



Plano de Negócios do aplicativo

---

Matheus Lima Machado  
Nathaly Veneruchi Garcia

FACOM - UFMS  
Campo Grande - MS  
30/05/2018



## Descrição

Este documento é um Plano de Negócios de um empreendimento fictício: a inserção de um aplicativo no mercado de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Foi realizado para o cumprimento de um trabalho prático da disciplina Empreendedorismo, no curso de Engenharia de Software. Essa última, que foi ministrada pelo professor Francisco Vasconcellos, pela Faculdade de Computação (FACOM) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.



## Sumário

<b>Descrição</b>	<b>1</b>
<b>Sumário</b>	<b>2</b>
<b>Sumário Executivo</b>	<b>4</b>
Conceito do Negócio	4
Análise de Mercado	4
Plano de Marketing	4
Estrutura Organizacional	4
Plano de Implantação	5
Plano Financeiro	5
<b>Conceito do Negócio</b>	<b>6</b>
O Público-alvo	6
Qual é o problema?	7
O aplicativo como solução	7
Planos de Assinaturas Mensais	8
<b>Análise de Mercado</b>	<b>9</b>
Mercado Atual	9
Concorrência	12
<b>Plano de Marketing</b>	<b>13</b>
Por que o Pittinus?	13
Compradores	13
Praça	13
Promoção	14
Expectativa de vendas	14
<b>Estrutura Organizacional</b>	<b>16</b>
Missão	16
Visão	16
Futuro do App	16
Propriedade intelectual	16
Parcerias	16
Perfil Individual dos Sócios	17
Equipe	17
Infraestrutura	18



<b>Plano de Implantação</b>	<b>19</b>
Fases	19
Riscos	20
<b>Plano Financeiro</b>	<b>21</b>
Renda	21
Investimento Inicial	21
Retorno	21
Projeção de Fluxo de Caixa	22
<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>24</b>



## Sumário Executivo

### Conceito do Negócio

O Pittinus é um aplicativo que facilitará a adoção de animais de Campo Grande - MS. É destinado a pessoas que desejam adotar ou ajudar em nossa causa. O app vai permitir que o usuário entre em contato facilmente com os responsáveis pelos animais, sejam eles uma ONG ou não. Ao mesmo tempo, irá permitir que quem já possui um pet, ajude na causa, compartilhando um caso de adoção em suas redes sociais, ou então, reportando um animal que encontrou perdido nas ruas. O app ainda oferecerá aos seus usuários um sistema de recomendação de serviços (destinados aos seus cachorros e gatos) para que, enquanto ajuda outros bichos, possa cuidar bem dos que tem em sua casa.

### Análise de Mercado

Pesquisas revelam que cada vez mais o brasileiro está adotando cães e gatos, e que o consumo de produtos destinados a eles tendem a crescer. Na cidade de Campo Grande, o cachorro é o preferido e a população se mostra aberta à acolher um pet como novo membro da família, demonstram também muito interesse em nosso aplicativo como ferramenta para encontrar seus novos animais de estimação.

### Plano de Marketing

Precisamos que os Provedores de Serviços para pets na cidade sejam aliados em nossa missão. Eles serão a principal fonte de renda do aplicativo, o combustível para que o Pittinus continue operando. Serão realizadas visitas, campanhas e telefonemas para que fiquem do nosso lado. Estaremos nas redes sociais, buscando conscientizar a população campo-grandense e divulgar nosso trabalho. E os que sentirem que precisam ajudar, é só baixar o app nas principais lojas virtuais de aplicativos, gratuitamente!

### Estrutura Organizacional

Dois sócios e um estagiário serão a equipe inicial do projeto. Matheus Machado e Nathaly Veneruchi são formados em Engenharia de Software pela UFMS, e o estagiário será da área da computação. Com o crescimento da empresa, um time maior e com mais especialidades será criado. O aplicativo será desenvolvido em uma sede no Centro da cidade, com um servidor externo para o armazenamento de dados.



## Plano de Implantação

Após o investimento inicial, será implementado as principais funcionalidades em até 3 semanas, e em 5 semanas o aplicativo estará pronto para uso. Depois disso, um teste de mercado será feito e será realizado algumas de nossas estratégias de marketing em um grupo pequeno de moradores da cidade. Se tudo ocorrer bem, daremos continuidade ao empreendimento. Identificamos alguns riscos para o nosso negócio, e tentaremos minimizá-los.

## Plano Financeiro

A nossa empresa não tem fins lucrativos, e para lançar o Pittinus no mercado vamos precisar de um investimento inicial de 26 mil reais. Contaremos com a ajuda da população para recebermos doações em dinheiro. Iremos investir de 1000 a 3000 reais em Marketing, para que a cidade conheça nosso projeto. Caso consigamos arrecadar mais do que necessário para manter nossas despesas e a manutenção do app, o dinheiro será convertido em doações para ONGs de proteção aos animais em Campo Grande.



## Conceito do Negócio

### O Público-alvo

Se distingue em 4 grupos, que estão divididos em 2 categorias: Indireto e Direto:

Indireto:

- *Possíveis Adotantes*: pessoas maiores de 18 anos, que possuem condição financeira e psicológica para cuidar de um animal de estimação, que morem em uma casa com mais de 1 morador e que estão pensando em adotar um animal de estimação.
- *Simpatizantes da Causa*: pessoas que se sensibilizam com a causa e desejam ajudar a divulgar os animais que estão para adoção e desaparecidos, e reportar um animal encontrado. Os simpatizantes que tiverem animais de estimação, poderão usufruir do sistema de recomendação de serviços para pets na cidade.
- *ONGs*: instituições de proteção aos animais que desejam que seus pets acolhidos sejam doados de forma segura, e que estejam necessitando de doações.

