. Acesso em março/2021.

Portal Época. **85% dos brasileiros não têm acesso à coleta seletiva, mostra estudo**. Disponível em <<https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/blog-do-planeta/noticia/2016/06/85-dos-brasileiros-nao-tem-acesso-coleta-seletiva-mostra-estudo.html>>. Acesso em março/2021.

MAURÍCIO, Talis; FORSTER, Paula. **Brasil deixa de ganhar R\$ 14 bilhões com reciclagem de lixo**. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/2020/08/04/brasil-deixa-de-ganhar-r-14-bilhoes-com-reciclagem-de-lixo>>. Acesso em março/2021.

FORLIN, Flávio; FARIA, José. **Considerações Sobre a Reciclagem de Embalagens Plásticas**. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-14282002000100006&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em março/2021.

GERBASE, Annelise; OLIVEIRA, Camila. **Reciclagem do lixo de informática: uma oportunidade para a química**. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0100-40422012000700035&script=sci_arttext#1a>. Acesso em março/2021.

SOUSA, Derlício et. al. **A IMPORTÂNCIA DA RECICLAGEM DO PAPEL NA MELHORIA DA QUALIDADE DO MEIO AMBIENTE**. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54495043/2016_-_ENEGEP__A_importancia_da_reciclagem_do_papel.pdf?1505997280=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DA_IMPORTANCIA_DA_RECICLAGEM_DO_PAPEL_NA.pdf&Expires=1616790802&Signature=RC6KvZdL1Coy~LhutTxeBMWckTyk4~Hcfet8hmML1BHKNTRKkuqhEwyeFzsi7aJf~DX7EluC0g~M9vo7bWzD7DxkH9YrF1mfW2YANhObxzcOCGsd8l4->

5mVlvOzu8c0VEoPDsK4NpshZy4E7qynITPLk4qv7vUm6rl2wB4zB38zA4zoPKJMDnjD3pRBRRcCsIIcrruqqV9FM9Woajl6PB9SCnFkREXCESkqYvClt~uQww3cM9ai-GdLQ5gJ0LYWgIh~RafrVsw~wfWfdkYoMDLuZF7Nh-s3KCIEeS2X4TgIKDwEbV29HFIB~pNYDD5DO7hZUH~n6HCdhNgcRzPttA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>. Acesso em março/2021.

RIBEIRO, Arthur et. al. **IMPACTOS AMBIENTAIS REFERENTES À NÃO COLETA DE LIXO E RECICLAGEM.** Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/fitsexatas/article/view/2136/1261>>. Acesso em março/2021.

LAYARGUES, Philippe. **O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental.** Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/613685/mod_resource/content/1/LAYARGUES_2002_O_cinismo_da_reciclagem.pdf>. Acesso em março/2021.

LEME, Simone. **COMPORTAMENTO DA POPULAÇÃO URBANA NO MANEJO DOS RESÍDUOS SÓLIDOS DOMICILIARES EM AQUIDAUANA – MS.** Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/geografia/article/view/2392/2266>>. Acesso em março/2021.

TAMMELIN, Tuija. **Falta de atividade física e excesso de tempo sentado: perigos para a saúde dos jovens?** Disponível em <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0021-75572009000400002&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em março/2021.

FERNANDES, Renata. **A educação que vem do lixo: Um estudo do programa “Piedade sem lixo” e a formação da cidadania ambiental.** Disponível em: <<http://revbea.emnuvens.com.br/revbea/article/view/1692/831>>. Acesso em março/2021.

DELBONO; RODRIGUES. **Os aspectos jurídicos da sustentabilidade na construção civil e a importância do incentivo governamental na utilização de materiais sustentáveis.** Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Joao-Calmon-2/publication/283854674_Caracterizacao_por_analise_de_imagem_de_agrega>

dos_miudos_provenientes_de_cascalho_de_perfuracao_de_pocos_de_petroleo/links/5648b05508ae9f9c13eb9d53/Caracterizacao-por-analise-de-imagem-de-agregados-miudos-provenientes-de-cascalho-de-perfuracao-de-pocos-de-petroleo.pdf#page=174>. Acesso em março/2021.

OLIVEIRA, Malvina et. al. **A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL NA ESCOLA E A RECICLAGEM DO LIXO ORGÂNICO.** Disponível em: <http://eduvaesl.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/OqT8ChKZ3qwitpp_2015-12-19-2-22-31.pdf>. Acesso em março/2021.

