



**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS – BACHARELADO**

**ALICE GONÇALVES DE AMORIM
PAULA MARIA BRUNO MOTA**

**CRIAÇÃO E PROTOTIPAGEM DO APLICATIVO NATURETURN:
BIOTECNOLOGIA NO AUXÍLIO DA RECUPERAÇÃO AMBIENTAL**

**VOLTA REDONDA
2020**

**ALICE GONÇALVES DE AMORIM
PAULA MARIA BRUNO MOTA**

**CRIAÇÃO E PROTOTIPAGEM DO APLICATIVO NATURETURN:
BIOTECNOLOGIA NO AUXÍLIO DA RECUPERAÇÃO AMBIENTAL**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Volta Redonda – UNIFOA, Campus Três Poços, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Ciências Biológicas.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto de Amoretty

**VOLTA REDONDA
2020**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS – BACHARELADO**

**ALICE GONÇALVES DE AMORIM
PAULA MARIA BRUNO MOTA**

**CRIAÇÃO E PROTOTIPAGEM DO APLICATIVO NATURETURN:
BIOTECNOLOGIA NO AUXÍLIO DA RECUPERAÇÃO AMBIENTAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Biológicas, pelo Centro Universitário de Volta Redonda- UNIFOA.

Aprovado em: XX de XXXXX de 2020.

Banca Examinadora

(Dr. Paulo Roberto de Amoretty, UNIFOA).

(Dr. André Barbosa, UNIFOA).

(Dr. Ronaldo Figueiró, UNIFOA).

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensuravelmente aos meus pais José Carlos Lima de Amorim e Maria Helena Gonçalves da Silva Amorim por terem me apoiado desde o início da vida acadêmica, pelo suporte diário e amparo nos momentos mais difíceis. Agradeço aos meus irmãos Vinícius, Milena e amigos. Agradeço meu orientador Dr. Paulo Roberto de Amoretty pelo suporte necessário e por acreditar diariamente no nosso trabalho e progresso alcançado.

-Alice G. Amorim

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, autor de meu destino, meu guia, socorro presente na hora da angústia. Aos meus pais Rosa Emília Bruno e Paulo César de Sousa Mota, que me ajudaram dando força e apoio sempre que precisei, estando dispostos a me estender a mão. Dedico também ao meu namorado Washilley Sander Sousa Rios, por me ajudar a realizar partes importantes do trabalho e me dar suporte e apoio nos momentos difíceis. Aos meus amigos e familiares que me ajudaram também no desenvolvimento e apoio deste trabalho. Agradeço meu orientador Dr. Paulo Roberto de Amoretty pela ajuda no decorrer do trabalho, apoio e sempre se mostrar disposto a melhorar o mesmo. Obrigada a todos!

- Paula Maria Bruno Mota

"Não existe triunfo sem perda, não há vitória sem sofrimento, não há liberdade sem sacrifício." (O Senhor dos Anéis)

-J.R.R. Tolkien

RESUMO

O desenvolvimento industrial ocasionou maior densidade populacional, originando os grandes centros urbanos. E isso gerou problemas ambientais que afetam diretamente a natureza, seus recursos naturais e a qualidade de vida da população. Essas ações terão um grande impacto no futuro do planeta e nas próximas gerações, em função disso os debates sobre cuidado e preocupação com o meio ambiente cresce cada vez mais. Englobando também empresas que têm procurando maneiras para se tornar mais amigas do meio ambiente, obtendo, por exemplo, o chamado selo verde, agregando valor à marca e atingindo uma quantidade maior de clientes. Pensando na mudança de hábitos da população e engajamento de empresas surge a Nature Turn, uma plataforma que conecta pessoas preocupadas com a natureza com empresas ecologicamente corretas. O aplicativo contará com missões semanais e encontros de mutirões de limpeza pelas cidades, gerando lembranças únicas aos participantes dos eventos. Contando com lugares e atividades pré-definidas os participantes irão registrar suas ações por meio de fotos e vídeos, que serão enviados a uma central e recompensados com pontos que posteriormente poderão ser trocados por produtos em empresas coligadas que queiram aumentar seu marketing verde.

Palavras-chave: Meio ambiente. Nature Turn. Selo verde. Aplicativo.

ABSTRACT

Industrial development caused higher population density, resulting in large urban centers. And this has generated problems that directly affect nature, its natural resources and the population's quality of life. These actions will have a big impact on the future of the planet and on the next generations, as a result the debates on care and concern for the environment grow more and more. It also encompasses companies that are looking for ways to become more environmentally friendly, obtaining, for example, the so-called green stamp, adding value to the brand and reaching a greater number of customers. Thinking about changing population habits and engaging companies, there comes Nature Turn, a platform that connects people concerned about nature with ecologically correct businesses. The application will feature weekly missions and meetings of cleaning joint efforts through cities, crating unique memories to the participants of the events. Counting on pre-defined places and activities the participants will record their actions through photos and videos, that will be sent to a plant and rewarded with points that can later be exchanged for products in related companies that want to increase their green marketing.

Key-words: Environment. Nature Turn. Green seal. App.

