**PLANO DE NEGÓCIO**

**STAR PET**

Pinhais, PR

2023

**1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

**1.1 Principais pontos do plano de negócio**

Ao descrever o plano, faça um breve relato com suas principais características. Para auxiliá-lo siga os passos descritos na página 20 do manual de elaboração de Plano de Negócio.

| **Indicadores de viabilidade** | **Valor** |
| --- | --- |
| Lucratividade |  |
| Rentabilidade |  |
| Prazo de retorno do investimento |  |
| Ponto de equilíbrio (PE) |  |

**1.2 Perfil e atribuição dos empreendedores**

## 

| Nome: Filipe F. Pimenta |
| --- |
| Endereço: R. Humberto de A. C. Branco, 1575 |
| Perfil:  Sou Filipe Fávero Pimenta, Analista de Suporte com sólida experiência em suporte técnico e desenvolvimento de sistemas. Atualmente, curso Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação no Instituto Federal do Paraná (IFPR), com conclusão prevista para dezembro de 2024. Tenho habilidades técnicas em MySQL Workbench, Node.js, PHP, Git, GitHub, Visual Studio Code, HTML, CSS, Javascript, Jira Work, Jira Software e Pacotes do Google Drive. Sou comprometido, proativo, organizado, dedicado, dinâmico e tenho facilidade de aprendizado. Estou à procura de uma oportunidade para aplicar meu conhecimento e contribuir para a melhoria contínua dos sistemas e processos de atendimento da equipe.  **Experiência Profissional:** |

| Clube Candeias | Analista de Suporte Pleno | 2022 - Presente  ● Suporte técnico, incluindo resolução de problemas e correções de bugs no código.  ● Suporte contínuo a sistemas e aplicativos, em colaboração com equipes de desenvolvimento.  ● Desenvolvimento e manutenção de documentação técnica detalhada. ● Desenvolvimento de consultas SQL para relatórios utilizando MySQL Workbench.  Tecnoponto | Analista de Suporte ao Sistema | 2018 - 2021  ● Suporte técnico via acesso remoto e telefone.  ● Instalação e manutenção de banco de dados (MySQL).  ● Configuração e treinamento de softwares de controle de ponto e acesso (Tecnoponto, Secullum).  Sócio 1 |
| --- |
| Suporte Técnico; Gestão de Recursos; Planejamento e Estratégia:Gestão Financeira; Desenvolvimento do Aplicativo: |

| Nome: Gabriel Mendes Romanovski |
| --- |
| Endereço: R. Peabiru 200 |
| Perfil: |
| Sou Gabriel Mendes Romanovski, técnico em redes e fibra óptica. Atualmente, curso Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação no Instituto Federal do Paraná (IFPR), com conclusão prevista para dezembro de 2024. Tenho habilidades técnicas em comunicação, divulgação, marketing, e edição de foto e vídeo. Sou responsável, inovador, meticuloso, determinado, enérgico e rápido para aprender. Busco uma oportunidade para aplicar minhas habilidades e contribuir para a evolução constante dos sistemas e processos de atendimento da equipe.  **Experiência Profissional:**  CONECTUS SERVICES | Técnico MultSkill | Curitiba, PR | Outubro 2023 - Atual ● Instalador e reparo de rede.  ICOMON TECNOLOGIA | Técnico MultSkill | Pinhais, PR | Março 2023 - Setembro 2023  ● Técnico de telecomunicações.  PREMIER IT GLOBAL | Técnico em Manutenção de Equipamentos de Informática | Remoto/Boticário | Janeiro 2022 - Outubro 2022 |

| ● Manutenção de equipamentos de informática.  Pinhais Previdencia | Estagiário de TI | Pinhais, PR | Março 2021 - Junho 2022  ● Apoio administrativo.  ● Atendimento, recepção e contato com o público.  ● Suporte de TI. |
| --- |
| Sócio 2: |
| Marketing Digital; Parcerias; conteúdo Informativo; Engajamento da Comunidade: |

**1.3 Dados do empreendimento**

| Razão Social: |
| --- |
| Nome Fantasia: |

**1.4 Missão da empresa**

A missão do SOS Animal é ser a principal plataforma tecnológica de combate ao abuso animal, oferecendo uma ferramenta eficiente e acessível para a denúncia de maus-tratos. Comprometida com a proteção e o bem-estar dos animais, a empresa visa conectar cidadãos, autoridades e organizações de defesa animal, promovendo ações imediatas e eficazes contra abusos. Através de anonimato garantido e acompanhamento do status das ocorrências, o SOS Animal busca empoderar a sociedade para que todos possam contribuir na criação de um ambiente onde os animais sejam tratados com respeito, dignidade e compaixão.

**1.5 Setor de atividade**

Desenvolvimento de Software e Aplicativos Mobile com foco em soluções para causas sociais e proteção animal.

**1.6 Forma Jurídica e enquadramento tributário**

( ) Microempreendedor Individual – MEI

( ) Empresário Individual

( ) Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

( X ) Sociedade Limitada

( ) Cooperativa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_[Tipo]

( ) Outra: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**1.7 Capital Social**

| **Nr. Sócios** | **Nome do sócio** | **Valor (R$)** | **% de**  **Participação** |
| --- | --- | --- | --- |
| 01 | Filipe F. Pimenta | 10.000,00 | 50% |
| 02 | Gabriel Mendes | 10.000,00 | 50% |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Total** |  | **R$ 20.000,00** | **100%** |

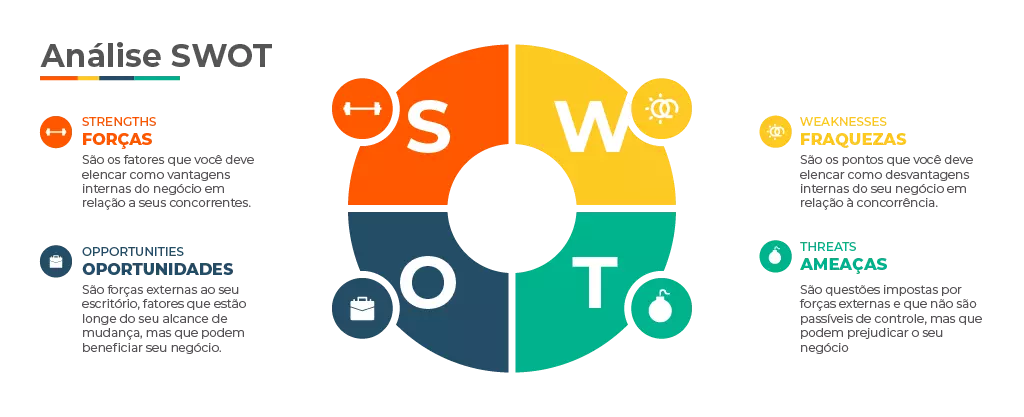
**1.8 Fontes de recursos**

O valor de R$ 20.000,00 como capital social inicial é adequado para cobrir os custos iniciais da **STAR PET** e garantir uma base financeira estável para o desenvolvimento e operação do aplicativo.

**2. ANÁLISE DE ESTRATÉGICA E MERCADO**

**2.1 Análise SWOT**

Weaknesses, Opportunities e Threats, que, em português, é traduzido literalmente como Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças (FOFA), conforme ilustrado:



**2.1.1 Oportunidade**

* Crescente conscientização sobre os direitos dos animais, criando uma base de usuários em potencial.
* Legislação em evolução fortalecendo as leis de proteção animal no Brasil.
* Aumento do uso de tecnologia móvel, ampliando a acessibilidade e o impacto do aplicativo
* Parcerias com organizações de proteção animal para colaboração em campanhas e iniciativas.
* Diversificação de serviços, como programas educacionais para prevenir maus-tratos.
* Potencial de expansão internacional, levando o aplicativo para outros países com preocupações semelhantes.