Direto:

- *Provedores de Serviços*: donos de petshops, adestradores, passeadores de cães, fabricantes de ração, médicos veterinários e qualquer marca que trabalha com serviços ou produtos para animais de estimação, que sejam simpatizantes da causa e tenham interesse em divulgar seu serviço/produto enquanto contribui com a missão do aplicativo.

Para melhor identificar o grupo dos *Possíveis Adotantes*, foi feita uma Segmentação a partir de uma consulta de dados de uma pesquisa chamada: "Perfil e padrão de comportamento dos brasileiros na interação com seus pets". A tabela 1 mostra a atribuição de valor por segmento.

		Mora com alguém		Mora sozinho	
		Casa	Apartamento	Casa	Apartamento
Gato	Homem	MÉDIO	RUIM	RUIM	RUIM
	Mulher	BOM	MÉDIO	RUIM	RUIM
Cachorro	Homem	BOM	MÉDIO	RUIM	RUIM
	Mulher	MÉDIO	MÉDIO	RUIM	RUIM

Tabela 1



## Qual é o problema?

Os *Possíveis Adotantes* possuem vontade de adotar, mas muitas vezes não conseguem se informar da disponibilidade de um animal para adoção. Os *Simpatizantes da Causa*, por vezes não podem adotar um animal que encontrou nas ruas e recorrem às redes sociais para procurar outro dono e nem sempre conseguem. Essas pessoas também tentam ajudar donos, que perderam seus animais de estimação, compartilhando fotos dos desaparecidos em seus grupos de conversa de seus aplicativos e em suas redes sociais. As *ONGs* sofrem para conseguir que seus animais sejam adotados e estão sempre necessitando de doações. E os *Provedores de Serviços* necessitam divulgar seus produtos e serviços.

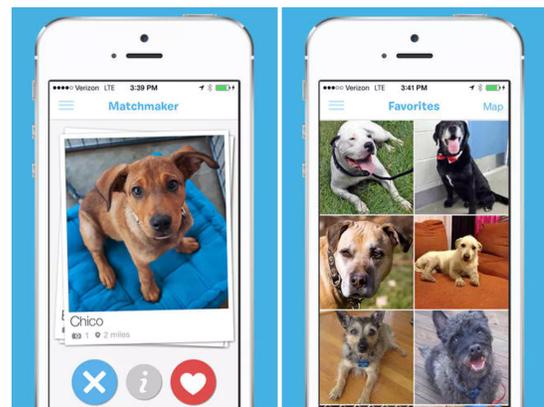
## O aplicativo como solução

O Pittinus surge para diminuir os empecilhos que atrapalham a adoção dos animais. Para isso, o aplicativo terá funcionalidades que irão centralizar as soluções para essas necessidades do público-alvo. Será possível que as *ONGs* cadastrem seus animais para que possam ser adotados e recebam doações em dinheiro de simpatizantes da causa. Haverá uma seção de animais desaparecidos no app, que possuirá fotos desses animais, sendo possível que o usuário abra um chat para conversar com o dono do animal e informar o paradeiro dele. Também haverá a possibilidade de reportar um animal encontrado.

Assim que o usuário efetuar o login no app, será apresentado à tela Home. Nessa tela ele verá duas barras fixas no topo da tela, onde ele terá acesso à seção de adoção de animais e à seção de “Serviços”. Abaixo dessas barras terá um feed de notícias de rolagem vertical onde serão feitos anúncios: dos contribuintes (que assinaram o plano Premium); dos animais recém adicionados para adoção; dos encontrados/desaparecidos; das *ONGs* protetoras de animais na cidade; de feiras de adoção e outros eventos que possam ser de interesse do aplicativo.

Na seção de “Serviços”, o usuário poderá escolher a categoria do serviço que procura e lhe será apresentado uma lista deles, podendo ser submetida à filtros: melhores avaliados, mais próximos e etc. Um banner rotativo ficará no topo dessa lista, mostrando os *Provedores de Serviços* que assinaram o plano Boost.

A seção de adoção funcionará de forma análoga a aplicativos de “dating”, de modo que o usuário conheça os animais que estão para adoção através de “cartões”. Cada cartão mostra uma foto principal do animal, e ao clicar nele é possível ver uma breve descrição. Haverá opções de filtros apenas para espécie (cachorro ou gato) e porte do animal (no caso dos cachorros). O Pittinus usa uma linguagem informal com o





usuário, gerando um ambiente descontraído e casual. Ao se interessar pelo animal mostrado, o usuário deve arrastar o cartão para à direita (marcando como “gostei”), ou para a esquerda (marcando como “talvez mais tarde”) os que não. Os animais marcados com “gostei” serão adicionados à uma lista de favoritos, onde o usuário poderá entrar em contato com os proprietários do animal, seja uma pessoa ou uma ONG.

Em meio à mostra de animais, serão feitos anúncios dos serviços dos *Provedores de Serviços* (que assinaram o plano Premium). Os anúncios serão mostrados esporadicamente (também em forma de “cartões”). Se passado para a direita (marcando “Ver depois”) o serviço será adicionado para a lista de “Coisas Interessantes”, e se para a esquerda (marcando “talvez mais tarde”).

A dinâmica de cartões, usada nos aplicativos de “dating”, foi escolhida por já ser conhecida por grande parte das pessoas; por ser intuitiva; e por possibilitar que o usuário veja um animal de cada vez, garantindo que o usuário dará o mínimo de atenção para cada um deles - aumentando a probabilidade de adoção.

## Planos de Assinaturas Mensais

Para utilizar o aplicativo, o público-alvo Indireto não precisará pagar qualquer valor, diferente do Direto. *Provedores de serviços* terão 3 opções de planos mensais:

O plano Básico, com o valor de R\$ 18,00, dará direito ao provedor de ter o seu serviço adicionado à lista de sua categoria. Poderá exibir: nome da marca da empresa/empreendedor; endereço; e-mail e telefone.