MOTTA, Rosângela. **Estudo laboratorial de agregado reciclado de resíduo sólido da construção civil para aplicação em pavimentação de baixo volume de tráfego.** Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3138/tde-19072006-114729/en.php>>. Acesso em março/2021.

TRIGUEIRO, André. **MUNDO SUSTENTÁVEL: abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação.** Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=JGuWT7mLVgUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=info:oA9_0sTjpGAJ:scholar.google.com/&ots=yWz37_6D-&sig=BTLU5ojZuJ25Eb30iUFhPmPD4tE#v=onepage&q=entranhas&f=false>. Acesso em março/2021.

MIZUNO, S. **Gerência para melhoria de qualidade: As Setes Novas Ferramentas de Controle de Qualidade.** Disponível em: <https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=+Ger%C3%A2ncia+para+melhoria+da+qualidade:+As+Setes+Novas+Ferramentas+de+Controle+da+Qualidade&author=MIZUNO+S.&publication_year=1993>. Acesso em maio/2021.

CÂNDIDO, Ana Clara et. al. **Mapa de Empatia para os Estudos de Usuários da Informação: proposta de abordagem interdisciplinar.** Disponível em: <<https://www.seer.furg.br/biblos/article/view/8204>>. Acesso em maio/2021

Portal MJV. **Design Thinking: o que são Cadernos de Sensibilização.** Disponível em: <<https://www.mjvinnovation.com/pt-br/blog/design-thinking-que-sao-cadernos-sensibilizacao/>>. Acesso em maio/2021.

Portal Xperience Design. **Imersão: o início de um bom projeto.** Disponível em: <<http://www.xperiencedesign.com.br/imersao-o-inicio-de-um-bom-projeto/>>. Acesso em junho/2021.

Portal Xperience Design. **Design Thinking.** Disponível em <<http://www.xperiencedesign.com.br/category/design-thinking/>>. Acesso em junho/2021.

Portal Liga Insights. **Ideação: o que é, conceito e como realizar na prática.** Disponível em <<https://insights.liga.ventures/inovacao/ideacao/>>. Acesso em maio/2021.

Aela.io. **Jornada do usuário.** Disponível em: <<https://medium.com/aela/jornada-do-usu%C3%A1rio-o-que-%C3%A9-e-suaimport%C3%A2ncia-em-ux-design-f8ac0cb025ca/>>. Acesso em: junho/2021.

VIANNA, Mauricio et al. **Design Thinking: inovação em negócios.** Rio de Janeiro, RJ. MJV Press, 2012.

Portal MJV. **Fases do Design Thinking: entenda o que é e como funciona cada etapa.** Disponível em: <<https://www.mjvinnovation.com/pt-br/blog/fases-design-thinking/>>. Acesso em setembro/2021.

Portal Medium. **Mapa de atores.** Disponível em <<https://medium.com/@meryennmsf/uxtools-mapa-de-atores-780430c17aef>>. Acesso em setembro/2021.

Portal Migre Seu Negócio. **Golden Circle.** Disponível em <<https://migreseunegocio.com.br/golden-circle/>>. Acesso em setembro/2021.

Portal Aevo. **Brainstorm: Saiba o que significa e a importância da primeira sessão.** Disponível em: <<https://blog.aevo.com.br/brainstorm-saiba-o-que-significa-e-a-importancia-da-primeira-sessao/>>. Acesso em setembro/2021

CAMARGO, Robson. **O que é canvas? E como pode auxiliar em seus projetos.** Disponível em: <<https://robsoncamargo.com.br/blog/O-que-e-Canvas/>>. Acesso em outubro/2021.

Portal MJV. **Protótipos de Papel no Design Thinking.** Disponível em: <<https://www.mjvinnovation.com/pt-br/blog/prototipos-de-papel-no-design-thinking/>>. Acesso em outubro/2021

Portal LucidChart. **Diagrama de caso de uso UML: O que é, como fazer e exemplos.** Disponível em: <<https://www.lucidchart.com/pages/pt/diagrama-de-caso-de-uso-uml>>. Acesso em outubro/2021

APÊNDICE A – TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO SITE

Termos e condições de uso do site ou blog

Este documento, e todo o conteúdo do site é oferecido por Victus com o endereço <https://victus-reciclagem.herokuapp.com/>, neste termo representado apenas por "EMPRESA", que regulamenta todos os direitos e obrigações com todos que acessam o site, denominado neste termo como "VISITANTE", reguardado todos os direitos previstos na legislação, trazem as cláusulas abaixo como requisito para acesso e visita do mesmo.