**2.1.2 Ameaças**

* Resistência cultural de certos grupos de pessoas em relação aos direitos dos animais, dificultando a aceitação e adoção do aplicativo.
* Potencial reação de empresas que utilizam produtos de origem animal, representando uma ameaça à reputação e operações da startup.
* Incerteza do público sobre a eficácia do aplicativo em encaminhar as denúncias às autoridades competentes, minando a confiança e a utilização da plataforma.
* Falta de conscientização sobre a gravidade dos maus-tratos aos animais, resultando em baixa participação nas denúncias e limitando o impacto do aplicativo.
* Possibilidade de ataques cibernéticos e tentativas de sabotagem da plataforma por parte de grupos contrários aos objetivos da startup.
* Regulamentações governamentais e legislativas desfavoráveis que possam limitar as operações do aplicativo ou impor exigências financeiras e operacionais adicionais.

**2.1.3 Forças**

* Solução inovadora para um problema relevante, trazendo grande impacto social positivo
* Parcerias estratégicas com autoridades e organizações de proteção animal, fortalecendo a credibilidade e os recursos.
* Equipe dedicada e especializada comprometida com a missão de defesa aos animais.
* Estratégias de marketing eficazes para promover o aplicativo e conscientizar o público.
* Foco na experiência do usuário, com uma interface intuitiva e recursos facilitadores.

**2.1.3 Fraquezas**

* Dependência de receitas de doações e publicidade, tornando a startup vulnerável a flutuações no financiamento.
* Baixa capacidade técnica da equipe de desenvolvimento e falhas na comunicação entre o aplicativo e o destino das denúncias, comprometendo a eficácia da plataforma.
* Vulnerabilidade e falta de segurança dos dados dos usuários e das denúncias, aumentando o risco de violações de privacidade.
* Falta de definição clara do propósito e missão da empresa, dificultando a construção de uma identidade forte e atraente.
* Restrição orçamentária para o desenvolvimento e manutenção do aplicativo, limitando a capacidade de inovação e expansão.
* Dificuldade em garantir a adesão e engajamento dos usuários devido à falta de recursos e funcionalidades atrativas no aplicativo.

**2.2 Análise da Competitividade**

Para entender a competitividade no mercado de aplicativos de denúncia de maus-tratos a animais, é fundamental examinar tanto os concorrentes diretos quanto indiretos. A análise se concentra em como esses concorrentes operam, o que fazem bem e onde há oportunidades para a **Star Pet** se destacar.

Os aplicativos de denúncia de maus-tratos a animais frequentemente oferecem funcionalidades semelhantes, como a capacidade de denunciar casos de abuso com uploads de imagens e vídeos, e a utilização de geolocalização para rastrear e identificar a localização dos incidentes. Esses aplicativos tendem a ter interfaces amigáveis, o que facilita o uso pelos cidadãos e aumenta a adesão. Além disso, muitos desses aplicativos possuem parcerias estabelecidas com ONGs e autoridades locais, o que fortalece sua credibilidade e eficácia. No entanto, a resolução efetiva das denúncias muitas vezes enfrenta desafios, pois a capacidade desses aplicativos em lidar com os casos pode ser limitada. Além disso, o engajamento com os usuários pode ser insuficiente, o que diminui a eficácia das campanhas e a resposta às denúncias.

Por outro lado, ONGs e entidades de proteção animal desempenham um papel crucial no combate aos maus-tratos, muitas vezes oferecendo sistemas próprios de denúncia e resgate. Essas organizações possuem uma vasta experiência e uma base sólida de apoio comunitário, além de ter acesso a recursos financeiros e redes de apoio extensas. Contudo, elas enfrentam limitações na capacidade de resposta, que pode ser afetada pela disponibilidade de recursos e pessoal, e sua cobertura regional pode ser restrita, dificultando a atuação em todas as áreas necessárias.

Além dos concorrentes diretos, as redes sociais e plataformas de comunidade também desempenham um papel indireto significativo. Essas plataformas permitem que os usuários compartilhem informações sobre maus-tratos e mobilizem esforços de resgate por meio de grupos e fóruns de discussão. O alcance dessas plataformas é vasto, e elas proporcionam uma comunicação direta e imediata com o público, o que pode ser extremamente eficaz para gerar conscientização. No entanto, a qualidade da informação compartilhada pode variar, e a falta de formalização na resolução de casos pode limitar a eficácia desses esforços.

Diante desse cenário, a **Star Pet** tem a oportunidade de se diferenciar ao melhorar a eficácia na resolução das denúncias e aumentar o engajamento com os usuários. Estabelecer parcerias estratégicas e aproveitar a inovação tecnológica para superar as limitações observadas nos concorrentes pode posicionar o aplicativo de forma competitiva no mercado, oferecendo uma solução mais robusta e eficaz para a proteção dos animais.

**2.2.1 Estudos dos Clientes**

Para a **Star Pet**, compreender profundamente o perfil dos clientes é essencial para o sucesso do aplicativo **SOS Animal**. O objetivo é identificar as necessidades e desejos de diferentes segmentos de clientes para garantir que a solução proposta atenda às suas expectativas e gere um impacto positivo significativo.

Primeiramente, analisamos os **voluntários e ativistas de proteção animal**. Esses clientes frequentemente enfrentam desafios ao tentar coordenar esforços de resgate e mobilizar a comunidade. Eles buscam uma plataforma eficiente que permita denúncias rápidas, colaboração com ONGs e comunicação efetiva. Nossa pesquisa revelou que esses usuários valorizam a integração com redes sociais e a capacidade de organizar dados de forma colaborativa. Assim, o aplicativo deve incluir funcionalidades que facilitem essas interações e a coleta de evidências, além de fornecer suporte para campanhas educativas.

Em seguida, examinamos os **cidadãos comuns preocupados com o bem-estar animal**. Esses clientes precisam de uma maneira simples e confiável para relatar maus-tratos que observam no dia a dia. Eles procuram uma interface amigável, opções de denúncia anônima e uma comunicação clara sobre o status das denúncias. A pesquisa indicou que a transparência e a facilidade de uso são cruciais para aumentar a confiança e a adoção do aplicativo. Portanto, o SOS Animal deve priorizar uma interface intuitiva e garantir que os usuários recebam feedback sobre suas denúncias.

Por fim, avaliamos as necessidades das **autoridades policiais e governamentais**. Este grupo necessita de um sistema que ofereça relatórios detalhados e a capacidade de gerenciar denúncias de forma eficiente. Eles destacaram a importância de integrar o aplicativo com sistemas existentes para melhorar a resposta a casos de abuso animal. A pesquisa sugere que a funcionalidade de gestão e análise de dados deve ser robusta, proporcionando ferramentas que permitam às autoridades agir rapidamente e coordenar suas atividades de forma eficaz.

Esses estudos proporcionaram uma visão abrangente das expectativas e necessidades dos clientes. Com base nesses dados, a **Star Pet** irá desenvolver um aplicativo que:

* Ofereça uma interface intuitiva para facilitar a denúncia e o acesso a informações.
* Garanta anonimato para os usuários e forneça feedback claro sobre o tratamento das denúncias.
* Inclua funcionalidades para integração com redes sociais e suporte para campanhas de conscientização.
* Forneça às autoridades ferramentas eficazes para gerenciar e analisar denúncias de forma estruturada.

Dessa forma, o SOS Animal estará bem posicionado para atender às necessidades dos diferentes segmentos de clientes e contribuir significativamente para a proteção dos animais.