O plano Boost, com o valor de R\$ 26,00, dará direito ao provedor de ter o seu serviço adicionado à lista de sua categoria e ainda ser adicionado no banner rotativo de principais serviços de sua categoria. Poderá exibir tudo o que o plano Básico já permite, mais: fotos; redes sociais e link para seu site.

O plano Premium, com o valor de R\$ 36,00, dará direito ao provedor de ter o seu serviço adicionado à lista de sua categoria; de ser adicionado no banner rotativo de principais serviços de sua categoria; ser mostrado esporadicamente em um “cartão” durante a exploração dos animais para adoção; e ainda aparecerá no feed de notícias na sessão home do aplicativo. Poderá exibir tudo o que o plano Boost já permite, e ainda um vídeo promocional.

Esses preços promocionais serão válidos nos 3 primeiros meses após a implantação do aplicativo, depois os preços serão atualizados: o plano Básico passará a valer R\$ 22,00; o plano Boost passará a valer R\$ 30,00 e o plano Premium passará a valer R\$ 40,00.



## Análise de Mercado

### Mercado Atual

Alguns dados interessantes de uma pesquisa sobre consumo de produtos de petshop no Brasil, mostram que o número de pessoas que possuem animais de estimação é alto, e a tendência é que cresça cada vez mais:

- Existem mais de 100 milhões de cães e gatos nos lares brasileiros. O número é superior ao de crianças (cerca de 60% segundo dados do IBGE de 2010).
- 41% dos cães foram adotados e 85% no caso dos gatos, apenas 3% das pessoas que têm gatos, pagaram por eles.
- Em 44% das casas, vive pelo menos um animal.
- Segundo a OMS, existem 30 milhões de animais vivendo nas ruas, sendo 20 milhões de cachorros e 10 milhões de gatos.
- O IBGE estimou que a população de cachorros em domicílios brasileiros em 52,2 milhões, o que dá uma média de 1,8 cachorro por domicílio que tem pelo menos um cão.

Além dos dados do número de animais que possuem lar e que estão para adoção, outros dados interessantes são do crescimento do consumo com produtos de petshop por classe social. O potencial de consumo refere-se apenas ao consumo domiciliar, ou seja, às compras de pessoa física junto a varejistas do ramo e inclui compra de animal doméstico, vacina, banho e tosa, gastos com veterinário, ração, xampu, brinquedos e acessórios.

Potencial anual de consumo para animais de estimação por classe

Classe	Número de domicílios urbanos	% Domicílios	Potencial consumo (R\$ bilhões)	% Potencial de consumo
A	1.398.055	2,72	864,23	13,05
B	12.916.180	25,11	2.767,99	41,8
C	27.040.220	52,56	1.980,44	29,91
DE	10.087.588	19,61	1.009,32	15,24
Brasil	51.442.043	100	6.621,98	100

Fonte: Pyxis Consumo - Versão 2013 - IBOPE Inteligência

Durante o ano de 2013, os brasileiros gastaram R\$ 6,21 bilhões com animais de estimação, de acordo com estimativas do Pyxis Consumo. O consumo por habitante desses produtos foi de R\$ 40,43 no ano de 2013, 12% a mais do que em 2012.

A classe B, que representa 25% dos domicílios do país, demonstrou possuir o maior potencial de consumo: R\$ 2,76 bilhões, o que representa 42% do total consumido no Brasil.



Em seguida vem a classe C, responsável por 53% dos domicílios em área urbana, com R\$ 1,98 bilhão (30% do consumo).

A pesquisa também demonstrou que a região Sudeste do país, possui o maior potencial de consumo. A região Centro-Oeste apresentou um potencial de consumo de R\$ 565,20 milhões, e R\$ 43,8 de consumo per capita (reais/habitantes) por ano.

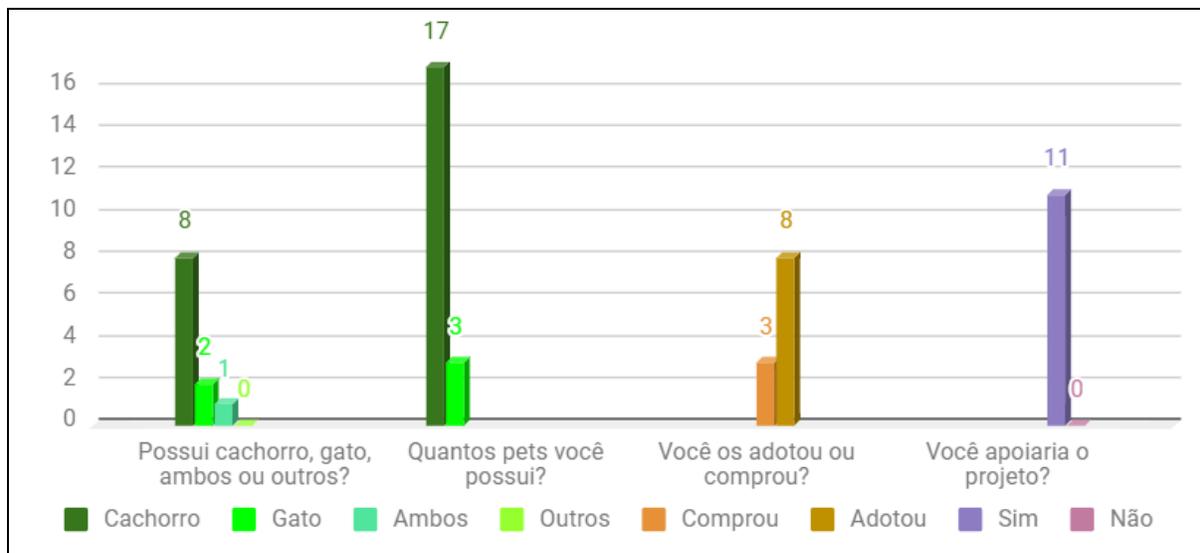
A nossa empresa realizou uma pesquisa de mercado com duas pequenas amostras, a primeira, de pessoas que já possuem animais de estimação em casa e a segunda de pessoas que não possui. A primeira (que já possuem pets) foi feita com 11 pessoas, e foram feitas as seguintes perguntas:

1. Possui cachorro, gato, ambos ou outros?
2. Quantos?
3. Você os adotou ou comprou?
4. Você apoiaria o projeto?

A tabela 3 mostra os resultados levantados e o Gráfico 1 ilustra.