A permanência no website implica-se automaticamente na leitura e aceitação tácita do presente termo de uso a seguir. Este termo foi atualizado pela última vez em 14 de setembro de 2021.

1. DA FUNÇÃO DO SITE

Este site foi criado e desenvolvido com a função de trazer conteúdo informativo de alta qualidade, a venda de produtos físicos, digitais e a divulgação de prestação de serviço. A EMPRESA busca através da criação de conteúdo de alta qualidade, desenvolvido por profissionais da área, trazer o conhecimento ao alcance de todos, assim como a divulgação dos próprios serviços.

Nesta plataforma, poderá ser realizado tanto a divulgação de material original de alta qualidade, assim como a divulgação de produtos de e-commerce.

Todo o conteúdo presente neste site foi desenvolvido buscando fontes e materiais de confiabilidade, assim como são baseados em estudos sérios e respeitados, através de pesquisa de alta nível.

Todo o conteúdo é atualizado periodicamente, porém, pode conter em algum artigo, vídeo ou imagem, alguma informação que não reflita a verdade atual, não podendo a EMPRESA ser responsabilizada de nenhuma forma ou meio por qualquer conteúdo que não esteja devidamente atualizado.

É de responsabilidade do usuário de usar todas as informações presentes no site com senso crítico, utilizando apenas como fonte de informação, e sempre buscando especialistas da área para a solução concreta do seu conflito.

2. DO ACEITE DOS TERMOS

Este Termo especifica e exige que todo usuário ao acessar o site da EMPRESA, leia e compreenda todas as cláusulas desse, visto que ele estabelece entre a EMPRESA e o VISITANTE direitos e obrigações entre ambas as partes, aceitos expressamente pelo VISITANTE a permanecer navegando no site da EMPRESA.

Ao continuar acessando o site, o VISITANTE expressa que aceita e entende todas as cláusulas, assim como concorda integralmente com cada uma

delas, sendo este aceite imprescindível para a permanência na mesma. Caso o VISITANTE discorde de alguma cláusula ou termo deste contrato, o mesmo deve imediatamente interromper sua navegação de todas as formas e meios.

Este termo pode e irá ser atualizado periodicamente pela EMPRESA, que se resguarda no direito de alteração, sem qualquer tipo de aviso prévio e comunicação. É importante que o VISITANTE confira sempre se houve movimentação e qual foi a última atualização desse no começo da página.

3. DO GLOSSÁRIO

Este termo pode conter algumas palavras específicas que podem não de conhecimento geral. Entre elas:

- **VISITANTE:** Todo e qualquer usuário do site, de qualquer forma e meio, que acesse através de computador, notebook, tablet, celular ou quaisquer outros meios, o website ou plataforma da empresa.
- **NAVEGAÇÃO:** O ato de visitar páginas e conteúdo do website ou plataforma da empresa.
- **COOKIES:** Pequenos arquivos de textos gerados automaticamente pelo site e transmitido para o navegador do visitante, que servem para melhorar a usabilidade do visitante.
- **LOGIN:** Dados de acesso do visitante ao realizar o cadastro junto a EMPRESA, dividido entre usuário e senha, que dá acesso a funções restritas do site.
- **HIPERLINKS:** São links clicáveis que podem aparecer pelo site ou no conteúdo, que levam para outra página da EMPRESA ou site externo.
- **OFFLINE:** Quando o site ou plataforma se encontra indisponível, não podendo ser acessado externamente por nenhum usuário.

Em caso de dúvidas sobre qualquer palavra utilizada neste termo, o VISITANTE deverá entrar em contato com a EMPRESA através dos canais de comunicação encontradas no site.

4. DO ACESSO AO SITE

O Site e plataforma funcionam normalmente 24 (vinte e quatro) horas por dia, porém podem ocorrer pequenas interrupções de forma temporária para ajustes, manutenção, mudança de servidores, falhas técnicas ou por ordem de força maior, que podem deixar o site indisponível por tempo limitado.

A EMPRESA não se responsabiliza por nenhuma perda de oportunidade ou prejuízos que esta indisponibilidade temporária possa gerar aos usuários.

Em caso de manutenção que exigirem um tempo maior, a EMPRESA irá informar previamente aos clientes da necessidade e do tempo previsto em que o site ou plataforma ficará offline.

O acesso ao site só é permitido a maiores de 18 anos de idade ou que possuam capacidade civil plena. Para acesso de menores de idade, é

necessária a expressa autorização dos pais ou tutores, ficando o mesmo responsáveis sobre qualquer compra ou acesso efetuados desse.