**2.2.2 Estudos dos Concorrentes**

| **Concorrente** | **Qualidade** | **Preço** | **Condições de Pagamento** | **Localização** | **Atendimento ao Cliente** | **Serviços** | **Garantias** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Petango | Alta | Gratuito | Não aplicável | Global (incl. Brasil) | Suporte por e-mail e chat | Denúncias de maus-tratos, adoção de animais,  informações sobre cuidados com pets | Proteção de dados pessoais  dos usuários |
| Petfinder | Alta | Gratuito | Não aplicável | Global (incl. Brasil) | Suporte online por e-mail | Adoção de animais,  informações sobre  organizações de proteção animal | Proteção de dados e  suporte técnico |
| Amparo Animal | Alta | Gratuito | Não aplicável | Brasil (grandes centros urbanos) | Suporte online e telefone | Denúncias de maus-tratos, adoção,  informações sobre cuidados e campanhas | Suporte técnico e  segurança de dados |

| **Conclusão:**  Com base na análise dos concorrentes, é evidente que o mercado de aplicativos para denúncias de maus-tratos a animais no Brasil está crescendo e se diversificando. Cada um dos concorrentes analisa se destaca em diferentes aspectos, fornecendo insights valiosos para o posicionamento e aprimoramento do SOS Animal. |
| --- |

**2.2.3 Estudos dos Fornecedores**

| **Itens a Serem Adquiridos** | **Fornecedor** | **Preço** | **Condições de Pagamento** | **Prazo de Entrega** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Computadores e periféricos | Dell | R$ 10.000,00/unidade | Parcelamento em até 12x | 7 dias úteis |
| Software de desenvolvimento  (IDE, ferramentas de build) | JetBrains | R$ 800,00/licença | Pagamento anual | Imediato |
| Servidor de hospedagem | Amazon Web Services (AWS) | R$ 1.500,00/mês | Pagamento mensal | Imediato |
| Serviço de banco de dados | Microsoft Azure | R$ 1.000,00/mês | Pagamento mensal | Imediato |
| Framework de desenvolvimento (Flutter) | Google | Gratuito | - | Imediato |
| Serviço de notificação push | Firebase | Gratuito | - | Imediato |
| Serviço de geolocalização | Google Maps API | R$ 200,00/mês | Pagamento mensal | Imediato |
| Licença de publicação na Play Store | Google Play | R$ 100,00/única | Pagamento único | Imediato |
| Licença de publicação na App Store | Apple | R$ 500,00/anual | Pagamento anual | Imediato |
| Serviços jurídicos | Escritório XYZ | R$ 5.000,00 | Pagamento à vista ou parcelado | 15 dias |

**2.2.4 Análise de mercado**

A análise de mercado é um dos componentes do plano de negócios que está relacionado ao marketing da organização. Ela apresenta o entendimento do mercado da empresa, seus clientes, seus concorrentes e quanto a empresa conhece, em dados e informações, o mercado onde atua. A análise do mercado permite ainda se conhecer de perto o ambiente onde o produto/serviço se encontra. O mercado está composto pelo ambiente onde a empresa e produto se localizam, pela concorrência e pelo perfil do consumidor. Para isso, siga os passos da página 14 e 15 e redija o relatório conforme o 8o PASSO: ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL, página 56 do Manual Como Elaborar pesquisa de Mercado. É importante considerar os seguintes tópicos:

* A definição do mercado leva em conta:
* Análise da Indústria/Setor
* Descrição do Segmento de Mercado
* Análise SWOT do produto/serviço
* Análise da Concorrência.

**3. PLANO DE MARKETING**

**3.1 Definição do Público-alvo - Persona**

* Voluntários e Ativistas de Proteção Animal
* Cidadãos Comuns Preocupados com o Bem-Estar Animal
* Autoridades Policiais e Governamentais

**3.1 Definição da Marca**

SOS Animal é uma marca dedicada à proteção dos animais, conhecida por sua ação rápida e eficaz contra o abuso. Ela representa compaixão, tecnologia e confiança, conectando pessoas para denunciar maus-tratos e promover o bem-estar animal. A marca é acessível, inclusiva e focada em criar um futuro onde todos os animais sejam tratados com respeito e dignidade.

**3.2 Definição dos objetivos e metas**

| **Objetivo:** |
| --- |
| 1. Estabelecer uma Base de Colaboradores e Voluntários Engajados |
| **Metas:** |
| 1. Recrutar e treinar 40 voluntários e colaboradores para atuar em suporte e desenvolvimento contínuo do aplicativo, garantindo que 90% completem o treinamento inicial com sucesso nos primeiros 6 meses. 2. Implementar um programa de reconhecimento e recompensa para os colaboradores e voluntários, com metas trimestrais de engajamento e contribuição, aumentando a retenção de colaboradores em 25% ao longo do primeiro ano. 3. Realizar reuniões mensais de acompanhamento e feedback com 100% dos colaboradores e voluntários, com o objetivo de identificar e resolver 80% das questões e sugestões levantadas nos primeiros 6 meses. |

**3.2 Definição das estratégicas de Marketing**

Para atingir meus objetivos e metas, vou adotar as seguintes estratégias:

1. **Produto**Desenvolver um aplicativo móvel intuitivo e eficiente para denúncias de maus-tratos a animais, com recursos de geolocalização e upload de mídias.
2. **Preço**Manter o aplicativo gratuito para os usuários, financiado por doações, parcerias e campanhas de crowdfunding.
3. **Praça**Disponibilizar o aplicativo em todas as principais plataformas móveis e promover seu acesso em eventos e feiras de proteção animal.
4. **Promoção**Implementar campanhas de vídeo interativo, desafios nas redes sociais, parcerias com influenciadores e eventos ao vivo para aumentar a conscientização e engajamento.
5. **Pessoas**Recrutar e treinar uma equipe de embaixadores e voluntários locais, além de colaborar com especialistas e influenciadores para promover a causa e o aplicativo.

Essas estratégias me ajudarão a posicionar o **SOS Animal** no mercado, maximizar seu impacto e alcançar os objetivos estabelecidos.

**3.2.1 Descrição dos principais produtos e serviços**

O SOS Animal é um aplicativo dedicado à proteção e ao bem-estar dos animais, oferecendo uma plataforma robusta para a denúncia de maus-tratos e a integração com autoridades competentes. Abaixo estão descritos os principais produtos e serviços que o aplicativo oferece:

* **Plataforma de Denúncias:** Permite reportar maus-tratos a animais com detalhes, fotos, vídeos e geolocalização.
* **Integração com Autoridades:** Notifica e direciona denúncias para autoridades locais e organizações de proteção animal, com acompanhamento do status.
* **Suporte ao Usuário:** Disponibiliza FAQ, tutoriais, suporte online e coleta de feedback dos usuários.
* **Campanhas de Conscientização:** Oferece notícias, artigos e informações educativas sobre proteção animal, promove eventos e ações.
* **Monetização e Parcerias:** Gera receita através de anúncios internos e parcerias com ONGs e patrocinadores, sem custos para os usuários.

**3.2.2 Preço**

O aplicativo SOS Animal é oferecido gratuitamente aos usuários, sem custo para download ou uso, para maximizar a acessibilidade e incentivar a denúncia de maus-tratos a animais. Em vez de cobrar diretamente dos usuários, o aplicativo é financiado por meio de parcerias estratégicas e anúncios internos. Essas parcerias podem incluir ONGs, autoridades locais e empresas que desejam apoiar a causa da proteção animal. Além disso, o aplicativo gera receita através de espaços publicitários dentro da plataforma, permitindo a inserção de anúncios que não afetam a experiência do usuário. Assim, o custo do aplicativo é coberto por esses modelos de monetização indiretos, garantindo que a plataforma permaneça acessível e funcional para todos os usuários.