1. INTRODUÇÃO

Os debates sobre os impactos do ser humano no planeta ocorrem há anos, seu marco inicial foi com a realização da Conferência de Estocolmo em 1972 na Suécia, que abre caminho para todas as conferências ambientais que ocorrerão posteriormente. A temática fica adormecida praticamente até o final dos anos 80, quando cresce a consciência de que estes problemas eram reais e que deveriam ser enfrentados (PESSINI, SGANZERLA, 2016). Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares possam desfrutar de paz e prosperidade. No Brasil os objetivos até atingir a Agenda 2030 são erradicação da pobreza, fome zero e agricultura sustentável, água potável e saneamento, ação contra a mudança global do clima entre outros. (BRASIL, 2020).

Eventos ocorridos de 1960 a 1970 sobre a demanda de desenvolvimento e do estilo de vida em nações industriais atormentaram o equilíbrio ecológico e a segurança do planeta, fornecendo, assim, a inspiração à concepção do desenvolvimento sustentável, para equilibrar os limites do crescimento e a necessidade de desenvolvimento (MITCHAM, 1995). O termo desenvolvimento sustentável foi popularizado e amplamente utilizado nas décadas de 1980 e 1990 (PISANI, 2006). A atividade humana e sua concentração em assentamentos urbanos vêm sendo associadas a um progressivo aumento da degradação do meio ambiente (MAIA; NETTO; COSTA, 2019). Esse fato pode ser observado em diversas cidades brasileiras, inclusive na cidade de Volta Redonda, Rio de Janeiro.

Volta Redonda está localizada no Médio Vale do Rio Paraíba, no interior do estado do Rio de Janeiro. Na região central da cidade está instalada a Companhia Siderúrgica Nacional fundada em 1941 (CSN, 2020). Embora seja fundamental para o economia e o desenvolvimento da cidade, visto que é o segundo maior empregador da cidade, o passivo ambiental causa preocupação. A poluição de corpos hídricos, emissão de gases de efeito estufa e poluentes atmosféricos tais como benzeno, material particulado e outros, podem causar danos à saúde humana e ao meio ambiente (SOUZA, 2013).

Um estudo da Visual GPS realizado pela Getty Images em parceria com a YouGov no ano de 2020, contando com mais de 10 mil pessoas, sendo 1.555 da América do Sul, mostrou que 97% dos entrevistados reconhece que a maneira como

tratamos nosso planeta agora terá um grande impacto no futuro (VIDAEAÇÃO,2020). Esse mesmo estudo revelou que a maioria dos respondentes pretendem mudar seus hábitos, cerca de 86% afirmaram que estão tentando reduzir a quantidade de plástico que usa; 75% disseram que sempre reciclam; 68% fazem tudo o que pode para reduzir minha pegada de carbono; e 58% só compram produtos de marcas que se esforçam para ser ecologicamente corretas (VIDAEAÇÃO,2020).

Outra pesquisa realizada pelo IBOPE a pedido da WWF (2018) mostrou que 91% dos entrevistados gostariam de ter mais contato com a natureza (GESISKY,2018). Realizada pela empresa Nielsen que revelou que 42% dos consumidores brasileiros estariam mudando seus hábitos de consumo para reduzir seus impactos no meio ambiente (NIELSEN,2019). Adicionalmente, a pesquisa da WWF mostrou que o meio ambiente brasileiro e suas riquezas naturais são o principal motivo de orgulho nacional para 39% dos entrevistados (GESISKY,2018). O que motivou a idéia da criação de uma solução de engajamento das pessoas em prol de um bem comum, que fosse possível promover experiências únicas, auxiliando a natureza e a sociedade a reverter os efeitos que ela mesma causa.

Além da população, as empresas também têm estado mais atentas com as atuais consequências ambientais. O selo verde é uma maneira do consumidor saber qual empresa possui preocupações sustentáveis e está fazendo algo para tentar melhorar o planeta (Relatório de sustentabilidade SEBRAE,2016). Segundo uma pesquisa feita em junho de 2019 com mais de 2 mil pessoas pela empresa Opinion Box, registrou que cerca de 55% dos participantes dão preferência por empresas conhecidas por cuidar do meio ambiente (D'ANGELO,2019).

Segundo Ottman (1994), o desenvolvimento de produtos e processos de manufatura ambientalmente saudáveis não apenas fornece uma oportunidade para realizar o correto, mas também pode aumentar a imagem corporativa e de marca, economizar custos e abrir novos mercados para produtos. Outra razão e talvez a mais importante para as instituições assumirem um apoio a projetos ambientais é a redução da carga tributária, a mesma com escopo sustentável busca manter o cumprimento do art. 225 da Constituição Federal que é garantir o direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Quando uma empresa apoia uma causa, seja ela social ou do meio ambiente, ela não apenas mostra que vê o valor da causa, mas também reduzem valores de tributos e impostos nas esferas municipal, estadual e federal com essa iniciativa (Relatório de Sustentabilidade SEBRAE, 2016). Há outros benefícios para os negócios como uma melhora da imagem institucional gerando agregação ao valor da marca, reforça o papel da empresa no local aonde atua, gera novas oportunidades de desenvolvimento de negócios além de reforçar a política de relacionamento da empresa com outras esferas do governo. Um meio atual para que as empresas divulguem sua participação não somente na loja física é por meio de mídias sociais.