Caso seja necessário realizar um cadastro junto a plataforma, onde o VISITANTE deverá preencher um formulário com seus dados e informações, para ter acesso a alguma parte restrita, ou realizar alguma compra.

Todos os dados estão protegidos conforme a Lei Geral de Proteção de Dados, e ao realizar o cadastro junto ao site, o VISITANTE concorda integralmente com a coleta de dados conforme a Lei e com a Política de Privacidade da EMPRESA.

5. DA LICENÇA DE USO E CÓPIA

O visitante poderá acessar todo o conteúdo do website, como artigos, vídeos, imagens, produtos e serviços, não significando nenhum tipo de cessão de direito ou permissão de uso, ou de cópia desse.

Todos os direitos são preservados, conforme a legislação brasileira, principalmente na Lei de Direitos Autorais (regulamentada na Lei nº 9.610/18), assim como no Código Civil brasileiro (regulamentada na Lei nº 10.406/02), ou quaisquer outras legislações aplicáveis.

Todo o conteúdo do site é protegido por direitos autorais, e seu uso, cópia, transmissão, venda, cessão ou revenda, deve seguir a lei brasileira, tendo a EMPRESA todos os seus direitos reservados, e não permitindo a cópia ou utilização de nenhuma forma e meio, sem autorização expressa e por escrita da mesma.

A EMPRESA poderá em casos concretos permitir pontualmente exceções a este direito, que serão claramente destacados no mesmo, com a forma e permissão de uso do conteúdo protegido. Este direito é revogável e limitado as especificações de cada caso.

6. DAS OBRIGAÇÕES

O VISITANTE ao utilizar o website da EMPRESA, concorda integralmente em:

- De nenhuma forma ou meio realizar qualquer tipo de ação que tente invadir, hacker, destruir ou prejudicar a estrutura do site, plataforma da EMPRESA ou de seus parceiros comerciais. Incluindo-se, mas não se limitando, ao envio de vírus de computador, de ataques de DDOS, de acesso indevido por falhas dessa ou quaisquer outras forma e meio.
- De não realizar divulgação indevida nos comentários do site de conteúdo de SPAM, empresas concorrentes, vírus, conteúdo que não possua direitos autorais ou quaisquer outros que não seja pertinente a discussão daquele texto, vídeo ou imagem.

- Da proibição em reproduzir qualquer conteúdo do site ou plataforma sem autorização expressa, podendo responder civil e criminalmente desse.
- Com a Política de Privacidade do site, assim como tratamos os dados referentes ao cadastro e visita no site, podendo a qualquer momento e forma, requerer a exclusão desses, através do formulário de contato.

7. DA MONETIZAÇÃO E PUBLICIDADE

A EMPRESA pode alugar ou vender espaços publicitários na plataforma, ou no site, diretamente aos anunciantes, ou através de empresas especializadas com o AdSense (Google), Taboola, ou outras plataformas de publicidade.

Essas publicidades não significam nenhuma forma endosso ou responsabilidade pelos mesmos, ficando o VISITANTE responsável pelas compras, visitas, acessos ou quaisquer ações referentes as estas empresas.

Todas as propagandas no site ou plataforma serão claramente destacadas como publicidade, como forma de disclaimer da EMPRESA e de conhecimento do VISITANTE.

Estes anúncios podem ser selecionados pela empresa de publicidade automaticamente, conforme as visitas recentes do VISITANTE, assim como baseado no seu histórico de busca, conforme as políticas de acesso da plataforma.

9. DOS TERMOS GERAIS

O Site irá apresentar hiperlinks durante toda a sua navegação, que podem levar diretamente para outra página da EMPRESA ou para sites externos.

Apesar da EMPRESA apenas criar links para sites externos de extrema confiança, caso o usuário acesse um site externo, a EMPRESA não tem nenhuma responsabilidade pelo meio, sendo uma mera indicação de complementação de conteúdo, ficando o mesmo responsável pelo acesso, assim como sobre quaisquer ações que realizem neste site.

Este documento, chamado "Termos de Uso", aplicáveis a todos os visitantes do site, e desenvolvido pelo Advogado Diego Castro (OAB/PI 15.613), foi modificado com permissão para este site.

Em caso que ocorra eventuais conflitos judiciais entre o VISITANTE e a EMPRESA, o foro elegido para a devida ação será o da comarca da Empresa, mesmo que haja outro mais privilegiado.

Este Termo de uso é valido a partir de 14 de setembro de 2021.

