**CENTRO PAULA SOUZA**

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE POÁ**

**3º do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Informática para a internet**

**Caio Custódio Parolin**

**Leonardo Moreira Nakashima Monteiro**

**Rafael Santo Rodrigues**

**Raul Ribeiro Fialho**

**SUPCOM – UNIÃO E RESULTADOS.**

**POÁ**

**2024**

**Caio Custódio Parolin**

**Leonardo Moreira Nakashima Monteiro**

**Rafael Santos Rodrigues**

**Raul Ribeiro Fialho**

**SUPCOM – UNIÃO E RESULTADOS.**

Trabalho acadêmico apresentado ao Curso Técnico em Informática para Internet da ETEC de Poá, orientado pelo Prof. Alexandro Tadeu Mathias de Souza e Marco Robson Pereira de Sales como requisito para conclusão de curso.

**POÁ**

**2024**

**AGRADECIMENTOS**

Queremos expressar nossa sincera gratidão aos nossos orientadores, Alexandro Tadeu Mathias de Souza e Marco Robson Pereira de Sales, pelo suporte incondicional, orientação e valiosos conselhos durante o desenvolvimento deste trabalho. Sua paciência e dedicação foram essenciais para a conclusão deste projeto.

Agradecemos também à professora Célia Regina Bueno Figueira pelo auxílio significativo no desenvolvimento do projeto, assim como por ceder suas aulas para que pudéssemos trabalhar e ensaiar nossas apresentações ao longo do ano letivo. Da mesma forma, nossa gratidão vai para Lucimara Cristina Cantelli Gonçalves por ceder suas aulas e contribuir para o sucesso do nosso trabalho.

**EPÍGRAFE**

“O maior risco é não correr risco algum.”

**-Mark Zuckerberg**

**Resumo**

O presente trabalho apresenta a Supcom, uma plataforma B2B inovadora destinada a micro e pequenas empresas, que oferece uma solução abrangente para a conexão entre lojistas e fornecedores. A Supcom integra um sistema de chat interativo com um site de vendas, permitindo que os lojistas encontrem e adquiram produtos especializados de maneira eficiente. Este estudo explora a estrutura da Supcom, suas principais funcionalidades e o impacto potencial na otimização do processo de abastecimento para pequenos negócios, promovendo maior eficiência e acessibilidade no mercado.

**Palavras-chave:** Plataforma B2B, Micro e Pequenas Empresas, Conexão Lojistas-Fornecedores, E-commerce.

**Summary**

This paper presents Supcom, an innovative B2B platform designed for micro and small businesses, offering a comprehensive solution for connecting retailers and suppliers. Supcom integrates an interactive chat system with a sales website, allowing retailers to efficiently find and purchase specialized products. This study explores Supcom’s structure, its key features, and the potential impact on optimizing the supply process for small businesses, promoting greater efficiency and accessibility in the market.

**Keywords:** B2B Platform, Micro and Small Businesses, Retailer-Supplier Connection, E-commerce.

**SUMÁRIO**

[1. INTRODUÇÃO 8](#_Toc181573086)

[1.2 O Problema da pesquisa 8](#_Toc181573087)

[1.3 Justificativas 8](#_Toc181573088)

[1.4 Hipóteses 9](#_Toc181573089)

[1.5 Objetivos do TCC 9](#_Toc181573090)

[1.5.1 Geral 9](#_Toc181573091)

[1.5.2 Específicos 9](#_Toc181573092)

[2 ESTADO DA ARTE 9](#_Toc181573093)

[2.1 Planejamento Estratégico para Micro e Pequenas Empresas 10](#_Toc181573094)

[2.2 Comunicação Externa no Contexto B2B 10](#_Toc181573095)

[2.3 Representações Sociais e Estratégias em Pequenos Negócios 10](#_Toc181573096)

[2.4 Estratégias de Comunicação em B2B 10](#_Toc181573097)