A internet é um caminho para o marketing das empresas devido à quarta revolução industrial. As redes sociais se tornaram as ferramentas mais efetivas desse espaço no que se refere à influência exercida sobre o usuário (AMARAL,2016). De acordo com Amaral (2016) as redes sociais e internet tratam-se de um espaço em que qualquer pessoa tem potencial para a vida pública, basta clicar em publicar. Levando em conta a trajetória do ser humano na Terra, embora haja uma extensa onda de degradação ambiental causada pelo homem, as pessoas têm um comportamento altruísta. Os genes para o comportamento “altruísta” poderão ser selecionados se os indivíduos forem diferencialmente “altruístas” com aqueles que foram “altruístas” consigo próprios (TRIVERS, 1971).

Neste contexto, este trabalho apresenta o desenvolvimento e prototipagem do aplicativo Nature Turn, que traz consigo a proposta de ser o elo entre as pessoas, empresas e o meio ambiente. Através do aplicativo, o público terá acesso a missões diárias, como ações de separação do lixo ou mutirões de limpeza. Além disso, as empresas parceiras encontrarão um canal específico para mostrar que se preocupam com causas ambientais, potencializando seus negócios.

2. METODOLOGIA

2.1. Modelo do negócio utilizando a ferramenta CANVAS

Para produzir um modelo do negócio foi utilizada a metodologia CANVAS. Que é uma ferramenta visual categorizada que permite uma visão global do negócio (OSTERWALDER,2014).

A construção do CANVAS foi realizada através da ferramenta “SEBRAE 2.0”, um software gratuito que pode ser utilizado após um cadastro. O acesso foi realizado em agosto de 2020. Disponível no endereço eletrônico <https://sebraecanvas.com>.

2.2. Análise de aplicativos concorrentes

Para identificar a existência de aplicativos com propostas semelhantes e assim diferenciar Nature Turn dos demais, foi realizada uma pesquisa na plataforma “Play Store” e também na ferramenta de buscas da empresa Google. Os aplicativos identificados como “concorrentes” foram testados e analisados pela equipe de trabalho. Também foi utilizada a estratégia *benchmarking*, que segundo NAIR & LEIBFRIED (1992) consiste em uma ferramenta utilizada na obtenção das informações necessárias para apoiar a melhoria contínua e, através dessa, auferir vantagem competitiva perante a concorrência.

2.3. Desenvolvimento do aplicativo

Para desenvolver o aplicativo foi utilizada a ferramenta Fabapp, que consiste em um site exclusivo para desenvolvimento de aplicativos, disponível em <https://fabricadeaplicativos.com.br/> com o intuito de se ter uma versão beta da proposta. Para isso foi preciso vários testes com ícones e detalhamentos para diferentes fins como “páginas” do menu inicial, como “Quem somos”, “Missões”, “Fotos”, “Mutirões” por exemplo, para identificar cada etapa de funcionamento do aplicativo na sua tela de menu inicial. Foi utilizado o site Icons8 onde há ícones grátis para cada tipo de etapa, disponível em <https://icons8.com.br/>.

2.4. Pesquisas de validação do projeto

Para validar a proposta do aplicativo foram realizadas duas pesquisas através da ferramenta Google Forms, disponível em <https://www.google.com/forms/about/>, uma pesquisa destinada a pessoas físicas e outra a pessoas jurídicas. A primeira está disponível em https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfTeFUxtB3JaZS40L0_AZaeA7KSDr-iWjmmZABJk1ug9uHH6Q/viewform. A segunda, de pessoas jurídicas está disponível em https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc_rXtu7tevL9GNX0qksm1z25IDxHObXcSYt7Y9EWHDg9G_AA/viewform.

2.5. Criação de conteúdo audiovisual

Para a criação do logotipo pensou-se na ideia de que deveria passar a impressão de “acordo de paz” do ser humano com a natureza e a partir disso utilizou-se como base o aperto de mãos, sendo feito no programa Photofiltre Studio X disponível em: <https://br.ccm.net/download/baixaki-10-photofiltre-studio-x> e imagens do Google Images para trabalhar na mesma, o que durou cerca de 7 horas para finalizar. Andou-se pelas ruas e pontos principais da cidade de Volta Redonda para gravar vídeos curtos que mostravam a beleza da natureza conservada urbana. Depois para a edição dos vídeos foi utilizado o aplicativo Boosted disponível para baixar em <https://play.google.com/store> colocando a logotipo, o vídeo gravado e uma mensagem do intuito da Nature Turn que é de reunir mutirões de limpeza. Cerca de 20-30 vídeos testes foram editados até chegar ao resultado desejado que expressasse o clareza a missão da empresa. Para linkar em ícones do aplicativo, estando no menu inicial, foi precisa a criação do Facebook e Instagram da empresa, usou-se o site oficial de cada uma (<https://www.facebook.com/> e <https://www.instagram.com/>) e para a criação do site oficial, o site WIX foi o meio encontrado para fazê-lo, utilizando sempre imagens do google, sendo de domínio público e estando disponível em <https://www.wix.com/> .