**3.2.3 Estratégias Promocionais**

1. **Vídeos Interativos**Eu vou criar vídeos envolventes e histórias de sucesso para YouTube e TikTok, destacando o impacto do aplicativo e oferecendo dicas de uso.
2. **Desafios nas Redes Sociais**Vou organizar concursos e desafios para engajar o público a compartilhar suas ações de proteção animal, oferecendo prêmios e reconhecimento.
3. **Parcerias com Influenciadores**Vou colaborar com influenciadores e micro influenciadores que têm um público engajado em proteção animal para promover o aplicativo.
4. **Webinars e Lives**Vou realizar eventos ao vivo com especialistas para educar e engajar usuários sobre a proteção animal e o uso do aplicativo.
5. **Histórias de Impacto**Vou compartilhar casos reais de sucesso nas redes sociais e mídias locais para demonstrar o impacto positivo do aplicativo.
6. **Programas de Embaixadores**Vou criar um programa de embaixadores locais para promover o aplicativo em comunidades e eventos.
7. **Parcerias Corporativas**Vou envolver empresas em campanhas de responsabilidade social para apoiar e divulgar o aplicativo.

**3.2.4 Estrutura de comercialização**

Para o **SOS Animal**, minha estrutura de comercialização se concentrará na maximização da acessibilidade e no engajamento direto com o público. Vou utilizar os seguintes canais para garantir que o aplicativo chegue aos usuários e cumpra sua missão:

1. **Plataformas de Aplicativos**O aplicativo estará disponível para download nas principais lojas de aplicativos, como Google Play e Apple App Store. Isso garante fácil acesso a qualquer usuário de dispositivos móveis e amplia nosso alcance.
2. **Campanhas de Marketing Digital**Vou utilizar campanhas de marketing digital nas redes sociais, e-mails e plataformas de crowdfunding para promover o aplicativo. Através de anúncios segmentados e parcerias com influenciadores, alcançarei diretamente o público-alvo interessado em proteção animal.
3. **Parcerias com ONGs e Organizações**Estabelecerei parcerias com ONGs e organizações de proteção animal, que promoverão o aplicativo em seus canais de comunicação e eventos. Isso aumentará a visibilidade do aplicativo entre os defensores da causa e potencialmente gerará novos usuários.
4. **Eventos e Feiras de Proteção Animal**Participarei de eventos e feiras de proteção animal para promover o aplicativo diretamente ao público interessado. Esses eventos proporcionarão uma oportunidade para demonstrar o aplicativo e interagir com potenciais usuários e parceiros.
5. **Programas de Embaixadores e Voluntários**Recrutarei embaixadores e voluntários que ajudarão a promover o aplicativo em suas comunidades locais e redes sociais. Eles desempenharão um papel ativo na divulgação e engajamento com o público.
6. **Suporte Online e Educativo**Oferecerei suporte e informações através de um site dedicado e um blog que fornecerá atualizações, dicas e histórias de impacto. Isso ajudará a educar os usuários sobre o aplicativo e incentivará a sua adoção.

**3.2.4.1 Localização do Negócio**

| Endereço: R. Humberto de A. C. Branco, 1575 | |
| --- | --- |
| Bairro: Jardim Amélia | Cidade/UF: Pinhais/PR |
| Fone: (41) 9 9686-2307 | Fax: ( ) |
| E-mail: starpetifpr@animal.com | |

**3.7 Definição do posicionamento de mercado**

**Posicionamento:**O SOS Animal posiciona-se como a voz digital dos animais, uma plataforma inovadora e acessível que transforma qualquer cidadão em um defensor ativo contra a crueldade animal. Com um aplicativo intuitivo e focado na proteção dos direitos dos animais, o SOS Animal não é apenas uma ferramenta de denúncia, mas um movimento digital que mobiliza a sociedade para criar um mundo onde o abuso animal não tenha espaço.

**Diferenciação:**O SOS Animal se diferencia por sua capacidade de integrar tecnologia de ponta com uma missão de compaixão e justiça social. Ao oferecer um espaço onde denúncias podem ser feitas de forma anônima e acompanhadas em tempo real, a startup se destaca como líder em transparência e segurança para os usuários, garantindo que cada denúncia contribua para ações reais e eficazes. Além disso, o SOS Animal promove a educação e a conscientização, engajando comunidades inteiras em uma causa maior.

**Mensagem Central:**"Empoderando pessoas, protegendo vidas." O SOS Animal acredita que qualquer pessoa pode fazer a diferença na luta contra o abuso animal, e é nossa missão fornecer as ferramentas necessárias para que isso aconteça.

**Proposta de Valor:**Para ativistas, voluntários e cidadãos conscientes, o SOS Animal oferece uma plataforma onde cada ação individual tem um impacto coletivo significativo. Ao conectar as pessoas às autoridades e organizações de proteção animal, a startup não só facilita a denúncia de maus-tratos, mas também cria uma rede de suporte e conscientização que protege e valoriza a vida animal em todas as suas formas.

**3.8 Plano de Marketing digital**

**Objetivos de Marketing**

* **Aumentar a conscientização:** Tornar o SOS Animal conhecido como a principal plataforma de denúncia de maus-tratos a animais.
* **Engajamento:** Incentivar o uso ativo do aplicativo, com foco em aumentar o número de denúncias.
* **Aquisição de usuários:** Atingir 100.000 downloads nos primeiros seis meses após o lançamento.
* **Parcerias:** Estabelecer colaborações com ONGs, influenciadores, autoridades e marcas relacionadas à causa animal.

**Público-Alvo**

* **Demografia:** Adultos de 18 a 60 anos, residentes em áreas urbanas, apaixonados por animais e preocupados com o bem-estar animal.
* **Psicografia:** Pessoas com forte inclinação para ativismo social, especialmente na proteção animal, e que têm presença nas redes sociais.
* **Grupos Específicos:**
  + **Voluntários e Ativistas de Proteção Animal**
  + **Cidadãos Comuns Preocupados com o Bem-Estar Animal**
  + **Autoridades Policiais e Governamentais**

**Posicionamento**

* **Mensagem Central:** "Juntos, podemos acabar com o abuso animal. Denuncie com o SOS Animal."
* **Diferenciação:** Plataforma fácil de usar, que garante anonimato e oferece acompanhamento do status da denúncia.

**Estratégias de Marketing**

* **Conteúdo de Valor:**
  + **Blog e SEO:** Criar um blog com artigos sobre proteção animal e SEO otimizado. Custo estimado: **R$ 1.000/mês**.
  + **Vídeos Educativos:** Produzir vídeos curtos e de baixo custo explicando o aplicativo. Foco em qualidade com orçamento reduzido, usando freelancers ou ferramentas gratuitas. Custo estimado: **R$ 2.000** para produção inicial de 5 vídeos.
* **Mídias Sociais:**
  + **Plataformas:** Facebook, Instagram, Twitter, TikTok.
  + **Ações:** Postagens diárias com conteúdo educativo e chamadas para download. Utilização de hashtags relevantes.
  + **Parcerias com Influenciadores:** Foco em micro-influenciadores e ativistas que possam colaborar de forma voluntária ou com compensação mínima. Custo estimado: **R$ 500/mês**.
* **Campanhas Pagas:**
  + **Google Ads e Redes Sociais:** Campanhas segmentadas para alcançar pessoas interessadas em causas animais. Orçamento reduzido, priorizando campanhas mais eficazes. Custo estimado: **R$ 2.000/mês**.
  + **Remarketing:** Campanhas de baixo custo focadas em visitantes do site. Incluído no orçamento de Google Ads e Redes Sociais.
* **Email Marketing:**
  + **Newsletter:** Uso de ferramentas gratuitas ou de baixo custo. Custo estimado: **R$ 300/mês**.
  + **Sequência de Onboarding:** Emails automáticos para novos usuários.
* **Parcerias Estratégicas:**
  + **ONGs e Organizações de Proteção Animal:** Colaborações voluntárias para promover o aplicativo.
  + **Autoridades e Governos Locais:** Apoio para promover a ferramenta em campanhas públicas. Sem custos adicionais.