Perguntas	Cachorro	Gato	Ambos	Outros	Comprou	Adotou	Sim	Não
Possui cachorro, gato, ambos ou outros?	8	2	1	0				
Quantos pets você possui?	17	3						
Você os adotou ou comprou?					3	8		
Você apoiaria o projeto?							11	0

**Tabela 3**



**Gráfico 1**



A segunda pesquisa (com pessoas que ainda não possuem pets), foi realizada com 10 pessoas. Foram feitas as seguintes perguntas:

1. Você gostaria de ter um animal?
2. Se sim, você adotaria ou compraria?
3. Tem preferência por gato, cachorro ou ambos?
4. Você apoiaria o projeto?

A tabela 4 mostra os resultados levantados e o Gráfico 2 ilustra.

Perguntas	Cachorro	Gato	Ambos	Compraria	Adotaria	Sim	Não
Gostaria de ter um animal?						7	3
Você adotaria ou compraria?				3	4		
Tem preferência por gato, cachorro ou ambos?	5	1	1				
Você apoiaria o projeto?						10	0

Tabela 4

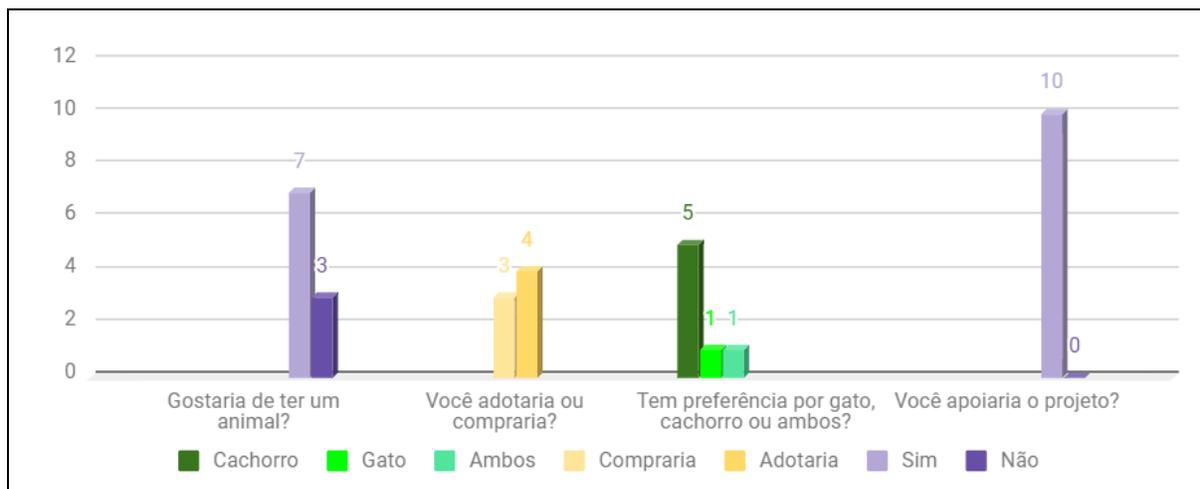


Gráfico 2

Com as duas pesquisas foi possível perceber: que a **adoção** tem maior preferência entre os participantes, em relação à **compra** de animais; das pessoas que não possuem animais de estimação, a maioria tem o desejo de ter; grande parte dos participantes preferem cachorros; e houve total apoio ao nosso projeto. Por conseguinte, se mostra favorável a implantação do aplicativo na cidade de Campo Grande.



## Concorrência

No início do amadurecimento de nossas ideias, exploramos alguns aplicativos que julgamos similares ao nosso, o resultado foi que encontramos aplicativos que, em nossa visão, não souberam aplicar suas funcionalidades no país inteiro e acabaram não tornando-as eficientes para a maior parte do território nacional. A maioria aparentava ser de nível amador. A tabela 5 é um quadro comparativo entre esses apps. Foram selecionados os que estavam presentes na Play Store, com uma marca de pelo menos “+100 downloads” e avaliação maior que 4,0.

Aplicativo	Origem	Sistema de recomendação de Serviços	Qtd de Serviços encontrados em Campo Grande	Qtd de animais para adoção em Campo Grande
PETO	Estrangeira	Presente	0	0
Pet Adopter	Estrangeira	Inexistente	não se aplica	0
AdotePET	Brasileira	Inexistente	não se aplica	0
Amigos Protetores	Brasileira	Inexistente	não se aplica	0
Meu4Patas	Brasileira	Presente	0	0
Pet.me	Brasileira	Presente	20	1
PetIdeal	Brasileira	Presente	0	0

**Tabela 5**

A nossa grande vantagem competitiva é que o Pittinus vai operar exclusivamente em Campo Grande, então possuíra um grande leque de serviços cadastrados e de animais para doação. Diferente do que foi observado nos apps já disponíveis no mercado, dos quais a maioria não apresentou serviços e animais, em seus registros, disponíveis na região da capital de Mato Grosso do Sul.

Quando o nosso aplicativo se consolidar em Campo Grande, e decidirmos ampliar um dia para o Estado e depois para o País, faremos isso com uma grande experiência de mercado, o que irá nos proporcionar uma excelente vantagem competitiva no mercado nacional.



## Plano de Marketing

### Por que o Pittinus?

O público-alvo direto, ou seja os *Provedores de Serviços*, precisam de clientes, e para isso precisam divulgar seus serviços a fim de conquistar uma quantia estável ou crescente de clientes. Terem o nome da marca de seus serviços/produtos associada a um app que tem como missão ajudar animais de rua - uma atitude considerada nobre pela maior parte da população - e ainda ser divulgado no mercado é um ótimo negócio para eles.