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1. Criação da startup Nature Turn

O processo de criação envolveu um *brainstorm*, na disciplina de Empreendedorismo em Biotecnologia do curso de Ciências Biológicas com ênfase em Biotecnologia do UNIFOA.

O princípio norteador foi desenvolver uma empresa para impactar positivamente o meio ambiente, além de gerar nas pessoas um sentimento de realização e conexão com a natureza. Nesse contexto, foi criado o aplicativo Nature Turn, que poderia funcionar como uma plataforma capaz de reunir as pessoas em pequenas missões para a recuperação ambiental. Inicialmente, foram elencadas a missão, a visão e os valores que iriam orientar as ações da startup (Figura 1).

Missão



Desenvolver um aplicativo para encontros comunitários de limpeza, coleta e ajuda aos espaços públicos e às pessoas carentes de diversos lugares. Objetivo de retornar a gentileza e alegria à natureza e ajuda ao próximo, tendo como recompensa ao participante pontos que poderão ser usados para trocas de produtos ou serviços perante a escolha do jogador. Ajudar empresas sustentáveis a concluir sua parte em favor do meio ambiente.

Visão



Alcançar um mercado competitivo no âmbito de ajuda social e ao meio ambiente. Conseguir devolver alegria e felicidade a pessoas carentes e à natureza em todas as partes do mundo.

Valores



Dar pontuações corretas as atividades feitas; garantir o cumprimento das normas de segurança e conscientização ao meio ambiente; ser utilizada como caminho para empresas e pessoas do bem que queiram melhorar sua vida; pensar sempre no melhor para a natureza no futuro.

Figura 1- Missão, Visão e Valor da empresa.

Após a definição do nicho de mercado, foi iniciado o processo de criação da identidade visual da marca. O logotipo criado através do aplicativo Photofiltre Studio X, traz a mão de uma pessoa e uma folha, simulando uma saudação (Figura 2). Essa ilustração será utilizada nas ações de marketing.



Figura 2- Logo exclusivo do aplicativo Nature Turn.

3.2. Modelo do negócio

A construção do modelo da startup foi realizada através da ferramenta visual de planejamento estratégico CANVAS, com auxílio da plataforma gratuita

SEBRAE/canvas. Essa abordagem permite uma visão global do negócio, facilitando portanto, a tomada de decisão e modelo de marketing (SEBRAECANVAS,2020).

Foi realizado o preenchimento das nove categorias do CANVAS, esse processo permitiu maior clareza da proposta de valor da empresa, bem como do público alvo e das principais atividades realizadas (Figura 3). Além disso, a estrutura de custo permite uma noção de quanto seria necessário para o funcionamento e quanto seria esperado de fonte de receita(Figura 3).