**Calendário de Ações**

* **Mês 1-2:** Lançamento do blog, criação de perfis e início das postagens nas redes sociais, início das campanhas pagas com orçamento inicial.
* **Mês 3-4:** Parcerias com micro-influenciadores, início das colaborações com ONGs.
* **Mês 5-6:** Ajustes nas campanhas baseados nos dados iniciais, avaliação de KPIs e ajustes estratégicos.

**Métricas e KPIs**

* **Downloads do Aplicativo:** Monitorar o crescimento semanal e mensal.
* **Engajamento nas Redes Sociais:** Curtidas, compartilhamentos, e comentários.
* **Taxa de Conversão:** Percentual de visitantes que baixam o aplicativo.
* **Custo por Aquisição de Usuário (CPA):** Monitorar o custo de cada novo download.
* **Retenção de Usuários:** Acompanhar a taxa de retenção de usuários.

**Orçamento**

* **Produção de Conteúdo:** **30%** do orçamento - **R$ 3.000**. Justificativa: Criar conteúdo de valor é essencial para atrair e engajar o público, especialmente com o uso de SEO e vídeos educativos.
* **Campanhas Pagas:** **50%** do orçamento - **R$ 5.000**. Justificativa: As campanhas pagas são necessárias para alcançar um público maior rapidamente, especialmente em plataformas como Google Ads e redes sociais.
* **Parcerias e Influenciadores:** **10%** do orçamento - **R$ 1.000**. Justificativa: Focar em micro-influenciadores e ONGs que possam promover o aplicativo com baixo custo.
* **Ferramentas de Marketing e Automação:** **10%** do orçamento - **R$ 1.000**. Justificativa: Utilizar ferramentas de email marketing e SEO para maximizar o alcance com um orçamento limitado.

**Total Estimado:** **R$ 10.000** nos primeiros seis meses.

**Revisão e Ajustes**

* **Mensal:** Revisão das métricas e KPIs, com ajustes nas campanhas conforme necessário.
* **Semestral:** Avaliação geral da estratégia de marketing, com possíveis revisões baseadas nos resultados obtidos e feedback dos usuários.

**Explicação Orçamentária**

O plano visa maximizar o impacto com um orçamento reduzido, considerando que o SOS Animal é uma organização sem fins lucrativos. A maior parte do orçamento é alocada para campanhas pagas, que são cruciais para alcançar um público amplo rapidamente. A produção de conteúdo também recebe uma porção significativa, pois conteúdo relevante é vital para engajar o público e aumentar a conscientização sobre a causa. Parcerias e influenciadores são abordados de forma econômica, utilizando micro-influenciadores e colaborações voluntárias sempre que possível.

**4. PLANO OPERACIONAL E TECNOLÓGICO**

**4.1 *Layout* ou Arranjo físico**

Como a operação do **SOS Animal** será predominantemente remota, e você e seu sócio se encontrarão apenas na faculdade, o arranjo físico será adaptado para refletir esse modelo de trabalho. Aqui está como será estruturado:

1. **Espaço de Trabalho Remoto**

**Home Office:** Cada sócio terá um espaço de trabalho em casa, equipado com computador, cadeira ergonômica e acesso a ferramentas necessárias para o desenvolvimento e gestão do aplicativo. As áreas de trabalho serão adaptadas para permitir uma boa produtividade e comunicação eficiente.

1. **Reuniões na Faculdade**

**Sala de Reuniões na Faculdade:** Utilizaremos as instalações da faculdade para encontros presenciais. A sala de reuniões será equipada com mesas e cadeiras para discussões de projeto, sessões de brainstorming e revisões de progresso. Também será possível utilizar recursos audiovisuais disponíveis na faculdade para apresentações e discussões.

1. **Armazenamento e Equipamentos**

**Espaço de Armazenamento Pessoal:** Cada sócio manterá um pequeno espaço em casa para armazenar equipamentos de TI, materiais de escritório e documentos relevantes, garantindo que tudo esteja organizado e acessível.

1. **Comunicação e Colaboração Virtual**

**Ferramentas de Comunicação:** Utilizaremos plataformas digitais como Zoom, Slack e Google Workspace para comunicação diária, compartilhamento de documentos e colaboração em tempo real. Estas ferramentas facilitarão a gestão de projetos e a interação contínua entre os sócios.

1. **Gerenciamento de Tecnologia**

**Serviços de Nuvem:** Toda a infraestrutura tecnológica, incluindo armazenamento de dados e servidores, será baseada em soluções de nuvem para garantir acessibilidade e segurança. Isso elimina a necessidade de um espaço físico dedicado para equipamentos de TI.

**4.2 Capacidade produtiva e comercial**

No contexto do **SOS Animal**, a capacidade produtiva e comercial será focada no desenvolvimento, manutenção e expansão do aplicativo. Como a empresa opera de forma remota e com uma equipe reduzida, a capacidade produtiva se alinha com a capacidade de atender a um número crescente de usuários e implementar atualizações de software eficazmente. A estrutura existente, composta por trabalho remoto e uso de plataformas de nuvem, permite um alcance escalável. A estimativa de capacidade produtiva será ajustada conforme a demanda dos usuários, com a capacidade de agregar novos recursos e melhorias no aplicativo conforme necessário. O objetivo é maximizar a eficiência do uso de recursos digitais e humanos para atender às necessidades dos usuários sem gerar ociosidade ou desperdício.

**4.3 Capacidade tecnológica e inovação**

A capacidade tecnológica do **SOS Animal** é crucial para a inovação e eficiência do aplicativo. A empresa utilizará ferramentas e plataformas baseadas em nuvem para desenvolvimento, armazenamento e gestão de dados. A integração de tecnologias de geolocalização offline e upload de mídias permitirá que o aplicativo funcione eficientemente, mesmo em áreas com conectividade limitada. A inovação será fomentada através do uso de algoritmos avançados para o processamento de denúncias e análises de dados, bem como pela implementação contínua de melhorias baseadas no feedback dos usuários. A capacidade de absorver e adaptar novas tecnologias será essencial para manter o aplicativo atualizado e competitivo no mercado de proteção animal.

**4.4 Plano Operacional**

O plano operacional do **SOS Animal** descreve como a empresa funcionará de maneira eficiente. As principais atividades incluem:

1. **Desenvolvimento do Aplicativo:**
   1. **Atividades:** Programação, teste e atualização contínua do aplicativo.
   2. **Responsáveis:** Sócios e desenvolvedores contratados.
   3. **Materiais e Equipamentos:** Computadores, software de desenvolvimento, e ferramentas de colaboração online.
2. **Gestão de Usuários e Suporte:**
   1. **Atividades:** Atendimento a dúvidas e suporte técnico aos usuários.
   2. **Responsáveis:** Sócios e equipe de suporte remoto.
   3. **Materiais e Equipamentos:** Plataformas de comunicação e ferramentas de gestão de tickets.
3. **Marketing e Promoção:**
   1. **Atividades:** Criação e execução de campanhas de mídia social, parcerias com ONGs e eventos de conscientização.
   2. **Responsáveis:** Sócios e colaboradores de marketing.
   3. **Materiais e Equipamentos:** Computadores, software de design gráfico, e ferramentas de automação de marketing.
4. **Avaliação e Melhoria Contínua:**
   1. **Atividades:** Coleta e análise de feedback dos usuários, e implementação de melhorias no aplicativo.
   2. **Responsáveis:** Sócios e equipe de desenvolvimento.
   3. **Materiais e Equipamentos:** Ferramentas de análise de dados e sistemas de monitoramento.