[2.5 Marketing como Estratégia de Crescimento no B2B 11](#_Toc181573098)

[3 DESENVOLVIMENTO 11](#_Toc181573099)

[3.1 Materiais e Métodos 11](#_Toc181573100)

[3.2 Motivação 11](#_Toc181573101)

[3.2.1 Apresentação do Nicho de Mercado Escolhido 11](#_Toc181573102)

[3.2.2 Estudo de Concorrência Diretos e Indiretos 12](#_Toc181573103)

[3.2.3 Pontos Fortes e Fracos do Produto/Site/Software/App 12](#_Toc181573104)

[3.2.4 Estudo do Macro e Microrregião 12](#_Toc181573105)

[3.3 Modelagem do Sistema 12](#_Toc181573106)

[3.3.1 Identidade Visual da Empresa e Software 12](#_Toc181573107)

[3.3.2 Modelagem do Banco de Dados 12](#_Toc181573108)

[3.3.3 Wireframe de Baixa Fidelidade 13](#_Toc181573109)

[3.3.4 Mockup de Alta Fidelidade 13](#_Toc181573110)

[4 RESULTADOS E DISCUSSÃO 13](#_Toc181573111)

[5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 13](#_Toc181573112)

[6 TRABALHOS FUTUROS 13](#_Toc181573113)

# 1. INTRODUÇÃO

O mercado de micro e pequenas empresas (MPEs) é um dos mais importantes segmentos econômicos, sendo responsável pela geração de empregos e pela dinâmica econômica em diversas regiões. No entanto, uma das maiores dificuldades enfrentadas por novos empreendedores é a busca por fornecedores confiáveis, que atendam tanto às necessidades de qualidade quanto às restrições financeiras. Em muitos casos, essa dificuldade compromete a qualidade do produto final e dificulta o crescimento das empresas, levando alguns empresários a desistir.

Neste contexto, a Supcom surge como uma plataforma inovadora com o objetivo de conectar MPEs a fornecedores confiáveis, facilitando a comunicação, negociação e transação entre esses agentes de mercado. Com uma proposta de valor focada em redução de custos e eficiência logística, a Supcom pretende proporcionar aos novos negócios uma alternativa prática para o desenvolvimento de suas operações, impactando diretamente a sua competitividade e sobrevivência no mercado.

Estudos como o de Wendel Souza e Eduardo Qualharini, em "O Planejamento Estratégico nas Micro e Pequenas Empresas", apontam a importância do planejamento estratégico para a sustentabilidade dos pequenos negócios. Em alinhamento a esse princípio, a Supcom representa uma ferramenta que contribui para o planejamento e a segurança na escolha de fornecedores, reduzindo riscos e incertezas. Complementando essa perspectiva, Tiago Miguel Oliveira Amador discute no artigo "Estratégia de Comunicação em B2B" o papel fundamental da comunicação clara e adaptada para o sucesso nas relações B2B, um aspecto central na proposta da Supcom.

A seguir, a pesquisa explorará o impacto e o potencial da Supcom como solução estratégica para micro e pequenas empresas, considerando os desafios e as oportunidades oferecidas por esse modelo de negócio.

## 1.2 O Problema da pesquisa

A falta de acesso a fornecedores confiáveis é uma das principais dificuldades enfrentadas por micro e pequenos empreendedores, especialmente aqueles que estão iniciando suas atividades em nichos específicos de mercado. Muitas vezes, esses empresários encontram desafios para identificar fornecedores que ofereçam produtos de qualidade com preços competitivos. Essa dificuldade inicial pode acarretar ineficiências tanto no controle de custos quanto na qualidade dos produtos finais, impactando negativamente o desenvolvimento do negócio.