Um aplicativo que centraliza a grande maioria dos serviços voltados a animais de estimação num só lugar, e que ainda faz isso utilizando um sistema de recomendação seria uma ótima ferramenta para os donos dedicados de pets em Campo Grande. A paixão pelos pets vem crescendo na cidade, hoje já é possível levar os caninos para passear até nos Shoppings da capital, o que não era possível há alguns anos atrás. Utilizar o Pittinus, tendo acesso ao seu sistema de recomendação no conforto de um smartphone, e ao mesmo tempo podendo adotar novos animais; recomendar animais para possíveis donos; reportar animais encontrados e ainda fazer doações, ou seja, contribuir com a nossa missão, com certeza seria gratificante para nosso público-alvo (indireto). Quem mais ficaria feliz com tudo isso com certeza seriam as ONGs protetoras de animais e principalmente eles, os pets.

### Compradores

O grupo *Provedores de serviços* serão os principais responsáveis pela renda do aplicativo. Eles usufruirão dos seguintes serviços: anúncios esporádicos de suas marcas e sistema de recomendação.

### Praça

O aplicativo ficará disponível para download (gratuito) nas lojas virtuais: Play Store e App Store. O público-alvo poderá ser redirecionado para a página do Pittinus nessas lojas virtuais através de um link no site do aplicativo. Os interessados em divulgar suas marcas deverão entrar em contato conosco através de nossas redes sociais ou em nosso próprio aplicativo, na seção "Divulgue sua marca".



## Promoção

### I. Foco Y: Público-alvo Indireto

Para atingir o grupo formado pelos *Possíveis Adotantes* e *Simpatizantes da Causa*, as primeiras divulgações ocorrerão no âmbito das redes sociais em forma de anúncios. Será contratado o serviço de anúncios do Facebook para que um vídeo do aplicativo seja passado no feed de notícias do público-alvo que utiliza o Facebook. O mesmo tipo de serviço será contratado no Instagram. Esses dois serviços contratados terão visibilidade apenas para os usuários que moram em Campo Grande - MS.

O aplicativo possua uma página no Facebook, Instagram e Twitter, com o objetivo de divulgar o app e de interagir com as pessoas que tenham interesse no aplicativo e queiram saber mais sobre como funciona. As interações se darão de forma personalizada, isto é, citando o nome da pessoa que se está interagindo, e utilizando de artifícios para que possa ser gerado um interesse no possível usuário do Pittinus, como:

- uso de emoticons positivos (:], :), ;), :D);
- uso de pontuações como ! e ?;
- uso de hashtags;
- disponibilização de links para que seja feito o download do app ou para redirecionar a pessoa ao site do app.

Outra estratégia de marketing para promover o aplicativo, será entrar em contato com alguma figura pública da cidade que seja famosa nas redes sociais. Pedindo para que divulgue o Pittinus e principalmente sua missão. Será negociado valores para que seja feita essa divulgação.

Cartazes serão espalhados pela cidade, em balcões de petshops, nos shoppings da cidade, em ONGs de proteção a animais, Centro de Controle de Zoonoses de Campo Grande, feiras de adoção e etc. Campanhas, realizadas em parceria com ONGs, serão feitas em colégios da capital - sendo eventos os quais a participação dos pais dos alunos será crucial.

### II. Foco X: Público-alvo Direto

As estratégias já citadas poderá alcançar outros grupos de nosso público-alvo, as ONGs e os *Provedores de Serviços*. Porém, junto a tudo isso, serão realizadas visitas às ONGs de proteção aos animais para que conheçam nosso trabalho e telefonemas, encontros e visitas aos possíveis *Provedores de Serviços*.

## Expectativa de vendas

A partir de pesquisas utilizando a ferramenta Google Maps, foi feita uma estimativa da quantidade de *Provedores de Serviços* na cidade. A Tabela 6 mostra com detalhes.

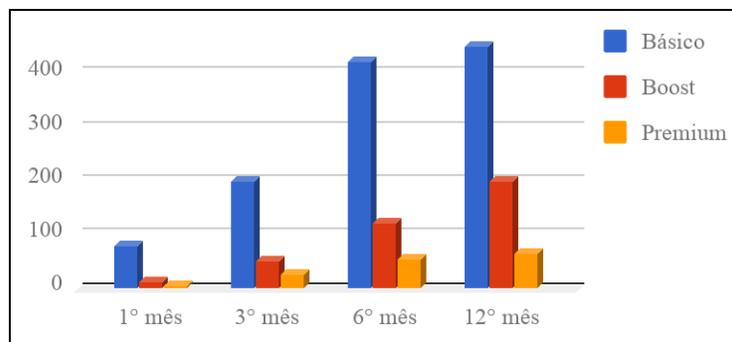


	Quantidade
Pet Shops	220
Adestradores	30
Passeadores	100
Pet Sitters	80
Pet Hotéis	60
Veterinários	250
Fabricantes de Ração	10
Total	750

**Tabela 6**

Então a estimativa para o total de compradores é 750. Com base nisso, foram feitas projeções de vendas, da quantidade de assinantes para cada plano de assinatura, no 1º, 3º, 6º e 12º mês após a implantação do aplicativo no mercado. A tabela 7 descreve os dados com detalhes. O gráfico 3 ilustra o desempenho das vendas.

Plano de assinatura	1º mês	3º mês	6º mês	12º mês
Básico	80	200	420	450
Boost	10	50	120	200
Premium	5	25	55	65

**Tabela 7****Gráfico 3**



## Estrutura Organizacional

### Missão

A empresa surgiu com o intuito de contribuir com a causa da diminuição do número de animais abandonados, cães e gatos, vivendo em situação de risco nas ruas de Campo Grande. Para isso, oferece uma plataforma digital que facilitará o contato entre simpatizantes da causa e as ONGs de proteção aos animais da cidade. O foco principal da empresa é encontrar um lar para os animais resgatados, de forma a diminuir o número de animais nos centros de proteção, que estão lotados na cidade.