Este site é mantido e operado por Victus.

POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Cliente

Nós coletamos e utilizamos alguns dados pessoais que pertencem àqueles que utilizam nosso site. Ao fazê-lo, agimos na qualidade de controlador desses dados e estamos sujeitos às disposições da Lei Federal n. 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD). Nós cuidamos da proteção de seus dados pessoais e, por isso, disponibilizamos esta política de privacidade, que contém informações importantes sobre:

- Quem deve utilizar nosso site
- Quais dados coletamos e o que fazemos com eles;
- Seus direitos em relação aos seus dados pessoais; e
- Como entrar em contato conosco.

1. Quem deve utilizar nosso site

Nosso site só deve ser utilizado por pessoas com mais de dezoito anos de idade. Sendo assim, crianças e adolescentes não devem utilizá-lo.

2. Dados que coletamos e motivos da coleta

Nosso site coleta e utiliza alguns dados pessoais de nossos usuários, de acordo com o disposto nesta seção.

1. Dados pessoais fornecidos expressamente pelo usuário

Nós coletamos os seguintes dados pessoais que nossos usuários nos fornecem expressamente ao utilizar nosso site:

Nome

CPF

Data de Nascimento

Endereço de Email

A coleta destes dados ocorre nos seguintes momentos:

No momento da criação da criação da conta do usuário (cadastro).

(Os dados fornecidos por nossos usuários são coletados com as seguintes finalidades:

Todos os dados coletados no momento do cadastro são necessários para a uso do Aplicativo.

2. Dados sensíveis

Não serão coletados dados sensíveis de nossos usuários, assim entendidos aqueles definidos nos arts.11 e seguintes da Lei de Proteção de Dados Pessoais. Assim, não haverá coleta de dados sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

3. Coleta de dados não previstos expressamente

Eventualmente, outros tipos de dados não previstos expressamente nesta Política de Privacidade poderão ser coletados, desde que sejam fornecidos com o consentimento do usuário, ou, ainda, que a coleta seja permitida com fundamento em outra base legal prevista em lei.

Em qualquer caso, a coleta de dados e as atividades de tratamento dela decorrentes serão informadas os usuários do site.

3. Compartilhamento de dados pessoais com terceiros

Nós compartilhamos alguns dos dados pessoais mencionados nesta seção com terceiros.

Os dados compartilhados são os seguintes:

Nome

Os dados são compartilhados para:

Empresas e Pontos de coleta parceiros do projeto

Estes dados são compartilhados pelas seguintes razões e para as seguintes finalidades:

Somente serão repassadas para os parceiros as informações sobre o cliente que são requeridas para o funcionamento do site.

Além das situações aqui informadas, é possível que compartilhem dados com terceiros para cumprir alguma determinação legal ou regulatória, ou, ainda, para cumprir alguma ordem expedida por autoridade pública. Em qualquer caso, o compartilhamento de dados pessoais observará todas as leis e regras

aplicáveis, buscando sempre garantir a segurança dos dados de nossos usuários, observados os padrões técnicos empregados no mercado.

4. Por quanto tempo seus dados pessoais serão armazenados

Os dados pessoais coletados pelo site são armazenados e utilizados por período que corresponda ao necessário para atingir as finalidades elencadas neste documento e que considere os direitos de seus titulares, os direitos do controlador do site e as disposições legais ou regulatórias aplicáveis. Uma vez expirados os períodos de armazenamento dos dados pessoais, eles são removidos de nossas bases de dados ou anonimizados, salvo nos casos em que houver a possibilidade ou a necessidade de armazenamento em virtude de disposição legal ou regulatória

5. Bases legais para o tratamento de dados pessoais

Cada operação de tratamento de dados pessoais precisa ter um fundamento jurídico, ou seja, uma base legal, que nada mais é que uma justificativa que a autorize, prevista na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

6. Medidas de segurança no tratamento de dados pessoais

Empregamos medidas técnicas e organizativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações de destruição, perda, extravio ou alteração desses dados. As medidas que utilizamos levam em consideração a natureza dos dados, o contexto e a finalidade do tratamento, os riscos que uma eventual violação geraria para os direitos e liberdades do usuário, e os padrões atualmente empregados no mercado por empresas semelhantes à nossa.