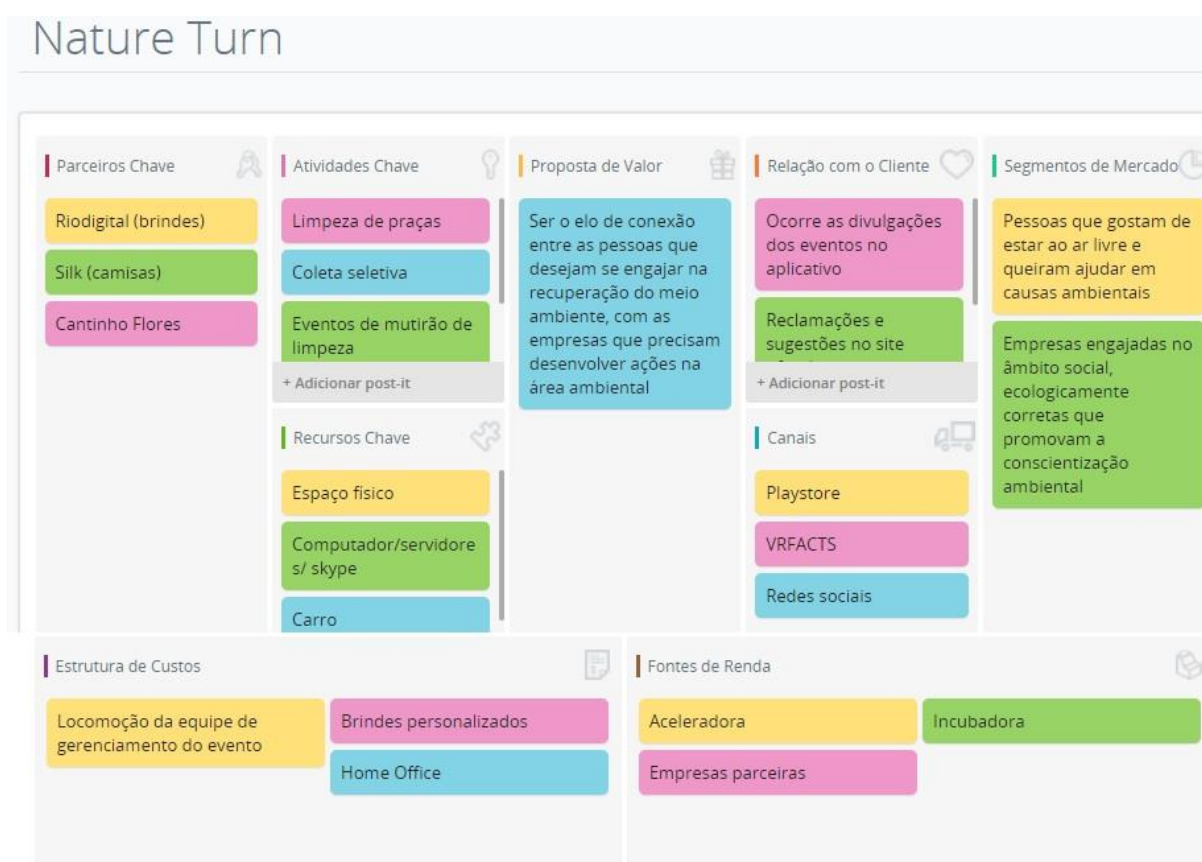


Figura 3 - Quadro de modelo de negócios CANVAS da Nature Turn.

3.3. Aplicativos concorrentes

Para avaliar os aplicativos concorrentes, foram realizadas buscas no Playstore e na ferramenta de busca google. O resultado de uma análise comparativa é apresentada na tabela I:

Aplicativos	Missões Diárias	Calendário eventos	Notícias	Compart. Fotos	Ativo em Redes S.	Pesquisa Opinião	Ganho de Prêmios	Coligação c/ empresas
Desafio Ambiental	✓	✓	✓					
Go Green Challenge	✓					✓		
Ribbon	✓		✓	✓	✓			✓
Geocaching	✓			✓	✓		✓	
AMA (Agentes do Meio Ambiente)	✓			✓			✓	✓
Nature Turn	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓

Notou-se avaliando cada um dos aplicativos, que o AMA, mesmo não sendo o que mais tenha categorias, é o mais semelhante em proposta com a Nature Turn. Como forma de benchmarking competitivo foi avaliado o site do aplicativo AMA. Viu-se que eles tinham missões praticamente individuais, então foi-se pensado em colocar como missão principal a reunião de pessoas em prol de um bem maior, fazendo assim dos mutirões um diferencial competitivo.

3.4. Prototipagem do aplicativo

O desenvolvimento do aplicativo foi realizado através do site FABAPP. A versão beta encontra-se em fase final de desenvolvimento na qual o usuário poderá encontrar os locais de reunião através de um GPS; ter acesso a listagem de missões diárias ou semanais; acessar um cronograma de encontro de mutirões com vários temas; acessar um álbum de fotos; além de uma interface com o Instagram, Site Oficial e Facebook.



Figura 4- Telas Menu, Inicial, Site e Facebook oficiais.

Para divulgação do APP nas redes sociais, foram criados vídeos que serão postados três vezes por semana para chamar as pessoas ao uso do app. Além disso, as empresas que possivelmente seriam beneficiadas pelo app serão convidadas por email marketing e contados pelas redes sociais das próprias.

O aplicativo contará com missões a cumprir e pontos de encontros, será uma forma de reconciliação do ser humano com o meio ambiente, fazendo com que cada ação gere uma experiência única para o participante. Poderá ajudar a educação ambiental, visto que alunos de diversas escolas poderiam participar dos eventos. As empresas parceiras poderão encontrar um canal para mostrar aos seus clientes sua preocupação com causas ambientais assim sendo mais bem quista, abrangendo sua clientela, diminuindo tributos pagos e melhorando sua imagem.

3.5. Validação

Foi realizado um levantamento a partir da plataforma Forms iniciada no período de 28 de Setembro até 12 de Outubro. A validação foi dividida em dois cenários distintos, o primeiro foi realizado com o público geral, que representou perguntas de caráter qualitativo e quantitativo em relação à prática social, meio ambiente e uso de aplicativo. O segundo consistiu de uma pesquisa qualitativa

realizado com empresas que impõem questões como notoriedade ambiental. A divulgação foi efetuada por meio de redes sociais.

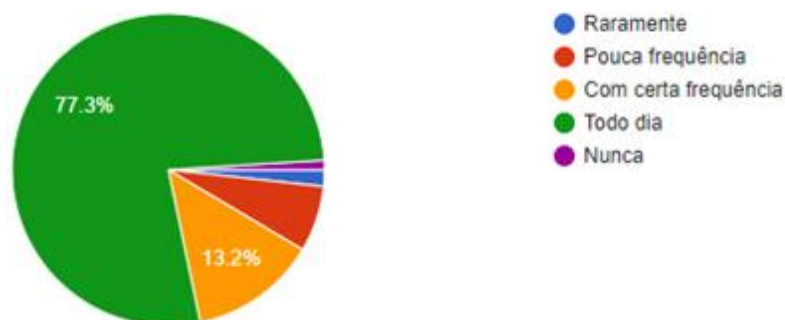
3.5.1. Pesquisa Validação Público Geral.

Dentre o público geral notou-se uma participação total de 410 pessoas, a maioria (37,1%) com idade entre 21 e 30 anos, 67,2% são do público feminino e 32,8% do público masculino. A classe social de mais da metade, cerca de 50,7% se encontra na Classe C: R\$ 2.005 - R\$ 8.640. Cerca de 77,3% das pessoas responderam que usam redes sociais todos os dias. O resultado das demais perguntas se encontra nas figuras abaixo:

Você usa redes sociais com qual frequência?