### Visão

Queremos ser um grande aliado na luta pela causa, ajudando o maior número possível de animais a serem adotados em Campo Grande. Almejamos ser a principal forma de contato entre quem quer ajudar e quem faz o bem pelos animais. No futuro, pretendemos evoluir a empresa para todo o Estado de Mato Grosso do Sul e então para o país inteiro.

### Futuro do App

Objetivamos a evolução do aplicativo e inovação do serviço de adoção, facilitando e deixando ainda mais seguras as adoções. Também buscamos um marketing que atraia muitas pessoas ao objetivo principal do negócio.

### Propriedade intelectual

A empresa terá sua forma jurídica como Sociedade Limitada. O nome do aplicativo será registrado no INPI.

### Parcerias

As parcerias que buscamos são de locais que queiram colocar sua marca para divulgação em nosso aplicativo, mediante uma contribuição. Terceirizados que querem uma renda extra e assim contribuir para o bom andamento e evolução do aplicativo, e as parcerias diretas com pessoas que apoiem o aplicativo e concordem com sua missão e que possam contribuir com seu desenvolvimento, e sua manutenção.



## Perfil Individual dos Sócios

### **Matheus Lima Machado**

Formado em Engenharia de Software pela UFMS em 2018.

#### **Experiências**

*Estágio na AGETIC, empresa da UFMS*

Como suporte de Infraestrutura de Redes.

*Estágio na Jera*

Como programador júnior em projetos Android como Beblue e MaxMilhas.

*Integrante em projeto autônomo*

Como programador de um projeto Android chamado Match&Play. Um aplicativo capaz de encontrar parceiros de jogos para seus usuários. Integraram o grupo de desenvolvimento 2 graduandos de Engenharia de Software.

*Apresentador de Projeto*

Apresentou alguns projetos desenvolvidos na Jera no evento StartUp Day, em Campo Grande - MS.

### **Nathaly Veneruchi Garcia**

Formada em Engenharia de Software pela UFMS em 2018.

#### **Experiências**

*Estágio em QlikTec*

Como analista de Banco de Dados, e analista de Business Intelligence.

*Estágio em Tribunal Regional do Trabalho do MS*

Como manutenção dos sistemas do TRT.

*Contrada em AZ*

Como analista de sistemas.

## Equipe

A sócia Nathaly vai se dedicar em maior parte às tarefas administrativas de venda; enquanto o outro sócio, Matheus, será o responsável pela parte técnica. A princípio apenas um estagiário ou recém formado (na área da computação) será contratado para auxiliar na execução das tarefas. A medida que as necessidades da empresa forem surgindo existem planos de ampliar o quadro de pessoal.

Pretende-se, com 1 ano de criação do app, a formação de uma nova equipe dividida em 3 times, um de desenvolvimento do aplicativo, outro para a logística e administração, e mais um de marketing. O time de desenvolvimento será pequeno, dois desenvolvedores e um testador. Logística e administração será de função dos donos do projeto, Nathaly e



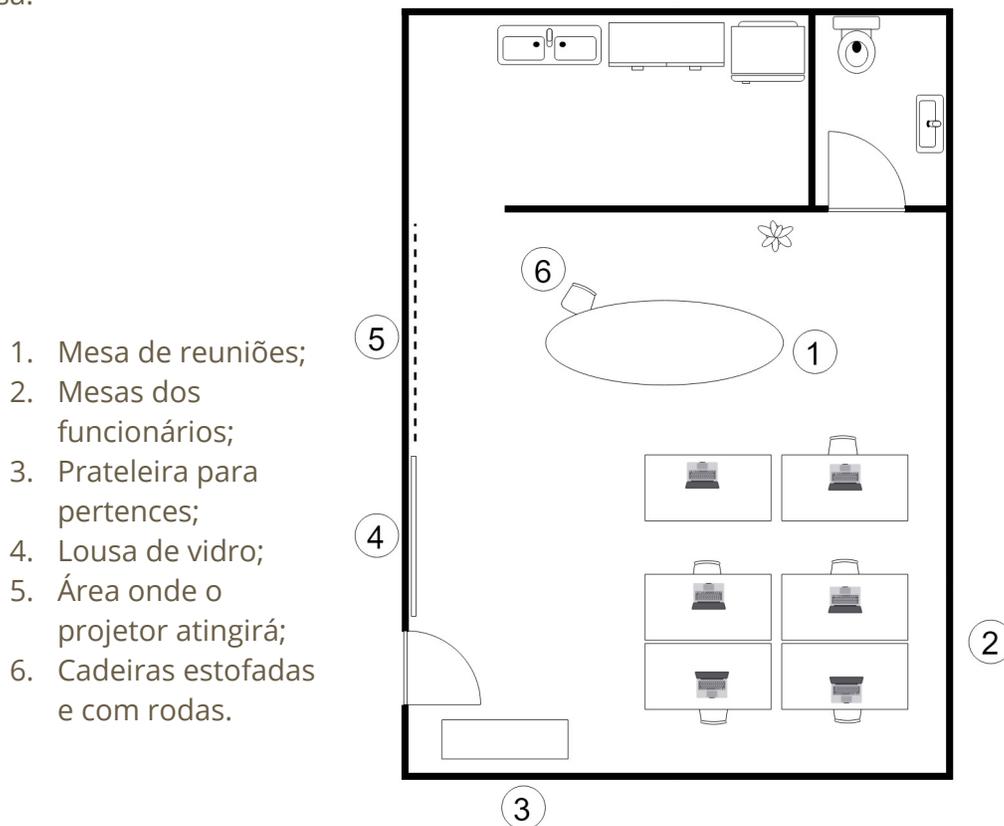
Matheus. Marketing será uma pessoa responsável, um estagiário do curso de publicidade e propaganda ou recém formado na área.