**4.5 Plano de Inovação e Tecnologia**

Para o SOS Animal, o Plano de Inovação e Tecnologia visa garantir que o aplicativo esteja na vanguarda da tecnologia e continue a atender de forma eficaz às necessidades de proteção animal. O plano delineia ações e metas que garantirão a inovação contínua e a adaptação às mudanças tecnológicas e de mercado. A seguir, está um roteiro estruturado para promover a inovação e melhorar a competitividade do aplicativo.

**Tecnologias Avançadas:**

* **Objetivo:** Integrar IA e geolocalização de última geração.
* **Ações:** Desenvolver módulos de IA para análise de denúncias e aprimorar a geolocalização offline.
* **Meta:** Implementar IA e geolocalização avançada na próxima versão do aplicativo em seis meses.

**Capacitação da Equipe:**

* **Objetivo:** Atualizar conhecimentos da equipe em novas tecnologias.
* **Ações:** Oferecer treinamentos bimestrais e certificações.
* **Meta:** Certificar 100% da equipe em tecnologias relevantes até o final do ano.

**Parcerias Estratégicas:**

* **Objetivo:** Formar parcerias com instituições de pesquisa e startups.
* **Ações:** Firmar colaborações e projetos piloto.
* **Meta:** Estabelecer duas parcerias e integrar inovações dentro de um ano.

**Monitoramento e Avaliação:**

* **Objetivo:** Avaliar e ajustar as tecnologias regularmente.
* **Ações:** Coletar feedback e analisar o desempenho do aplicativo.
* **Meta:** Implementar melhorias contínuas baseadas em avaliações trimestrais.

**5. PLANO RECURSOS HUMANOS**

**5.1 Necessidade de pessoal**

| **Cargo/função** | **Escolaridade mínima** | **Qualificações necessárias** |
| --- | --- | --- |
| Sócio - Filipe Fávero Pimenta | Ensino Superior Completo | Experiência em suporte técnico, desenvolvimento de aplicativos, conhecimento em MySQL, Node.js, PHP, e IA. |
| Sócio - Gabriel Mendes Romanovski | Ensino Superior Completo | Experiência em redes e fibra óptica, conhecimento em comunicação, marketing e edição de mídia. |
| Voluntários | Variada | Interesse em proteção animal, habilidades técnicas, e disponibilidade para colaborar. |

**5.2 Plano de Recrutamento e Seleção de Pessoal**

| **Cargo/função** | **Fontes de Recrutamento** | **Ferramentas de Seleção** |
| --- | --- | --- |
| Desenvolvedor Full Stack I | Parcerias com Universidades e Comunidades de Tecnologia Local | **Desafio Técnico Prático** envio de um teste de desenvolvimento (pequeno projeto). |
| Especialista em Marketing Digital e Comunicação I | Grupos de Redes Sociais e Comunidades de Impacto Social | **Proposta de Estratégia de Marketing** irei solicitar uma apresentação de uma estratégia de marketing para o aplicativo. |
| Gerente de Comunidade e Suporte ao Usuário I | ONGs e Redes de Voluntariado Local | **Dinâmica de Grupo Online** iremos simular interações típicas com a comunidade (resolução de conflitos, resposta a perguntas, moderação de comentários). |
| **Análise do mercado de Recursos Humanos** | | |
| 1. **Desenvolvedor de Software**: Alta disponibilidade de profissionais em Curitiba, mas com grande concorrência por talentos devido ao crescimento do setor de tecnologia. Recrutamento pode focar em comunidades de desenvolvedores e parcerias com universidades. 2. **Gerente de Marketing e Comunicação**: Demanda por profissionais com experiência digital e de impacto social. O mercado possui boas opções, mas é necessário atrair candidatos alinhados com os valores da organização. Utilizar redes de voluntariado e ONGs para buscar candidatos motivados pela causa. 3. **Analista de Suporte e Atendimento ao Cliente**: Disponibilidade razoável de candidatos, especialmente entre jovens em início de carreira. Foco em plataformas de emprego e cursos técnicos locais para encontrar talentos dispostos a trabalhar em startups sociais.   O mercado de RH em Curitiba e região oferece boas opções de candidatos, mas será necessário adotar estratégias diferenciadas para atrair talentos específicos para o projeto "SOS Animal". | | |

**5.3 Plano de Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal**

| **Cargo/função** | **Competências** | **Treinamentos** | **Periodicidade** |
| --- | --- | --- | --- |
| Desenvolvedor Full Stack I | Desenvolvimento de software, integração de sistemas, segurança de dados | Cursos avançados em desenvolvimento web, segurança de aplicações, DevOps | A cada 6 meses |
| Especialista em Marketing Digital e Comunicação I | Estratégia digital, campanhas de marketing, comunicação com stakeholders | Workshops em marketing digital, uso de ferramentas de análise, branding | Anualmente |
| Gerente de Comunidade e Suporte ao Usuário I | Gerenciamento de comunidade, suporte ao usuário, comunicação eficaz | Treinamento em atendimento ao cliente, gestão de comunidade, mediação | A cada 4 meses |

**5.4 Plano de Cargos e Salários**

| **Cargo: Desenvolvedor Full Stack I** |
| --- |
| **Descrição do Cargo:**  Descrição Sumária:  Responsável pelo desenvolvimento, manutenção e melhoria de aplicativos web e sistemas internos, integrando diferentes tecnologias e plataformas.  Descrição Detalhada:  Desenvolve soluções front-end e back-end, assegura a segurança dos dados e a eficiência do código, colabora com outros membros da equipe para implementar novas funcionalidades e realiza testes para garantir a qualidade do software. |
| **Análise de Conhecimentos e Habilidades:**  Conhecimentos específicos necessários:  Domínio de linguagens como JavaScript, Python, HTML/CSS; frameworks como Flutter, Node.js; conhecimento de bancos de dados SQL e NoSQL.  Habilidades e características pessoais desejáveis:  Capacidade analítica, atenção aos detalhes, habilidades de resolução de problemas, comunicação eficaz, proatividade e trabalho em equipe. |
| **Avaliação do Cargo:**  Escolaridade:  Graduação em Ciência da Computação, Engenharia de Software ou áreas afins.  Experiência:  Mínimo de 2 anos como desenvolvedor full stack ou em cargos relacionados.  Complexidade das tarefas/responsabilidades:  Alta, com demandas complexas de programação e integração de sistemas, requerendo forte conhecimento técnico e habilidades de adaptação. |

| **Cargo: Especialista em Marketing Digital e Comunicação I** |
| --- |
| **Descrição do Cargo:**  Descrição Sumária:  Planeja, executa e monitora estratégias de marketing digital para promover a marca e engajar o público-alvo.  Descrição Detalhada:  Desenvolve campanhas de marketing digital, gerencia mídias sociais e cria conteúdos relevantes para aumentar a visibilidade online e gerar conversões, analisa dados de desempenho e ajusta as estratégias conforme necessário. |
| **Análise de Conhecimentos e Habilidades:**  Conhecimentos específicos necessários:  SEO, SEM, gestão de mídias sociais, marketing de conteúdo, ferramentas de análise como Google Analytics.  Habilidades e características pessoais desejáveis:  Criatividade, habilidades de comunicação, capacidade de análise de dados, conhecimento em branding e publicidade online. |
| **Avaliação do Cargo:**  Escolaridade:  Graduação em Marketing, Comunicação ou áreas afins.  Experiência:  Mínimo de 2 anos de experiência em marketing digital ou áreas relacionadas.  Complexidade das tarefas/responsabilidades:  Média, com foco na execução de estratégias criativas e análise de resultados para otimização contínua. |