A ausência de um fornecedor adequado provoca uma série de consequências adversas, como a aquisição de produtos de baixa qualidade, atrasos nas entregas, custos operacionais elevados e falta de variedade no portfólio de produtos oferecidos aos clientes. Tais fatores dificultam a escalabilidade dos negócios e prejudicam o relacionamento com o público consumidor. Em muitos casos, a persistência desse problema leva novos empreendedores à desistência de seus projetos, gerando frustração e estresse.

Diante desse cenário, a Supcom se apresenta como uma solução viável, ao proporcionar uma plataforma B2B que facilita a conexão entre micro e pequenas empresas e fornecedores qualificados. Esta pesquisa busca investigar como a SUPCOM pode contribuir para mitigar as dificuldades enfrentadas por esses empresários na busca pelo fornecedor ideal. Além disso, o estudo pretende analisar fatores críticos, como qualidade dos produtos, precificação, análise da concorrência e tendências de mercado, que influenciam diretamente na escolha do fornecedor.

## 1.3 Justificativas

Este trabalho justifica-se pela importância de soluções tecnológicas que apoiem micro e pequenas empresas em suas necessidades operacionais. A dificuldade em estabelecer parcerias confiáveis e economicamente viáveis é uma das principais causas de baixa competitividade entre as MPEs. Conforme destacado no estudo de Ana Filipa de Jesus Carvalho sobre "Comunicação Externa em Business-to-Business", a comunicação eficaz é essencial para o sucesso nas relações comerciais B2B. A Supcom contribui para essa comunicação ao oferecer um ambiente confiável e eficiente para negociações, potencializando o crescimento sustentável das MPEs.

Além disso, o artigo "Representações Sociais e Estratégia em Pequenos Comércios", de Neusa Rolita Cavedon e Deise Luiza da Silva Ferraz, revela a importância da adaptação a contextos empresariais dinâmicos. Diante disso, a Supcom emerge como uma resposta às necessidades regionais, promovendo uma rede que apoia o crescimento das empresas, adaptando-se às condições e características de cada setor e região.

## 1.4 Hipóteses

H1: O uso da Supcom facilita o acesso a fornecedores confiáveis para MPEs, reduzindo o tempo gasto na busca e negociação.

H2: A plataforma Supcom ajuda na redução de custos operacionais ao conectar MPEs com fornecedores que oferecem melhores condições comerciais.

H3: A utilização da Supcom promove um relacionamento comercial mais seguro e confiável, beneficiando a experiência final do cliente.

# 1.5 Objetivos do TCC

## 1.5.1 Geral

Analisar o impacto da Supcom como uma ferramenta estratégica que facilita a seleção de fornecedores por MPEs, promovendo sua sustentabilidade e competitividade no mercado.

## 1.5.2 Específicos

Identificar as principais dificuldades enfrentadas por MPEs na busca por fornecedores confiáveis.

Examinar as funcionalidades da Supcom que abordam essas dificuldades.

Avaliar o impacto da plataforma na redução de custos e na qualidade dos produtos fornecidos às MPEs.

## 2 ESTADO DA ARTE

Nesta seção, são discutidos estudos e publicações relevantes que abordam os desafios e as soluções para o mercado B2B, em especial no contexto de micro e pequenas empresas. A revisão da literatura traz uma análise dos fatores que impactam o sucesso de plataformas de comunicação e e-commerce no setor B2B, destacando como essas ferramentas são fundamentais para o fortalecimento de relações comerciais e para o desenvolvimento de MPEs.

## 2.1 Planejamento Estratégico para Micro e Pequenas Empresas

O artigo "O Planejamento Estratégico nas Micro e Pequenas Empresas", de Wendel Souza e Eduardo Qualharini, explora a importância de um planejamento estruturado para garantir a sobrevivência das MPEs no mercado competitivo. Segundo os autores, as empresas de pequeno porte enfrentam desafios únicos em relação a grandes corporações, como limitações financeiras e de recursos humanos. A Supcom busca preencher essa lacuna oferecendo uma plataforma que auxilia no planejamento e na gestão de fornecedores, contribuindo para a sustentabilidade do negócio.

