

COSTUREZA - APLICATIVO PARA DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE CORTE E DE COSTURA

COSTUREZA - APPLICATION FOR DISSEMINATION OF CUTTING AND SEWING PRODUCTS AND SERVICES

Vanessa Faustino de Menezes

ORCID 0000-0002-8721-492X

CPF 449.854.568-02

Centro Paula Souza – Fatec Tatuí/SP

Vanessa.faustino@live.com

Orientador: Prof. Dr. José Maria Novaes dos Santos

ORCID: 0000-0003-0831-8657

CPF: 148.801.938-01

Centro Paula Souza – Fatec Tatuí/SP

jose.santos187@fatec.sp.gov.br

Co-orientador: Prof. Me. Graziela Bizin Panza

ORCID 0000-0003-3104-3989

CPF 290.663.058-60

Centro Paula Souza – Fatec Tatuí/SP

e-mail: gm07.eire@gmail.com

RESUMO: Atualmente, com o crescente uso da internet na economia, a tecnologia da informação tornou-se um aliado indispensável para as microempresas. Nesse contexto encontra-se a costura domiciliar, presente em muitas casas brasileiras, sendo responsável por uma importante parcela da economia em pequenas cidades do interior do estado de São Paulo. Desta forma, este trabalho tem como objetivo desenvolver uma solução para promover a venda de confecções e contratação de serviços de costureiras, impulsionando a geração de renda deste segmento, por meio de um negócio social. Para alcançar o objetivo deste projeto, foi desenvolvida uma pesquisa experimental, com apoio de revisão bibliográfica dos campos centrais do trabalho: empresa social e desenvolvimento de aplicativo.

ABSTRACT: Due to the growing importance of Internet for the Economy, information technology is becoming fundamental for small businesses. Home sewing, present in many Brazilian households, is becoming an important business for the local economy in many small cities in the state of Sao Paulo. The goal of this paper is to develop a solution to promote clothing sales and to enable hiring of seamstress services. This will boost the income generated by this business segment through a social business. To achieve this goal, we developed an experimental research, supported by a literature review of the main fields of the work: social enterprises and app development.

PALAVRAS-CHAVE: negócio social. desenvolvimento de aplicativo. marketing digital. aplicação no-code. costura. costureza

KEYWORD: social busines. application development digital marketing. no-code application sewing. costureza.

1 INTRODUÇÃO

O advento de mídias interativas permitiu novas abordagens de marketing, onde o consumidor passa a ter um papel ativo. O marketing digital tornou a comunicação online bidirecional, por meio da interação entre a empresa e seu público-alvo. Essa interação permite que o consumidor influencie a comunicação por intermédio da busca, da seleção e da resposta à sua informação (STEWART; PAVLOU, 2002).

Os mercados eletrônicos possuem características que proporcionam às empresas uma vantagem competitiva diante dos métodos tradicionais de vendas diretas. Dentre elas, a personalização de produtos e de serviços, que amplia a autonomia do cliente e pode configurar o que desejam comprar ou contratar (TURBAN; KING, 2004).

A moda também acompanhou essa revolução. Pode-se observar que as confecções do vestuário demandam as mais diferentes estruturas e estratégias competitivas, também se defrontam com uma grande diversidade de fatores e combinações, que estão relacionadas com o mercado, com a moda, com a estrutura organizacional e operacional (SILVA,2002).

Nesse âmbito, encontra-se a costura domiciliar, presente em muitas casas brasileiras, representando cerca de 8 milhões de trabalhadores (POERNER, 2021). Nesse contexto digital, um aplicativo que intermediasse a contratação dos serviços de corte e costura e os promovesse, auxiliaria clientes e profissionais do ramo. Assim, o projeto “Costureza” propõe o desenvolvimento de um protótipo de aplicativo para divulgação de produtos e de serviços de corte e costura.

O aplicativo será importante na divulgação dos profissionais desse segmento da economia, promovendo vendas de confecções e contratações de serviços das costureiras cadastradas no aplicativo, contribuindo para o fortalecimento deste segmento da economia local.

2 METODOLOGIA

A metodologia desenvolvida neste projeto foi a pesquisa experimental, com apoio de revisão bibliográfica dos temas centrais do trabalho: empresa social e desenvolvimento de aplicativo.

Na pesquisa relacionada ao tema de desenvolvimento de aplicativo foram avaliadas as ferramentas de desenvolvimento denominada *no-code*, sendo escolhida para o projeto a plataforma *Bubble* (BUBBLE, c2021).

Por meio da elaboração dos modelos de negócios *Canvas* (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010; JOYCE; PAQUIN, 2016) foram determinados os componentes de valores econômico e sociais do negócio.

O protótipo do aplicativo foi submetido a testes por costureiras e seus clientes, que o avaliaram através de um questionário apontando importantes informações para seu aperfeiçoamento.

3 DESENVOLVIMENTO

O trabalho foi desenvolvido com base em duas linhas de atuação: o aspecto técnico de desenvolvimento do aplicativo e o aspecto relacionado ao negócio social.