| **Cargo: Gerente de Comunidade e Suporte ao Usuário I** |
| --- |
| **Descrição do Cargo:**  Descrição Sumária:  Gerencia a comunicação e o suporte com a comunidade de usuários, garantindo a satisfação e a fidelidade dos clientes.  Descrição Detalhada:  Facilita interações entre usuários e a empresa, responde a dúvidas e feedbacks, coordena eventos comunitários e participa de iniciativas de crescimento da comunidade. |
| **Análise de Conhecimentos e Habilidades:**  Conhecimentos específicos necessários:  Suporte ao cliente, gerenciamento de comunidades online, ferramentas de CRM.  Habilidades e características pessoais desejáveis:  Empatia, paciência, habilidades de comunicação escrita e verbal, capacidade de gestão de conflitos e resolução de problemas. |
| **Avaliação do Cargo:**  Escolaridade:  Ensino médio completo, preferencialmente com cursos de atendimento ao cliente ou comunicação.  Experiência:  Mínimo de 1 ano em atendimento ao cliente ou gerenciamento de comunidades.  Complexidade das tarefas/responsabilidades:  Baixa a média, com foco em habilidades interpessoais e na gestão de relacionamentos. |

Para auxiliá-los na elaboração do Plano de Recrutamento e Seleção de pessoal, siga as instruções da 3a Parte – A remuneração, do Manual Como Elaborar um Planejamento de Recursos Humanos.pdf, página 31.

| **Planilha de Cargos e Salários** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cargo/função** | **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** |
| Desenvolvedor Full Stack I | 4.000,00 | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.000,00 |
| Desenvolvedor Full Stack II | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.000,00 | 6.500,00 |
| Desenvolvedor Full Stack III | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.000,00 | 6.500,00 | 7.000,00 |
| Especialista em Marketing Digital I | 3.500,00 | 4.000,00 | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 |
| Especialista em Marketing Digital II | 4.000,00 | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.000,00 |
| Especialista em Marketing Digital III | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.000,00 | 6.500,00 |
| Gerente de Comunidade e Suporte I | 3.000,00 | 3.500,00 | 4.000,00 | 4.500,00 | 5.000,00 |
| Gerente de Comunidade e Suporte II | 3.500,00 | 4.000,00 | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 |
| Gerente de Comunidade e Suporte III | 4.000,00 | 4.500,00 | 5.000,00 | 5.500,00 | 6.000,00 |

**6. PLANO FINANCEIRO**

**INVESTIMENTO TOTAL:** R$ 18.600,00

**6.1 Estimativa dos investimentos fixos**

Dado que operamos exclusivamente online e utilizaremos equipamentos e infraestrutura que já possuímos em nossas residências, nossos custos fixos são restritos aos seguintes itens essenciais:

* **Computadores e Periféricos**: Considerando que tanto eu quanto meu sócio já possuímos equipamentos adequados para o desenvolvimento e gestão do projeto, não haverá necessidade de aquisição adicional neste momento.
* **Software e Licenças**: Incluem ferramentas de desenvolvimento e serviços necessários para o funcionamento do aplicativo. Os custos para essas ferramentas e serviços foram cuidadosamente selecionados para atender às nossas necessidades sem comprometer o orçamento. Estes são:
  + **Computadores e Periféricos**: R$ 10.000,00 (já possuem)
  + **Software de Desenvolvimento (JetBrains)**: R$ 800,00
  + **Servidor de Hospedagem (AWS)**: R$ 1.500,00/mês
  + **Serviço de Banco de Dados (Microsoft Azure)**: R$ 1.000,00/mês
  + **Serviço de Geolocalização (Google Maps API)**: R$ 200,00/mês
  + **Licença de Publicação na Play Store**: R$ 100,00
  + **Licença de Publicação na App Store**: R$ 500,00/anual
  + **Serviços Jurídicos**: R$ 5.000,00

Com isso, o planejamento inicial evita custos adicionais fixos desnecessários e se concentra em garantir a funcionalidade essencial do aplicativo e a conformidade legal. Dessa forma, maximizamos a utilização dos recursos disponíveis e mantemos nossos gastos alinhados com o objetivo de operar de forma econômica e sustentável.

**6.2 Capital de Giro**

| **Capital de giro** | R$ |
| --- | --- |
| A – Estoque inicial | - |
| B – Caixa mínimo | 20.000,00 |
| Total do capital de giro (A +B) | 20.000,00 |

**6.3 Investimentos pré-operacionais**

| **Investimento pré-operacional** | **R$** |
| --- | --- |
| Despesas de legalização | R$ 1.000,00 |
| Obras civis e ou reforma | R$ 00,00 |
| Divulgação | R$ 400,00 |
| Cursos e treinamentos | R$ 00,00 |
| Outras despesas | R$ 00,00 |
| **Total** | **R$ 3.300,00** |

**6.4 Investimento total - Resumo**

| **Descrição dos investimentos** | **Valor (R$)** | **(%)** |
| --- | --- | --- |
| 1. Investimento fixo | 18.600,00 | 93% |
| 2. Investimento pré-operacional | 1.400,00 | 17% |
| **Total (1+2+3)** | **20.000,00** | **100** |

| **Fontes de recursos** | **Valor (R$)** | **(%)** |
| --- | --- | --- |
| 1. Recursos próprios | 20.000,00 | 100 |
| 2. Recursos de terceiros | - | - |
| 3. Outros | - | - |
| **Total (1+2+3)** | 20.000,00 | **100** |

**6.7 Estimativa dos custos de comercialização**

| **Descrição** | **(%)** | **Faturamento estimando** | **Custo total** |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Imposto** | | | |
| **Impostos Federais** | | | |
| SIMPLES | N/A | N/A | N/A |
| IRPJ | N/A | N/A | N/A |
| PIS | N/A | N/A | N/A |
| COFINS | N/A | N/A | N/A |
| CSLL | N/A | N/A | N/A |
| **Impostos Estaduais** | | | |
| ICMS | N/A | N/A | N/A |
| **Impostos Municipais** | | | |
| ISS | N/A | N/A | N/A |
| **Subtotal 1** |  |  |  |
| **2. Gastos com vendas** | | | |
| Comissões | N/A | N/A | N/A |
| Propaganda | 2% | N/A | R$400,00 |
| Taxa de administração do cartão de crédito | N/A | N/A | N/A |
| **Subtotal 2** |  |  |  |
| **TOTAL (Subtotal 1+ 2)** | **2%** | **N/A** | **R$400,00** |

**6.9 Estimativa dos custos com mão de obra**

Inicialmente, nossa equipe será composta apenas pelos sócios fundadores, que atuarão voluntariamente no desenvolvimento, gestão e operação do aplicativo. Como uma organização sem fins lucrativos, nosso projeto tem o objetivo principal de contribuir para o combate aos maus-tratos aos animais, oferecendo uma plataforma gratuita para denúncias e conscientização.

Dado que não temos colaboradores contratados e não estamos gerando receita ou lucro, não há custos com mão de obra relacionados a salários e encargos sociais, como FGTS, férias, 13º salário, INSS, horas extras ou aviso prévio. Todos os trabalhos serão realizados durante o nosso tempo livre, sem qualquer remuneração, com o intuito de maximizar a eficiência e direcionar todos os nossos recursos para o aprimoramento do aplicativo e para o atendimento do nosso propósito social.

Portanto, até que haja necessidade e capacidade financeira para expandir a equipe ou contratar colaboradores, não haverá custos com mão de obra. Caso, no futuro, o projeto cresça e seja necessário contratar pessoal, avaliaremos as possibilidades de captação de recursos por meio de doações, parcerias ou financiamento público, sempre mantendo o compromisso com a nossa missão de impacto social sem fins lucrativos.