Sobre o quadro de investidores, é de onde o aplicativo tira sua maior renda, que pode ser através de doações de contribuintes, isto é, pessoas que se sensibilizam com o projeto e querem ver ele crescer cada vez mais e os Prestadores de Serviços.

## Infraestrutura

A empresa necessita de uma sede (para alugar, já equipada com cozinha e banheiro) que possa ocupar inicialmente 3 mesas, 3 cadeiras estofadas e com rodas, uma lousa de vidro (para ser utilizada como quadro de controle de tarefas) e uma prateleira. Os integrantes da equipe deverão possuir notebooks. Um servidor externo será contratado para armazenamento das informações e dados que o aplicativo venha a possuir.

A sede ficará localizada na região central de Campo Grande. Após 1 ano do nascimento da empresa, contará com uma mesa de reuniões, mais 3 cadeiras estofadas e com rodas, mais 3 mesas, e um projetor (que ficará no teto, em cima da mesa de reuniões), para que sejam apresentados slides nas reuniões. A sede deverá possuir aproximadamente 35 m<sup>2</sup>. A Imagem abaixo ilustra a sede após 1 ano depois da criação da empresa:





## Plano de Implantação

### Fases

O aplicativo em si ainda não existe, busca-se por investidores para que comece a ser desenvolvido. Assim que possuir investimento suficiente começará a ser desenvolvido e em 2 semanas os investidores poderão ser apresentados a um protótipo, para que entendam com detalhes como será o funcionamento, principalmente o fluxo de telas. Em 5 semanas espera-se que o aplicativo já tenha as principais funcionalidades já implementadas.

Funcionalidades do aplicativo:

- A. Permitir que o usuário explore uma lista de animais para adoção.
- B. Permitir que o usuário compartilhe nas redes sociais um animal que está para adoção.
- C. Permitir que o usuário converse com o dono do animal que lhe tenha causado interesse.
- D. Permitir que o usuário pesquise por um serviço para animais de estimação, de modo a especificar a categoria.
- E. Permitir que o usuário avalie os serviços para animais de estimação de 1 a 5 estrelas e ainda faça comentários.
- F. Permitir que o usuário possua acesso a uma lista de “Coisas Interessantes”, que consiste em uma lista com os prestadores de serviços - apresentados como anúncios - que lhe chamaram atenção (marcados como “gostei”) enquanto ele navegava pela lista de animais para adoção.
- G. Permitir que o usuário reporte um caso de desaparecimento de um animal.
- H. Permitir que o usuário reporte um animal encontrado nas ruas da cidade.
- I. Permitir que o usuário compartilhe nas redes sociais um caso de desaparecimento de um animal.
- J. Permitir que o usuário compartilhe nas redes sociais um caso de animal que foi encontrado nas ruas da cidade.
- K. Permitir que o usuário tenha acesso a um feed de notícias.

A implementação de algumas funcionalidades terão prioridade em relação às outras. A tabela 8 determina as funcionalidades que serão implementadas até o fim da 3ª semana e as que serão até o fim da 5ª semana após o investimento inicial:



	Funcionalidades
3ª semana	A, C, D, G, H, K
5ª semana	B, E, F, I, J

**Tabela 8**

O banco de dados será em nuvem (servidor externo), e estará pronto para receber os dados dos usuários no final da 5ª semana após o início do desenvolvimento do app.

No início da 6ª semana, com as principais funcionalidades e o banco de dados funcionando corretamente, será feito um **teste de mercado**. Entrarão em operação as estratégias de marketing (citadas no Plano de Marketing, neste documento) do Foco X (para o público-alvo direto), porém serão aplicadas apenas sobre 2 bairros vizinhos da região central de Campo Grande. Dependendo do resultado, isto é, se os *Provedores de Serviços* se mostrarem abertos aos preços e à nossa missão, as estratégias de marketing do Foco Y e X entrarão em operação em todos os bairros da cidade, começando pelos mais próximos do Centro.

## Riscos

Foram identificados alguns riscos que podem atrapalhar na missão do aplicativo:

- Falta de tempo: o alto nível de rotação no abrigo torna impossível para os funcionários atualizar as informações dos perfis de animais com precisão;
- Existem muitos animais para criar a imagem e a descrição perfeitas para cada um deles;
- Os animais que mais necessitam de apoio são os velhos e doentes;
- A prioridade é muito maior para doações e alimentação do que para doações de animais.

De forma a minimizar esses riscos serão organizadas campanhas para que voluntários sejam convocados a fim de ajudar os funcionários a cadastrarem os animais para adoção em nosso aplicativo. Os voluntários seriam transportados até as ONGs com ajuda dos próprios funcionários da empresa e de uma van caso seja necessário.

O aplicativo terá uma seção apenas para doações, estas que poderão ser recompensadas, dependendo do valor, com brindes como adesivos, chaveiros e pelúcias. Na seção de adoção em nosso app, não haverá filtro de idade do animal, para que assim seja minimizado o risco da não adoção de animais mais velhos.



## Plano Financeiro

### Renda

O app não visa lucro, ele apenas visa se auto sustentar, e, para isso, além dos planos de anúncios e de sistema de recomendação, haverá a sessão chamada “Vaquinha Virtual”. Nessa sessão, pessoas que apoiam a causa do aplicativo, que tenham tido experiências boas com ele, poderão ajudar na manutenção e continuidade do projeto, efetuando uma doação em dinheiro.

### Investimento Inicial

O aplicativo precisa de um investimento inicial de 26 mil reais, que será utilizado para o mobiliário da sede da empresa (de modo a acomodar a primeira equipe de 3 pessoas), para o primeiro aluguel, salários, taxas, marketing e impostos. Caso um patrocinador tenha interesse em realizar esse investimento inicial, poderá ser negociada uma taxa de retorno de 10% quando o aplicativo completar 1 ano (26 mil x 1,1 = 28,6 mil). É importante lembrar que a missão da empresa (que é sem fins lucrativos) é ajudar uma causa de responsabilidade do governo.