O projeto desenvolvido seguiu os padrões e recomendações de desenvolvimento de aplicação para dispositivos móveis (FLING, 2009).

3.1 DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO

O desenvolvimento foi efetuado pela plataforma *no-code Bubble*, atribuindo um nome ao aplicativo, utilizando a página inicial *index* como uma página única do aplicativo (denominada “*single page*”) e por grupos representando conjuntos de funcionalidades; isso porque diferentemente de *sites*, que possuem páginas e *links*, um aplicativo utiliza botões que estão associados à visualização por grupos e que funcionam como páginas do aplicativo. Também foram determinadas as condições de visualização para cada grupo (BRASÃO, 2020).

Foi criado um grupo para a visualização do cabeçalho do aplicativo, que é a barra superior, que permanece visível mesmo com a mudança da tela principal, contendo o logotipo e um menu lateral utilizando o ícone de menu. Há um grupo para a visualização na parte inferior da página do aplicativo, onde há uma barra com ícones para fácil acesso à página inicial, ao cadastro de produtos, à busca e ao perfil.

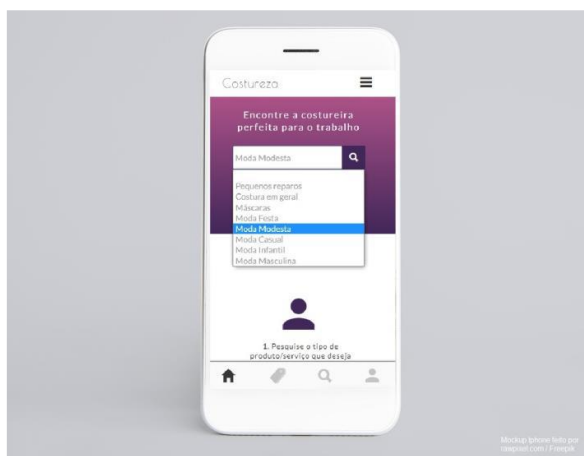
Para visualizar os resultados da opção pesquisada no grupo inicial, foi criado um grupo para mostrar quais costureiras fazem o tipo de trabalho desejado, conforme ilustrado na figura 1, com a opção de acesso ao perfil, através da opção do grupo associado às

informações da costureira, onde são exibidos seus produtos, seu contato, as informações sobre seus trabalhos e as avaliações efetuadas por seus clientes.

Foram ainda criados grupos para:

- cadastro das informações das costureiras,
- cadastro dos produtos, conforme ilustrado nas figuras 2 e 3,
- avaliação da costureira e
- efetuar contato com a costureira por e-mail.

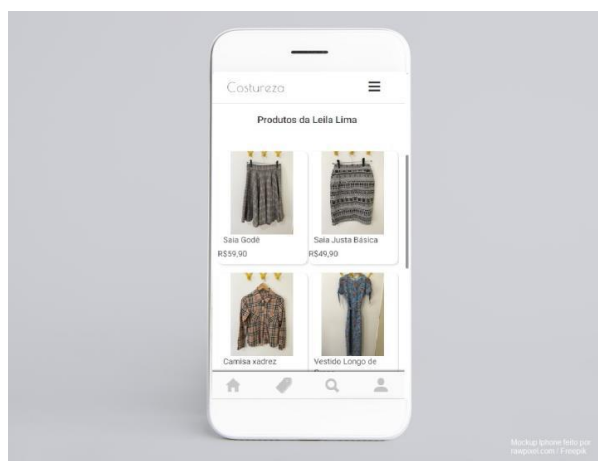
Figura 1 - Tela de busca dos profissionais



Fonte: Autores

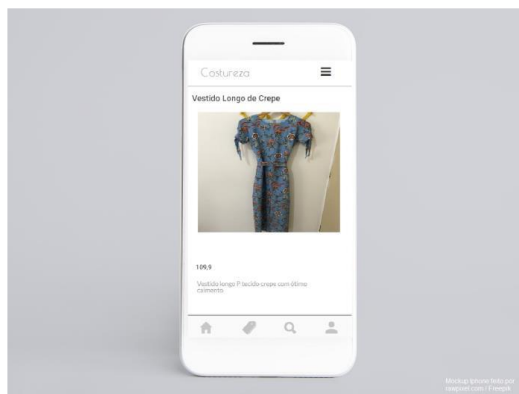
O banco de dados foi modelado com as tabelas necessárias para armazenar as informações apresentadas nas telas.

Figura 2 – Tela dos produtos



Fonte: Autores

Figura 3 – Tela dos produtos



Fonte: Autores

3.2 APLICAÇÃO DOS MODELO CANVAS

Visionando a transformação do projeto em negócio social e a extração de breves considerações a respeito dele, foram utilizados o “*Business Model Canvas*” - BMC (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010), com os nove elementos orientados à criação de valor econômico do negócio e o “*Triple Layer Business Model Canvas TLBMC*”(JOYCE; PAQUIN, 2016), que incorporam os valores sociais ao modelo anterior, conforme as figuras 3 e 4.