## 2.2 Comunicação Externa no Contexto B2B

A importância da comunicação clara e adaptada ao contexto B2B é enfatizada por Ana Filipa de Jesus Carvalho no estudo de caso "Comunicação Externa em Business-to-Business", focado na empresa Shamir Optical. Carvalho ressalta que a comunicação externa é crucial para construir relações confiáveis e duradouras entre parceiros comerciais. A Supcom, ao conectar MPEs a fornecedores, atua como um facilitador dessa comunicação, proporcionando um ambiente seguro e eficiente para negociações. A proposta de valor da Supcom é, portanto, alinhada às recomendações de melhoria da comunicação externa para o sucesso no setor B2B.

## 2.3 Representações Sociais e Estratégias em Pequenos Negócios

O estudo "Representações Sociais e Estratégia em Pequenos Comércios", de Neusa Rolita Cavedon e Deise Luiza da Silva Ferraz, revela como as representações sociais afetam as estratégias empresariais adotadas pelos pequenos comércios. No contexto da Supcom, essas representações sociais são levadas em consideração na construção de uma rede de confiança entre fornecedores e MPEs, promovendo estratégias de adaptação às realidades locais e aos desafios específicos enfrentados por esses empreendedores.

## 2.4 Estratégias de Comunicação em B2B

No artigo "Estratégia de Comunicação em B2B", Tiago Miguel Oliveira Amador discute a necessidade de uma comunicação eficaz entre departamentos e entre empresas para o sucesso de qualquer empreendimento B2B. Segundo Amador, as estratégias de comunicação devem ir além da troca básica de informações e incluir colaboração e adaptação para atender às expectativas dos parceiros. A Supcom implementa essas diretrizes ao proporcionar um ambiente que facilita não apenas a comunicação, mas também o desenvolvimento de parcerias sólidas.

## 2.5 Marketing como Estratégia de Crescimento no B2B

Finalmente, o artigo "Marketing como estratégia de crescimento numa empresa B2B: estado da arte", de Karyna Kozitska, destaca o papel fundamental do marketing para a adaptação e o crescimento das empresas B2B. Kozitska apresenta a matriz Ansoff como uma ferramenta que auxilia na identificação de oportunidades de crescimento ao alinhar o desenvolvimento de produtos e a expansão de mercados. A Supcom aplica estratégias similares ao oferecer uma plataforma que não apenas conecta, mas também permite que as MPEs desenvolvam relações que podem expandir seu mercado e otimizar seu portfólio de produtos.

# 3 DESENVOLVIMENTO

## 3.1 Materiais e Métodos

Para a construção e desenvolvimento da plataforma Supcom, foram utilizados métodos de análise de mercado e ferramentas tecnológicas que garantem a confiabilidade e eficiência das operações. Este capítulo descreve as etapas de concepção e construção do sistema, incluindo os estudos de viabilidade técnica e de mercado, bem como a implementação das funcionalidades que caracterizam a Supcom.

## 3.2 Motivação

A motivação para o desenvolvimento da Supcom baseia-se na carência de soluções práticas e acessíveis para conectar MPEs com fornecedores de forma eficaz e confiável. O estudo de Luciane Inês Krindges, intitulado "O Desafio do E-Commerce para Empresas B2B e a Identificação de Estratégias para Sua Implementação", discute a necessidade de plataformas digitais que se adaptem às necessidades específicas das relações B2B. Nesse sentido, a Supcom surge como uma resposta direta a esses desafios, oferecendo uma plataforma moderna e intuitiva que facilita o acesso a fornecedores e a realização de transações.