410 responses

Gráfico 1



Das alternativas marcadas na pergunta acima, você estaria disposto a encorajar as mesmas atividades na sua comunidade?

410 responses

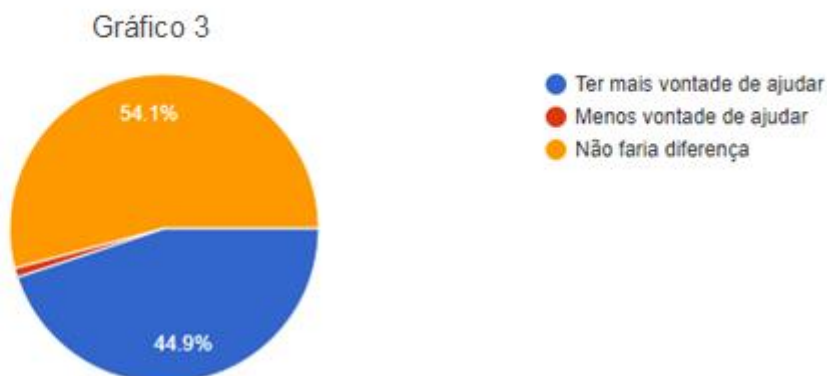
Gráfico 2



Figura 5- Gráficos Forms 1 e 2 da pesquisa de público geral

Em uma situação hipotética, durante a sua ação de ajuda ao meio ambiente ou à pessoas e animais carentes, você recebesse algum produto ou quantia em dinheiro como recompensa pela sua ação, isso faria você..

410 respostas



Levando em consideração as questões acima, você participaria de um evento ambiental na sua cidade organizado a partir de um aplicativo que possui as características de seu interesse?

410 respostas

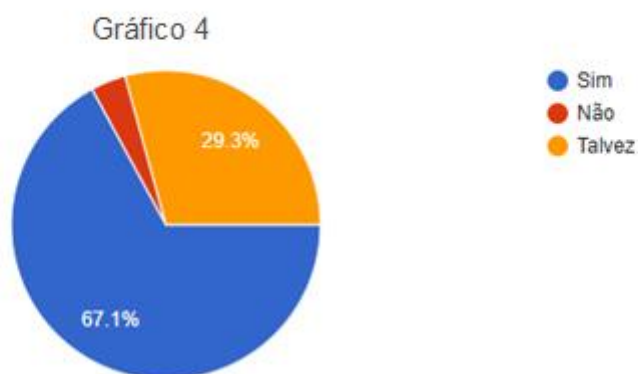


Figura 6- Gráficos Forms 3 e 4 da pesquisa de público geral.

O fator mais importante ao baixar um aplicativo foi de ser grátis, seguido de recomendação de amigos ou parentes e de um design de fácil compreensão. Isso foi levado em consideração na hora da construção do aplicativo colocando ícones auto-explicativos com instruções simples, disponibilizado em uma plataforma para uso e futuramente baixar grátis. Segundo Hogan (1995), a noção de sustentabilidade implica numa necessária interrelação entre justiça social, qualidade de vida, equilíbrio ambiental e a necessidade de desenvolvimento com respeito à capacidade de suporte. Dito isso temos uma noção positiva em relação ao fato de que o aplicativo ajudaria a melhorar a sustentabilidade da cidade e na educação ambiental também. Confirmando novamente as pesquisas referentes a pessoas que querem mudar seus hábitos para ajudar o planeta.

A forma de acesso às informações foram em sua maioria 89,3% redes sociais o que levou a criação também de outras plataformas suporte para o aplicativo como site oficial, instagram e facebook oficiais. Em relação as formas de ajuda optou-se por direcionar as primeiras atividades às ações que menos tiveram respostas sendo elas mais carentes de atenção porém não esquecendo jamais as primeiras. Ao final 67,1% concordaram em participar dos eventos, o que deu um resultado positivo para a criação do aplicativo e implementação do projeto, vendo que mais da metade se interessaria em ingressar nos mutirões.

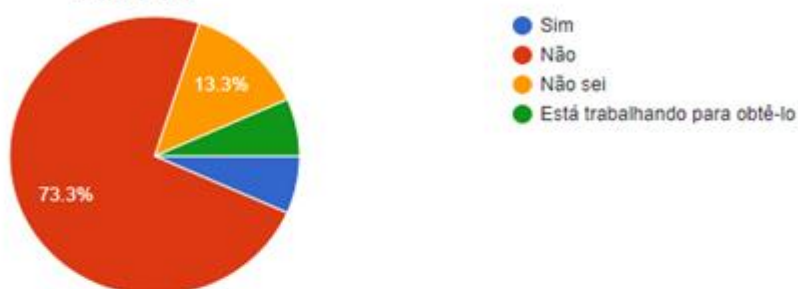
3.5.2. Pesquisa Validação Empresas

O resultado da pesquisa por parte das empresas constatou um total de 15 empresas participantes das quais a maior parte é do ramo alimentício, cerca de 20% seguido do ramo de atendimento ambulatorial. Cerca de 73% não possuem algum tipo de selo verde, e apenas uma o possui. Das 15 empresas, 73,3% possuem presença em redes sociais. Ao final 53,3% disseram que participariam do projeto, deixando abaixo outras respostas:

Segundo o SEBRAE, os "selos verdes" indicam que a empresa possui preocupações com a sustentabilidade. A sua empresa possui algum selo verde?

