

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE ZOOTECNIA E ENGENHARIA DE ALIMENTOS  
Departamento de Engenharia de Biosistemas – ZEB

**Avaliação pelos pares – EloRural**  
EcoFriendly e VR Farm Developing

Alice Almeida  
Amanda Alcântara  
Laura Barbosa  
Letícia Panosso  
Mônica Silva  
Sophia Carrijo

Pirassununga, SP  
Abril de 2020

## 1. EcoFriendly

### 1.1. Pontos fortes

- As questões de levantamento de mercado e justificativa são bem sólidas e não deixam dúvidas de que o potencial do mercado é amplo;
- A missão da empresa se destaca através do comprometimento com a sustentabilidade pelo fato de transformar resíduos plásticos em produtos para entretenimento PET, evidenciando a tendência de mercado;
- A pesquisa de mercado realizada pelo grupo foi excelente;
- Detalharam bem os produtos e o maquinário utilizado;
- Incentivo à reciclagem e à pegada ambientalmente correta;
- A boa localização e as parcerias com Pet Shops já consolidados formam um mercado sólido e com escoamento da produção, evitando uma loja física que teriam gastos com aluguel, manutenção etc.;
- Não possuem concorrentes diretos no sentido do negócio como um todo, podendo assim oferecer ao cliente um produto diferenciado;
- Produtos de alto valor agregado.

### 1.2. Pontos de melhoria e sugestões

- Precisam deixar mais claro de onde o material viria e onde seria essa estação para tratamento do material para adequá-los ao uso dos PETs, buscando detalhar como esses produtos de fato seriam feitos (como não existe produtos para PET, poderiam se basear no que já é feito com outros produtos de origem reciclável);
- O investimento inicial é um pouco alto e como sugestão o grupo indica a procura de editas que possam financiar em partes as ações. Achamos que o Venture Capital também nesse sentido pode ser um recurso interessante que já está acostumado com os riscos de um investimento. Essas ações seriam mais “pé no chão” do ponto de vista de financiamento para o negócio;
- Precisam avaliar como seria o preço do produto pensando em todos os processos, inclusive a parte de tratamento e distribuição, para que o produto ofereça de fato um diferencial em relação aos convencionais por um preço competitivo;

- Detalhamento de funcionamento do organograma pois está fraco a função de cada um dos departamentos; acreditamos que alguns deveriam ser separados, por exemplo: Marketing e Desenvolvimento de Produtos; Recursos Humanos e Suprimento de Produtos, assim evitaria sobrecarregar os departamentos e funções de cada um dele dentro da empresa;
- A empresa de vocês tem tudo a ver com sustentabilidade e podem trabalhar bastante em cima disso que é uma preocupação real da sociedade moderna! A sugestão é que não usem “sustentabilidade ambiental e social” porque a palavra sustentabilidade é a capacidade de um processo ou sistema como um todo ser sustentável, ou seja, ela por si já engloba o ambiental e social. A WWF nesse sentido tem bastante coisa que achamos interessantes e que podem ser válido vocês usarem como recurso para ter um embasamento teórico mais sólido e justificar certinho ([https://www.wwf.org.br/participe/porque\\_participar/sustentabilidade/](https://www.wwf.org.br/participe/porque_participar/sustentabilidade/));
- Vimos que uma das questões era o desconhecimento da marca e achamos que isso vocês podem atrelar justamente com a questão do sustentável e direcionar em ações de marketing para alavancar os produtos e o enfoque nos trabalhadores informais responsáveis pela reciclagem; podem ainda voltar as ações de MKT para a reciclagem em casa, pensando em descontos com uma logística reversa: o comprador que levar certos produtos usados para produção dos produtos PET obtém algum desconto em sua próxima compra;
- Pensar na resistência dos produtos e buscar melhorias para oferecer um produto com maior durabilidade que justifiquem o valor do produto, diferenciando-o do que poderia ser feito em casa e também dos convencionais;
- Repensar o cronograma que está apertado para realização das atividades propostas, detalhando os projetos de investimento;
- Falta apresentar cada tópico do Canvas e falar mais sobre o relacionamento com o cliente.

1.3. Nota final (de 0 a 10)

Média geral do grupo: 7,8

## **2. VR Farm Developing**

### **2.1. Pontos fortes**

- A empresa tem bem alinhado o seu objetivo e as suas metas em sua proposta;
- O negócio é uma tendência de todos os mercados;
- Potencial inovador;
- Praticidade;
- Não possuem concorrentes diretos de utilização dessa tecnologia no meio agro;
- Cronograma é bem detalhado e pensando na realidade de realização.

### **2.2. Pontos de melhoria e sugestões**

- Com relação ao cronograma, foi realizado um cronograma de atividades a serem realizadas pela empresa e não do financiamento em si; ainda sobre o financiamento, precisam justificar melhor o porquê do apoio financeiro pois só o termo tecnologia não abrange o que a empresa faz e não justifica qualquer apoio;
- Acesso à internet/tecnologia é escasso em algumas regiões, precisam pensar em soluções para possíveis imprevistos tecnológicos;
- Detalhar mais o Canvas para que os futuros investidores consigam entender o que o negócio propõe, principalmente já que muitas funções são terceirizadas, como os óculos e a programação;
- Pensar nos outros sentidos, não só na visão e audição que são abordados na tecnologia, principalmente, pensando na produção animal, quais as influências de não se ter todas as experiências relacionadas ao animal;
- Apesar de não possuir concorrentes diretos, por enquanto a tecnologia abrange muito apenas o grande proprietário, excluindo o médio e o pequeno que com certeza também se beneficiariam desse tipo de serviço, principalmente, se ele deseja adquirir melhorias para seu sistema produtivo. Geralmente o grande já tem muitos recursos (não só tecnológicos mas humanos) de ponta, podendo tornar a ferramenta obsoleta. Precisam assim, pensar no custo quando comparado com a capacitação tradicional (seria interessante

realizar um estudo comparativo de preços dos serviços oferecidos). Uma forma de baratear o custo tanto para a empresa quanto para o produtor seria ter manejos básicos desenvolvidos (ex. funcionamento do sistema carrossel para bovinos de leite, manejos básicos para o leitão recém-nascido, manejo no transporte de bovinos de corte etc.) e fornecer isso em forma de cursos de difusão, como algumas empresas de reprodução fazem, por exemplo. Ofereçam também serviços que não sejam tão corriqueiros para as propriedades porque os manejos habituais sempre vão ter um aprendizado “hereditário”;

- Como lidarão com a baixa adesão, já que para um negócio ser economicamente viável é necessário ter escala? Atividades tecnológicas na propriedade rural são específicas e fica de difícil predição quanto a utilização em relação da tecnologia. Nesse sentido, poderiam pensar em parcerias com a empresa de consultoria para oferecer esse serviço nas propriedades como inovação, serviço diferenciado etc. e também em parcerias com as empresas que fabricantes do maquinário, uma vez que, dependendo da tecnologia, a própria fabricante já fornece um serviço de treinamento para o cliente. A nossa sugestão é que vocês sejam parceiros dos seus principais concorrentes: os fabricantes e consultores.

2.3. Nota final (de 0 a 10)

Média geral do grupo: 8