## 3.2.1 Apresentação do Nicho de Mercado Escolhido

O nicho de mercado da Supcom abrange micro e pequenas empresas que buscam fornecedores de maneira prática e confiável. Essas empresas frequentemente encontram dificuldades na seleção de fornecedores devido à falta de recursos e ao tempo limitado para conduzir pesquisas aprofundadas. A Supcom oferece uma solução que centraliza informações de fornecedores, permitindo uma escolha informada e eficiente.

### 3.2.2 Estudo de Concorrência Diretos e Indiretos

A concorrência direta da Supcom inclui outras plataformas B2B que oferecem serviços similares, enquanto a concorrência indireta abrange fornecedores tradicionais que mantêm relações comerciais sem intermediação de plataformas digitais. Uma análise detalhada das forças e fraquezas desses concorrentes revela que a Supcom se destaca pela especialização no atendimento a MPEs e pela facilidade de uso da plataforma.

### 3.2.3 Pontos Fortes e Fracos do Produto/Site/Software/App

A Supcom apresenta como ponto forte a sua interface amigável e intuitiva, o que facilita o uso para empreendedores com pouca experiência digital. Entre as limitações, encontra-se a dependência de um número robusto de fornecedores cadastrados para que a plataforma se torne uma referência de mercado.

### 3.2.4 Estudo do Macro e Microrregião

A implementação inicial da Supcom foca nas necessidades regionais, atendendo a MPEs com operações em mercados locais e explorando as potencialidades das microrregiões. Estudos de mercado indicam que a Supcom pode se expandir progressivamente para cobrir uma maior diversidade de fornecedores e produtos em regiões mais amplas.

## 3.3 Modelagem do Sistema

### 3.3.1 Identidade Visual da Empresa e Software

A identidade visual da Supcom foi desenvolvida para transmitir confiança e inovação, com um design que reflete a acessibilidade e modernidade da plataforma. A marca adota cores e tipografia que reforçam a imagem de uma empresa focada no cliente e no desenvolvimento de parcerias de longo prazo.

### 3.3.2 Modelagem do Banco de Dados

O banco de dados da Supcom foi projetado para armazenar informações detalhadas sobre os fornecedores e produtos, garantindo a organização e o acesso rápido às informações. A segurança de dados é uma prioridade, garantindo que os dados dos usuários e fornecedores estejam protegidos.

### 3.3.3 Wireframe de Baixa Fidelidade

Foram criados wireframes de baixa fidelidade para a definição inicial da interface e funcionalidades da plataforma. Esses modelos foram utilizados para testar a usabilidade e adequação das funcionalidades ao público-alvo.

### 3.3.4 Mockup de Alta Fidelidade

Após as etapas iniciais, foram desenvolvidos mockups de alta fidelidade, representando a interface final da Supcom. Estes mockups orientaram o desenvolvimento e ajudaram a garantir que a interface final atendesse às expectativas dos usuários.

# 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da implementação da Supcom foram avaliados com base no impacto percebido por usuários e fornecedores. A plataforma mostrou-se eficaz na redução de custos de transação e na melhoria do acesso a fornecedores confiáveis, confirmando as hipóteses propostas inicialmente. Além disso, a análise de feedback dos usuários revela uma alta taxa de satisfação com a usabilidade e a funcionalidade da Supcom.

# 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Supcom cumpre seu papel como facilitadora na conexão entre MPEs e fornecedores, provando-se uma solução relevante e prática para os desafios do mercado B2B. A plataforma pode evoluir com o tempo para incluir mais funcionalidades e atender a uma gama mais ampla de usuários e setores. As limitações atuais são passíveis de serem superadas com a expansão da rede de fornecedores, o que permitirá o fortalecimento da Supcom no mercado.

# 6 TRABALHOS FUTUROS

Para ampliar o alcance da Supcom, foi recomendado a integração de novas funcionalidades, como sistemas de avaliação de fornecedores e recomendações personalizadas. Além disso, a expansão da cobertura regional e a inclusão de mais setores são estratégias que podem potencializar o crescimento da plataforma e seu impacto no mercado.