Figura 3 – Quadro do Modelo de Negócio “*Canvas*” (BMC) aplicado ao Costureza.

<p>Parcerias Principais</p> <p>Costureiras Plataformas</p>	<p>Atividades-Chave</p> <p>Manutenção e desenvolvimento do Aplicativo Apoio as costureiras Apoio aos clientes</p>	<p>Proposta de Valor</p> <p>Encontrar confecções e serviços de costureiras, vendo avaliações e contatando-as facilmente</p>	<p>Relacionamento com Clientes</p> <p>Whatsapp Telefone E-mail</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Clientes que procuram produtos e serviços de costureiras</p>	
<p>Recursos Principais</p> <p>Plataforma Redes Sociais</p>		<p>Costureiras podem se cadastrar de forma simples e fácil e ter sua vitrine virtual</p>	<p>Canais</p> <p>Aplicativo Web</p>		
<p>Estrutura de Custo</p> <p>Plataforma</p>			<p>Fontes de Receita</p> <p>Pagamento de taxa de 10% de comissão</p>		

Fonte: Osterwalder e Pigneur, 2010; Autores

Figura 4 – Quadro TLBMC de valor social aplicado ao Costureza



Fonte: Joyce e Paquin, 2016; Autores

4 RESULTADOS OBTIDOS

Da aplicação do modelo *Canvas* observa-se o potencial que o projeto possui para se tornar muito mais que um simples aplicativo, se tornando um negócio social de valor no segmento da costura familiar.

O aplicativo foi submetido a testes e avaliado por costureiras e seus clientes através de um questionário, conforme os resultados apresentados nas tabelas 1 e 2.

Tabela 1: Resultados da Entrevista - Costureiras

Quesito	Nível de Facilidade de Uso		
	Fácil	Médio	Difícil
Cadastro pessoal	80%	20%	
Cadastro de produtos	60%	20%	20%
Ver perfis	80%	20%	
Alterar dados cadastrais	60%	20%	20%
Ver avaliações	80%	20%	

Fonte: Autores

Tabela 2: Resultados da Entrevista - Clientes

Quesito	Nível de Facilidade de Uso		
	Fácil	Médio	Difícil
Achar serviço/produto desejado	80%		20%
Ver perfil da costureira	80%		20%
Contatar costureira por mensagem no e-mail	80%	20%	
Contatar costureira por telefone e/ou <i>Whatsapp</i>	100%		
Ver avaliações	80%	20%	
Avaliar costureira	80%	20%	

Fonte: Autores

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o protótipo do aplicativo esteja em fase de testes, sendo necessário efetuar ajustes e aperfeiçoamento, os resultados das avaliações mostraram uma boa aceitação, tanto por parte das costureiras como dos clientes.

O protótipo desenvolvido se mostrou eficiente para apoiar um negócio social, auxiliando o comércio da costura familiar na sua modernização, em face ao crescente uso da internet e da tecnologia da informação no mundo contemporâneo.

REFERÊNCIAS

BRASAO, F. Curso de criação de aplicativos -Módulo 01 – ServiceApp. **Aprenda a criar sites e aplicativos do zero e em poucas horas**. Disponível em: <https://semcodigo.com>. Acesso em: 07 jul. 2021.

BUBBLE. Disponível em <https://bubble.io>. Acesso em: 07 jul. 2021.

FLING, B. **Mobile Design and Development**. Publisher(s): O'Reilly Media, Inc. ISBN: 9780596155445 , 2009.

JOYCE, A.. PAQUIN, R. L. **The Triple Layered Business Model Canvas: A Tool to Design More Sustainable Business Models**. Journal of Cleaner Production, 2016. DOI:10.1016/j.jclepro.2016.06.067. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/304026101_The_triple_layered_business_model_canvas_A_tool_to_design_more_sustainable_business_models. Acesso em 07 jul. 2021.

OSTERWALDER, A; YVES P. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios**. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011

POERNER, B. O que as costureiras têm a dizer no Dia da Costureira? **Revista Carta Capital**, 22 maio 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/fashion-revolution/o-que-as-costureiras-tem-a-dizer-no-dia-da-costureira>. Acesso em: 07 jul. 2021.

SILVA, A. da. A organização do trabalho na indústria do vestuário: uma proposta para o setor da costura. 2002. **Repositório Institucional da UFSC** Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/82517>. Acesso em: 07 jul. 2021

STEWART, D.; PAVLOU, P. A. From consumer response to active consumer: measuring the effectiveness of interactive media. **Journal of the Academy of Marketing Science**. v. 30, Issue 4, p. 376-396, fall 2002.

TURBAN, E.; KING, D. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. Tradução Arlete Simille Marques; revisão técnica Belmiro João, Erico Veras Marques. São Paulo: Prentice Hall, 2004.