O primeiro time, formado por 3 pessoas, serão pagos com R\$1.500,00 cada uma. O aluguel do servidor externo é de 1.000 à 3.000 reais mensais aproximadamente (aumenta com a quantidade de dados a se armazenar). Para manter na Play Store (Loja de aplicativos da Google) o custo para abertura de conta desenvolvedor é de U\$25 pago apenas uma vez. Para manter na Apple store (loja de aplicativos da Apple), abertura de conta desenvolvedor é de U\$99 anual, atualização ou alteração U\$49 (média de 2x ao ano).

No investimento na questão da logística e marketing estimamos que seja em torno de 1000 reais no primeiro e segundo mês depois da implantação do app, 2 mil reais do 3° ao 5° mês, e 3 mil reais até o fim do primeiro ano.

### Retorno

O retorno que se espera do aplicativo em si, de seus investidores e de pessoas que apoiem a causa, é que ele possa se manter mensalmente e no seu custo inicial de desenvolvimento, caso mensalmente haja sobra de alguma quantia em dinheiro, iremos investir em novas tecnologias para o aplicativo (caso seja necessário), melhorias, marketing e doações para ONGs doando remédios e alimentos.

Está planejado para aumentarmos a equipe apenas no segundo ano da empresa, de 3, para 6 integrantes. O salário dos sócios (Matheus e Nathaly) aumentará para 2 mil reais e o salário do resto do time será R\$ 1.500,00. Para acomodar a equipe e evoluir o ambiente, serão compradas cadeiras, uma mesa de reunião e um projetor. Todos os contratados deverão possuir um notebook próprio para trabalhar. A tabela 9 demonstra as despesas com a mobília da sede no primeiro e no segundo ano de empresa.



MOBÍLIA	VALOR (R\$)
1° ANO	
3 mesas para computador	300
3 cadeiras estofadas com rodas	360
1 lousa de vidro	400
1 prateleira	120
<b>TOTAL (1° ano)</b>	<b>1180</b>
2° ANO	
3 mesas para computador	300
3 cadeiras estofadas com rodas	360
1 projetor	1000
1 mesa de reunião	300
<b>TOTAL (2° ano)</b>	<b>1960</b>

**Tabela 9**

## Projeção de Fluxo de Caixa

A tabela 10 demonstra o fluxo de caixa da empresa em seu primeiro ano no mercado. Nela é possível acompanhar:

- As despesas da empresa (linhas em cinza);
- O Caixa (linha em azul escuro), onde os valores em laranja se referem ao investimento inicial;
- Total de despesas (linha em azul mais claro);
- Faturamento das vendas (linha em verde), os valores com \* indicam que foram estimados, e os sem, foram calculados com base na Expectativa de Vendas, apresentada na Análise de Mercado deste documento;
- A quantia "Em débito" (linha em vermelho), que aqui denominamos, se refere à quantia em dinheiro que não foi possível ser paga apenas com o faturamento, sendo utilizado o Investimento Inicial para pagar.
- A "Sobra" (linha em azul claro esverdeado), se refere a quantia em dinheiro que sobrou do faturamento após o pagamento das despesas. A Sobra sempre é adicionada ao Caixa da empresa.



	1° mês	2° mês	3° mês	4° mês	5° mês	6° mês	7° mês	8° mês	9° mês	10° mês	11° mês	12° mês
Sede	1180	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aluguel	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Salários	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500
Servidor Externo	1000	1000	2000	2000	2000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
App Store	740	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Play Store	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Marketing	2000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Outros	1000	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
<b>Caixa (Inv. Inic.)</b>	<b>26000</b>	<b>16660</b>	<b>9260</b>	<b>4160</b>	<b>260</b>	<b>260</b>	<b>3400</b>	<b>7000</b>	<b>10600</b>	<b>14200</b>	<b>18800</b>	<b>23400</b>
<b>Total de Despesas</b>	<b>11220</b>	<b>9900</b>	<b>10900</b>	<b>10900</b>	<b>10900</b>	<b>11900</b>						
Faturamento	1880	2500*	5800	7000*	10900*	15040	15500*	15500*	15500*	16500*	16500*	18500
<b>Em débito</b>	<b>9340</b>	<b>7400</b>	<b>5100</b>	<b>3900</b>	<b>0</b>							
<b>Sobra</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3140</b>	<b>3600</b>	<b>3600</b>	<b>3600</b>	<b>4600</b>	<b>4600</b>	<b>6600</b>

**Tabela 10**

A tabela 11 demonstra os dois primeiros meses do 2° ano.

	1° mês	2° mês
Sede	1960	0
Aluguel	700	700
Salários	10000	10000
Servidor Externo	3000	1000
App Store	740	0
Play Store	100	0
Marketing	3000	3000
Outros	1000	700
<b>Caixa</b>	<b>30000</b>	<b>29500</b>
<b>Total de Despesas</b>	<b>20500</b>	<b>17700</b>
Faturamento	20000*	20000*
<b>Em débito</b>	<b>500</b>	<b>0</b>
<b>Sobra</b>	<b>0</b>	<b>2300</b>

**Tabela 11**



## Referências Bibliográficas

Pesquisa “Perfil e padrão de comportamento dos brasileiros na interação com seus pets”:  
<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/pesquisa-traca-o-perfil-dos-proprietarios-de-pets-no-brasil/>

Acessado em maio de 2018.

Pesquisa “Gastos com animais de estimação vão movimentar mais de R\$ 6 bilhões no Brasil”:

<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/gastos-com-animais-de-estimacao-o-vaio-movimentar-mais-de-r-6-bilhoes-no-brasil/>

Acessado em maio de 2018.