15 responses

Gráfico 1



A sua empresa tem presença em redes sociais?

15 responses

Gráfico 2

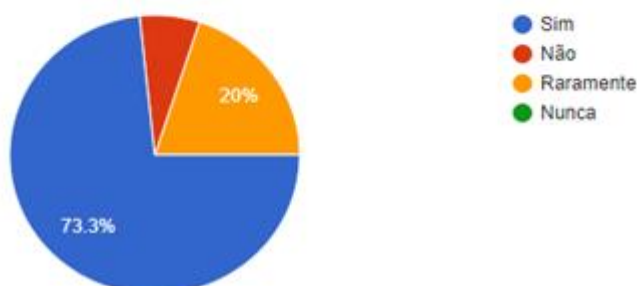


Figura 7- Gráficos Forms 1 e 2 da pesquisa das empresas.

A sua empresa participaria de eventos que promovem o engajamento de pessoas em prol da melhoria do meio ambiente e que trariam benefícios como os citados à cima para sua empresa?

15 respostas

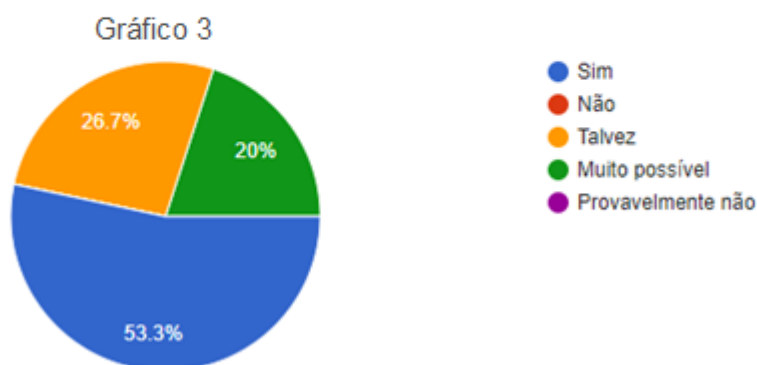


Figura 8- Gráfico Forms 3 da pesquisa das empresas.

As características da gestão socioambiental das empresas foram ser sustentáveis e ter diminuição da degradação causada pela própria empresa, ambas com 35,7%, levando a crer que a maioria não tem muitos aspectos ambientais corretamente mas que no final podem estar abertas a aprender e implementá-los.

73,3% tem presença ativa em redes sociais, o que seria um ótimo canal de divulgação tanto dos eventos quanto da marca Nature Turn e do que ela proporciona para ambas empresa e população. Pensam que participando de projetos ambientais traria vantagens aos seus negócios como atingir número crescente de clientes preocupados com natureza e aumentar a o valor da imagem corporativa da marca, as duas respostas com um percentual de 46,7%.

Finalmente, 73,3% das empresas não possuem nenhum tipo de selo verde, sendo que apenas uma o possui. Porém elas se mostraram interessadas e abertas tendo um resultado de 53,3% como positivo para participar do projeto.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo realizar a validação e prototipagem do aplicativo Nature Turn, envolvendo práticas ambientais em função da conscientização atribuída aos participantes. Por meio da ferramenta Canvas foi possível organizar e compreender todas as etapas necessárias como base de desenvolvimento e fatores

que influenciarão inicialmente no aplicativo como público alvo, atividades chave, canais e segmento de mercado.

Após a análise dos aplicativos concorrentes foi possível identificar características semelhantes que possibilitam maior interação do público-alvo, identificando como exemplo de benchmarking o aplicativo AMA (agentes do meio ambiente). Fazendo com que a Nature Turn apresentasse como diferencial o engajamento de encontro de mutirões e dar a possibilidade de empresas agregarem valor à suas marcas e outros benefícios como diminuição tributária. A validação a partir do Google Forms mostrou interesse e aceitação por parte do público envolvendo práticas ambientais e ganho de prêmios, já as empresas participantes mostraram desconhecimento ou não possuir a identificação de selo verde em suas empresas e por outro lado receptivas quanto a atuação em projetos sociais/ambientais acreditando fazer atingir por esse meio um número crescente de clientes.

Essa nova ferramenta vai auxiliar a conexão entre empresas e pessoas gerando maior incentivo por parte das primeiras e engajamento social partindo da premissa de conscientização ambiental e discernimento ecológico. Atua de forma a reduzir os impactos a natureza inibindo comportamentos retrógrados na tentativa da preservação do meio ambiente.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, P. T.; ANJOS, T. C.; LEITE, J. P.; GONÇALVES, A.; PADOVANI, C. R. Composição corporal, aptidão física e qualidade de vida em mulheres jovens em exercícios no minitrampolim. **Arquivos em Movimento**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 49-58. jul./dez. 2008

AMARAL, Rogério. Exposição privada nas redes sociais: uma análise sobre o facebook na sociedade contemporânea. **Universidade Estadual Paulista – Programa de Pós-graduação em Educação**. 2016.