Entre as medidas de segurança adotadas por nós, destacamos as seguintes:

Armazenamento de Senha através de Tokens de segurança

Ainda que adote tudo o que está ao seu alcance para evitar incidentes de segurança, é possível que ocorra algum problema motivado exclusivamente por um terceiro - como em caso de ataques de hackers, crackers ou, ainda, em caso de culpa exclusiva do usuário, que ocorre, por exemplo, quando ele mesmo transfere seus dados a terceiro. Assim, embora sejamos, em geral, responsáveis

pelos dados pessoais que tratamos, nos eximimos de responsabilidade caso ocorra uma situação excepcional como essas, sobre as quais não temos nenhum tipo de controle. De qualquer forma, caso ocorra qualquer tipo de incidente de segurança que possa gerar risco ou dano relevante para qualquer de nossos usuários, comunicaremos os afetados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados acerca do ocorrido, em conformidade com o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados.

7. Alterações nesta política

A presente versão desta Política de Privacidade foi atualizada pela última vez em: 28/10/2021

Reservamo-nos o direito de modificar, a qualquer momento, as presentes normas, especialmente para adaptá-las às eventuais alterações feitas em nosso site, seja pela disponibilização de novas funcionalidades, seja pela supressão ou modificação daquelas já existentes.

Sempre que houver uma modificação, nossos usuários serão notificados acerca da mudança.

8. Como entrar em contato conosco

Para esclarecer quaisquer dúvidas sobre esta Política de Privacidade ou sobre os dados pessoais que tratamos, entre em contato com nosso Encarregado de Proteção de Dados Pessoais, por algum dos canais mencionados abaixo:

E-mail: vlctus.reciclagem@gmail.com

Telefone: +5540028922

Endereço postal: 09370-840

Ponto de coleta

Nós coletamos e utilizamos alguns dados pessoais que pertencem àqueles que utilizam nosso site. Ao fazê-lo, agimos na qualidade de controlador desses dados e estamos sujeitos às disposições da Lei Federal n. 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD). Nós cuidamos da proteção de seus dados pessoais e, por isso, disponibilizamos esta política de privacidade, que contém informações importantes sobre:

- Quem deve utilizar nosso site

- Quais dados coletamos e o que fazemos com eles;
- Seus direitos em relação aos seus dados pessoais; e
- Como entrar em contato conosco.

1. Quem deve utilizar nosso site

Nosso site só deve ser utilizado por pessoas com mais de dezoito anos de idade. Sendo assim, crianças e adolescentes não devem utilizá-lo.

2. Dados que coletamos e motivos da coleta

Nosso site coleta e utiliza alguns dados pessoais de nossos usuários, de acordo com o disposto nesta seção.

1. Dados pessoais fornecidos expressamente pelo usuário

Nós coletamos os seguintes dados pessoais que nossos usuários nos fornecem expressamente ao utilizar nosso site:

Nome

CNPJ

Logradouro

CEP

Bairro

Cidade

Estado

Endereço de email

A coleta destes dados ocorre nos seguintes momentos:

No momento da criação da criação da conta do usuário (cadastro).

(Os dados fornecidos por nossos usuários são coletados com as seguintes finalidades: Todos os dados coletados no momento do cadastro são necessários para a uso do Aplicativo.

2. Dados sensíveis

Não serão coletados dados sensíveis de nossos usuários, assim entendidos aqueles definidos nos arts.11 e seguintes da Lei de Proteção de Dados Pessoais. Assim, não haverá coleta de dados sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização

de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

3. Coleta de dados não previstos expressamente

Eventualmente, outros tipos de dados não previstos expressamente nesta Política de Privacidade poderão ser coletados, desde que sejam fornecidos com o consentimento do usuário, ou, ainda, que a coleta seja permitida com fundamento em outra base legal prevista em lei.

Em qualquer caso, a coleta de dados e as atividades de tratamento dela decorrentes serão informadas aos usuários do site.

3. Compartilhamento de dados pessoais com terceiros

Nós compartilhamos alguns dos dados pessoais mencionados nesta seção com terceiros.

Os dados compartilhados são os seguintes:

Nome

Logradouro

Bairro

Cidade

Estado

Os dados são compartilhados para:

Usuários do projeto

Estes dados são compartilhados pelas seguintes razões e para as seguintes finalidades:

Somente serão repassadas para os usuários as informações sobre o ponto de coleta que são requeridas para o funcionamento do site.

Além das situações aqui informadas, é possível que compartilhem dados com terceiros para cumprir alguma determinação legal ou regulatória, ou, ainda, para cumprir alguma ordem expedida por autoridade pública. Em qualquer caso, o compartilhamento de dados pessoais observará todas as leis e regras aplicáveis, buscando sempre garantir a segurança dos dados de nossos usuários, observados os padrões técnicos empregados no mercado.