**6.10 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais**

| Descrição | Custo Total Mensal (em R$) |
| --- | --- |
| Aluguel | N/A |
| Condomínio | N/A |
| IPTU | N/A |
| Água | N/A |
| Energia Elétrica | N/A |
| Telefone | N/A |
| Honorários do Contador | N/A |
| Pró-labore | N/A |
| Manutenção de equipamentos | N/A |
| Salários + encargos (Anexo 2) | N/A |
| Material de Limpeza | N/A |
| Material de Escritório | N/A |
| Combustível | N/A |
| Taxas diversas | N/A |
| Serviços de terceiros | N/A |
| Depreciação | N/A |
| Outras despesas | N/A |
| **Total** |  |

**6.12 Indicadores de viabilidade**

Como nossa startup é uma organização sem fins lucrativos, os indicadores de viabilidade tradicionais, como ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento, precisam ser analisados sob uma perspectiva diferente. O sucesso da nossa operação será medido em termos de impacto social, alcance do público e eficiência na gestão dos recursos. No entanto, vamos calcular esses indicadores com base nas premissas de custos e despesas operacionais para garantir que nossas operações possam ser mantidas sem prejudicar nossa missão.

6.13.1 Ponto de equilíbrio

No nosso caso, não há faturamento direto, pois o aplicativo é gratuito. Como estamos operando como uma organização sem fins lucrativos, o ponto de equilíbrio é alcançado quando conseguimos captar doações ou subsídios suficientes para cobrir nossas despesas operacionais fixas e variáveis, como custos de servidores, licenças de software e serviços jurídicos.

.

6.13.2 Lucratividade

Como nosso objetivo não é o lucro, mas sim a promoção de uma causa social, o indicador de lucratividade tradicional, que mede o lucro líquido em relação às vendas, não se aplica diretamente ao nosso contexto. Em vez disso, nossa "lucratividade" pode ser interpretada como a capacidade de cumprir nossa missão de forma eficiente, utilizando os recursos arrecadados por meio de doações, patrocínios ou parcerias. O sucesso será medido pela quantidade de casos resolvidos, usuários engajados e impacto social alcançado.

6.13.3 Rentabilidade

A rentabilidade, que normalmente mede o retorno do capital investido aos sócios, também não se aplica da forma tradicional, pois não buscamos retorno financeiro sobre o capital investido. No nosso contexto, a rentabilidade pode ser considerada em termos de impacto social por unidade de investimento. Por exemplo, a eficiência do uso de cada real captado para gerar resultados concretos na proteção e defesa dos animais.

6.13.4 Prazo de retorno investido

Podemos medir o "retorno" em termos de tempo necessário para que o aplicativo atinja um nível de impacto que justifique o capital investido inicialmente. Esse prazo será considerado alcançado quando o aplicativo estiver funcionando plenamente, engajando a comunidade e ajudando a resolver casos de maus-tratos a animais de forma eficaz, sustentável e continuada.

| **Justificativa Financeira para o Aplicativo SOS Animal** |
| --- |

O aplicativo SOS Animalt foi concebido como uma iniciativa sem fins lucrativos, com o objetivo de criar uma plataforma acessível para denunciar maus-tratos aos animais e promover o bem-estar animal. Inicialmente, todo o investimento necessário para o desenvolvimento e operação do aplicativo será proveniente dos próprios sócios, sem previsão de retorno financeiro a curto prazo. Nosso foco principal é construir uma comunidade ativa e engajada que compartilhe nossa visão de proteger e defender os direitos dos animais.

**Investimento Inicial e Sustentabilidade a Curto Prazo**

O investimento inicial, conforme detalhado no plano financeiro, é suficiente para garantir o funcionamento do aplicativo por pelo menos um ano. Esse cálculo leva em consideração que os próprios sócios, que também são os desenvolvedores, serão responsáveis pela manutenção e operação do aplicativo, minimizando custos operacionais. Além disso, estamos utilizando ferramentas e serviços gratuitos ou de baixo custo sempre que possível. Essa abordagem permite manter o aplicativo ativo sem dificuldades financeiras no curto prazo.

**Metas de Longo Prazo: Engajamento e Expansão**

Nosso plano para os próximos anos inclui objetivos ambiciosos que vão além da operação sem fins lucrativos. Nossa estratégia de longo prazo é alcançar uma comunidade cada vez mais engajada e estabelecer parcerias significativas com ONGs e aplicativos de terceiros. Dentro de um ano, esperamos criar uma base sólida de usuários que utilizem o aplicativo regularmente para reportar e combater os maus-tratos aos animais.

* Meta de 1 Ano: Engajar uma comunidade ativa, formar parcerias estratégicas com ONGs locais e introduzir novas funcionalidades que aumentem a eficiência das denúncias e a interação com a comunidade.
* Meta de 2 Anos: Expandir nossas parcerias, tanto com ONGs nacionais quanto com outros aplicativos de impacto social, e começar a explorar formas de monetização que sejam compatíveis com nosso propósito social. Isso inclui a introdução de funcionalidades premium para usuários interessados em serviços adicionais ou personalizados.
* Meta de 3 Anos: Incrementar significativamente o alcance do aplicativo, expandindo sua utilização nacionalmente e explorando mercados internacionais. Buscamos que o Star Pet se torne uma referência global em denúncias de maus-tratos aos animais, captando colaboradores e investidores interessados em impacto social.

**Possíveis Fontes de Receita Futuras**

Embora o Star Pet seja, inicialmente, uma plataforma gratuita e sem fins lucrativos, estamos estudando diferentes maneiras de gerar receita a médio e longo prazo para garantir sua sustentabilidade e crescimento contínuo. Algumas dessas estratégias incluem:

1. Parcerias e Patrocínios: Desenvolver colaborações com ONGs, empresas de produtos para animais e entidades governamentais que possam patrocinar a plataforma em troca de visibilidade e impacto social.
2. Funcionalidades Pagas: Introduzir funcionalidades avançadas ou premium que possam ser monetizadas sem comprometer o objetivo principal da plataforma. Por exemplo, relatórios avançados de casos de maus-tratos ou serviços personalizados de proteção animal.
3. Crowdfunding e Doações: Incentivar a comunidade a apoiar o aplicativo através de campanhas de crowdfunding e doações diretas para sustentar operações e expandir funcionalidades.

**Viabilidade para Investidores**

É importante destacar que, embora o aplicativo Star Pet não seja rentável para investidores tradicionais que buscam retorno financeiro rápido, ele oferece uma oportunidade única para aqueles que estão interessados em investir em impacto social e em causas relevantes para a sociedade. Nossa principal preocupação é realmente ajudar os animais, e todas as nossas estratégias de expansão futura se alinham com esse propósito.

Portanto, a viabilidade do aplicativo reside não apenas na sua capacidade de atrair recursos, mas também em sua missão de criar uma rede de proteção efetiva para os animais. O investimento inicial dos sócios e a manutenção dos custos operacionais através de uma gestão eficiente garantem que o Star Pet estará ativo e operando por pelo menos um ano, enquanto se prepara para futuras fases de crescimento e sustentabilidade.

**Conclusão**

Embora não tenhamos o intuito de gerar lucros imediatos, o Star Pet está comprometido com uma missão maior de impacto social e bem-estar animal. Nosso planejamento financeiro inicial e o compromisso com nossa causa permitem que o aplicativo seja sustentável no curto prazo, com uma visão clara de expansão e geração de receita que respeite nossos valores e objetivos. Estamos determinados a criar um futuro em que nossa plataforma se torne um pilar fundamental na luta contra os maus-tratos aos animais, seja localmente ou em escala global.