APLICATIVOS, Fábrica de S/A. Fábrica de Aplicativos, c2013-2020. Página Inicial. Disponível em < <https://fabricadeaplicativos.com.br> > Acesso em 18 de Agosto de 2020

BRASIL, N. U. Nações Unidas do Brasil, c2020. Página inicial. Disponível em <https://brasil.un.org> Acesso em 20 de Outubro de 2020

CASTRO, H.A., GOUVEIA, N., & ESCAMILLA-CEJUDO, J. Questões metodológicas para a investigação dos efeitos da poluição do ar na saúde. **Rev. Bras. Epidemiol.**, 6(2), 135-149,2003.

CRUZ, Antonio. Photofiltre Studio X, [s.d]. Página para download. Disponível em < <https://br.ccm.net/download/baixaki-10-photofiltre-studio-x>> Acesso em 3 de agosto de 2020

CSN, c2020. Página Inicial. Disponível em <https://csn.com.br> Acesso em 20 de Outubro de 2020.

D'ANGELO, Pedro. Sustentabilidade: os consumidores estão preocupados com ações sustentáveis?. OpinionBox, Minas Gerais. 5 de Julho de 2019. Disponível em < <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-de-mercado-sustentabilidade/>> Acesso em 28 de Agosto de 2020

GESISKY, Jaime. Brasileiro quer ficar mais perto da natureza, diz pesquisa. WWF-BRASIL. 4 de Setembro de 2018. Disponível em <https://www.wwf.org.br/?67242/Pesquisa-WWF-Brasil-e-Ibope-Brasileiro-quer-ficar-mais-perto-da-natureza-mas-acha-que-ela-no-est-sendo-protegida_visto_no_dia_27/08/20> Acesso em 20de Agosto de 2020

LIGHTRICK,Ltd. Boosted, [s.d]. Página para download. Disponível em https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lightricks.videoboost&hl=pt_BR Acesso em 5 de Agosto de 2020

LLC, Icons8. Icons 8, c2020. Página inicial. Disponível em < <https://icons8.com.br/>> Acesso em 20 de Agosto de 2020

MAIA, Juliana Lúcio Motta; M. NETTO, Vinicius; COSTA, Bruno Lucian Gonçalves da. Forma urbana e poluição atmosférica: impactos na cidade do Rio de Janeiro. **urbe, Rev. Bras. Gest. Urbana**, Curitiba , v. 11, e20180145, 2019 .

McNAIR, C. J.; LEIBFRIED, K. H. J. Benchmarking: uma ferramenta para a melhoria contínua. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

MITCHAM, C. The concept of sustainable development: its origins and ambivalence. **Technology in Society**, v. 17, n. 3, p. 311-326, 1995

OSTERWALDER, Alexander. The business model ontology a proposition in a design science approach. **Universite de lausanne ecole des hautes etudes commerciales**. France. 2004

OTTOMAN, J. A. Marketing verde: desafios e oportunidades para nova era do marketing. São Paulo: **Makron**, 1994.

PESSINI, Leo; SGANZERLA Anor. Evolução histórica e políticas das principais conferências mundiais da ONU sobre o clima e o meio ambiente. **Revista Iberoamericana de Bioética**. n1, 01-14, 2016.

PISANI, J. A. Sustainable development – historical roots of the concept. **Environmental Sciences**, v. 3, n. 2, p. 83-96, 2006.

RETROSPECTIVA do consumo brasileiro em 2019. Nielsen Insights .23 de Dezembro de 2019. Disponível em <https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2019/retrospectiva-do-consumo-brasileiro-em-2019/> Acesso em 25de Agosto de 2020

SOUZA, RODRIGO. Análise dos Impactos de Emissões Atmosféricas Locais da Indústria Siderúrgica: Um Estudo de Caso no Rio de Janeiro. **Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

SUSTENTABILIDADE, Relatório de Inteligência. Sebrae, Certificações Verdes. Santa Catarina. Julho de 2016. Disponível em http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/2016_7_CERTIFICA%C3%87%C3%95ES_VERDE.pdf Acesso em 25/08/20

TRIVERS, R. The evolution of reciprocal altruism. *Q. Rev. Biol.* 46, 35-57,1971.

VIDAEAÇÃO, Pandemia faz nascer consumidor mais responsável com meio ambiente. Vida e Ação, 5 de Junho de 2020. Disponível em <https://www.vidaacao.com.br/pandemia-faz-nascer-consumidor-mais-responsavel-com-meio-ambiente/> Acesso em 26de Agosto de 2020

XAVIER, R. N.; CHICONATTO, Patrícia. O Rumo do Marketing Verde nas Organizações: Conceito, Oportunidades e Limitações. **Revista Capital Científico – Eletrônica**, Jan/Mar. v. 12, n. 1, 2014.

ZUCKERBERG, Mark. Facebook.c2020. Página Inicial. Disponível em <https://www.facebook.com> Acesso em 10 de Outubro de 2020

ZUCKERBERG, Mark. Instagra. c2020. Página Inicial. Disponível em <https://www.instagram.com/> Acesso em 10 de Outubro de 2020

WIX. c2006-2020. Página Inicial. Disponível em <<https://www.wix.com/>> Acesso em 10 de Outubro de 2020