4. Por quanto tempo seus dados pessoais serão armazenados

Os dados pessoais coletados pelo site são armazenados e utilizados por período que corresponda ao necessário para atingir as finalidades elencadas neste documento e que considere os direitos de seus titulares, os direitos do controlador do site e as disposições legais ou regulatórias aplicáveis. Uma vez expirados os períodos de armazenamento dos dados pessoais, eles são removidos de nossas bases de dados ou anonimizados, salvo nos casos em que houver a possibilidade ou a necessidade de armazenamento em virtude de disposição legal ou regulatória

5. Bases legais para o tratamento de dados pessoais

Cada operação de tratamento de dados pessoais precisa ter um fundamento jurídico, ou seja, uma base legal, que nada mais é que uma justificativa que a autorize, prevista na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

6. Medidas de segurança no tratamento de dados pessoais

Empregamos medidas técnicas e organizativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações de destruição, perda, extravio ou alteração desses dados. As medidas que utilizamos levam em consideração a natureza dos dados, o contexto e a finalidade do tratamento, os riscos que uma eventual violação geraria para os direitos e liberdades do usuário, e os padrões atualmente empregados no mercado por empresas semelhantes à nossa.

Entre as medidas de segurança adotadas por nós, destacamos as seguintes:

Armazenamento de Senha através de Tokens de segurança

Ainda que adote tudo o que está ao seu alcance para evitar incidentes de segurança, é possível que ocorra algum problema motivado exclusivamente por um terceiro - como em caso de ataques de hackers, crackers ou, ainda, em caso de culpa exclusiva do usuário, que ocorre, por exemplo, quando ele mesmo transfere seus dados a terceiro. Assim, embora sejamos, em geral, responsáveis pelos dados pessoais que tratamos, nos eximimos de responsabilidade caso ocorra uma situação excepcional como essas, sobre as quais não temos nenhum

tipo de controle. De qualquer forma, caso ocorra qualquer tipo de incidente de segurança que possa gerar risco ou dano relevante para qualquer de nossos usuários, comunicaremos os afetados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados acerca do ocorrido, em conformidade com o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados.

7. Alterações nesta política

A presente versão desta Política de Privacidade foi atualizada pela última vez em: 28/10/2021

Reservamo-nos o direito de modificar, a qualquer momento, as presentes normas, especialmente para adaptá-las às eventuais alterações feitas em nosso site, seja pela disponibilização de novas funcionalidades, seja pela supressão ou modificação daquelas já existentes.

Sempre que houver uma modificação, nossos usuários serão notificados acerca da mudança.

8. Como entrar em contato conosco

Para esclarecer quaisquer dúvidas sobre esta Política de Privacidade ou sobre os dados pessoais que tratamos, entre em contato com nosso Encarregado de Proteção de Dados Pessoais, por algum dos canais mencionados abaixo:

E-mail: victus.reciclagem@gmail.com

Telefone: +5540028922

Endereço postal: 09370-840

Empresas

Nós coletamos e utilizamos alguns dados pessoais que pertencem àqueles que utilizam nosso site. Ao fazê-lo, agimos na qualidade de controlador desses dados e estamos sujeitos às disposições da Lei Federal n. 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD). Nós cuidamos da proteção de seus dados pessoais e, por isso, disponibilizamos esta política de privacidade, que contém informações importantes sobre:

- Quem deve utilizar nosso site
- Quais dados coletamos e o que fazemos com eles;

- Seus direitos em relação aos seus dados pessoais; e
- Como entrar em contato conosco.

1. Quem deve utilizar nosso site

Nosso site só deve ser utilizado por pessoas com mais de dezoito anos de idade. Sendo assim, crianças e adolescentes não devem utilizá-lo.

2. Dados que coletamos e motivos da coleta

Nosso site coleta e utiliza alguns dados pessoais de nossos usuários, de acordo com o disposto nesta seção.

1. Dados pessoais fornecidos expressamente pelo usuário

Nós coletamos os seguintes dados pessoais que nossos usuários nos fornecem expressamente ao utilizar nosso site:

Nome

CNPJ

Endereço de Email

A coleta destes dados ocorre nos seguintes momentos:

No momento da criação da criação da conta do usuário (cadastro).

(Os dados fornecidos por nossos usuários são coletados com as seguintes finalidades:

Todos os dados coletados no momento do cadastro são necessários para a uso do Aplicativo.

2. Dados sensíveis

Não serão coletados dados sensíveis de nossos usuários, assim entendidos aqueles definidos nos arts.11 e seguintes da Lei de Proteção de Dados Pessoais. Assim, não haverá coleta de dados sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

3. Coleta de dados não previstos expressamente

Eventualmente, outros tipos de dados não previstos expressamente nesta Política de Privacidade poderão ser coletados, desde que sejam fornecidos com

o consentimento do usuário, ou, ainda, que a coleta seja permitida com fundamento em outra base legal prevista em lei.

Em qualquer caso, a coleta de dados e as atividades de tratamento dela decorrentes serão informadas aos usuários do site.

3. Compartilhamento de dados pessoais com terceiros

Nós compartilhamos alguns dos dados pessoais mencionados nesta seção com terceiros.

Os dados compartilhados são os seguintes:

Nome da empresa

Localização do evento

Os dados são compartilhados para:

Usuários do projeto

Estes dados são compartilhados pelas seguintes razões e para as seguintes finalidades:

Somente serão repassadas para os usuários as informações sobre a empresa que são requeridas para o funcionamento do site.

Além das situações aqui informadas, é possível que compartilhem dados com terceiros para cumprir alguma determinação legal ou regulatória, ou, ainda, para cumprir alguma ordem expedida por autoridade pública. Em qualquer caso, o compartilhamento de dados pessoais observará todas as leis e regras aplicáveis, buscando sempre garantir a segurança dos dados de nossos usuários, observados os padrões técnicos empregados no mercado.

4. Por quanto tempo seus dados pessoais serão armazenados

Os dados pessoais coletados pelo site são armazenados e utilizados por período que corresponda ao necessário para atingir as finalidades elencadas neste documento e que considere os direitos de seus titulares, os direitos do controlador do site e as disposições legais ou regulatórias aplicáveis. Uma vez expirados os períodos de armazenamento dos dados pessoais, eles são removidos de nossas bases de dados ou anonimizados, salvo nos casos em que

houver a possibilidade ou a necessidade de armazenamento em virtude de disposição legal ou regulatória

5. Bases legais para o tratamento de dados pessoais

Cada operação de tratamento de dados pessoais precisa ter um fundamento jurídico, ou seja, uma base legal, que nada mais é que uma justificativa que a autorize, prevista na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

6. Medidas de segurança no tratamento de dados pessoais

Empregamos medidas técnicas e organizativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações de destruição, perda, extravio ou alteração desses dados. As medidas que utilizamos levam em consideração a natureza dos dados, o contexto e a finalidade do tratamento, os riscos que uma eventual violação geraria para os direitos e liberdades do usuário, e os padrões atualmente empregados no mercado por empresas semelhantes à nossa.

Entre as medidas de segurança adotadas por nós, destacamos as seguintes:

Armazenamento de Senha através de Tokens de segurança

Ainda que adote tudo o que está ao seu alcance para evitar incidentes de segurança, é possível que ocorra algum problema motivado exclusivamente por um terceiro - como em caso de ataques de hackers, crackers ou, ainda, em caso de culpa exclusiva do usuário, que ocorre, por exemplo, quando ele mesmo transfere seus dados a terceiro. Assim, embora sejamos, em geral, responsáveis pelos dados pessoais que tratamos, nos eximimos de responsabilidade caso ocorra uma situação excepcional como essas, sobre as quais não temos nenhum tipo de controle. De qualquer forma, caso ocorra qualquer tipo de incidente de segurança que possa gerar risco ou dano relevante para qualquer de nossos usuários, comunicaremos os afetados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados acerca do ocorrido, em conformidade com o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados.

7. Alterações nesta política

A presente versão desta Política de Privacidade foi atualizada pela última vez em: 28/10/2021

Reservamo-nos o direito de modificar, a qualquer momento, as presentes normas, especialmente para adaptá-las às eventuais alterações feitas em nosso site, seja pela disponibilização de novas funcionalidades, seja pela supressão ou modificação daquelas já existentes.

Sempre que houver uma modificação, nossos usuários serão notificados acerca da mudança.

8. Como entrar em contato conosco

Para esclarecer quaisquer dúvidas sobre esta Política de Privacidade ou sobre os dados pessoais que tratamos, entre em contato com nosso Encarregado de Proteção de Dados Pessoais, por algum dos canais mencionados abaixo:

E-mail: vlctus.reciclagem@gmail.com

Telefone: +5540028922

Endereço postal: 09370-840