****

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ASSIS GURGACZ**

**SANDRO MATHEUS RAMOS**

**JUAN VALENTIN**

**CRISTIAN FIOR CAVALHEIRO**

**ESTÉFANO MENDES ZORDAN**

**PLANO DE NEGÓCIOS**

**CREATE ONE**

**CASCAVEL – PR**

**2019**

****

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ASSIS GURGACZ**

**SANDRO MATHEUS RAMOS**

**JUAN VALENTIN**

**CRISTIAN FIOR CAVALHEIRO**

**ESTÉFANO MENDES ZORDAN**

**PLANO DE NEGÓCIOS**

**CREATE ONE**

Trabalho apresentado na Disciplina de Introdução a Engenharia de Software, do Curso de Engenharia de Software do Centro Universitário Assis Gurgacz.

Professor: Thiago Alexander

**CASCAVEL – PR**

**2019**

**Sumário**

[1. Sumário Executivo 5](#__RefHeading___Toc666_1253779651)

[1.1 Resumo do Negócio 5](#__RefHeading___Toc670_1253779651)

[1.2 Empresário(a) 5](#__RefHeading___Toc672_1253779651)

[1.3 Setor de Atuação 5](#__RefHeading___Toc674_1253779651)

[1.4 Forma Jurídica 5](#__RefHeading___Toc676_1253779651)

[1.5 Fontes de Recursos 5](#__RefHeading___Toc678_1253779651)

[2. Identificação das necessidades 5](#__RefHeading___Toc680_1253779651)

[2.1 Necessidades 6](#__RefHeading___Toc682_1253779651)

[2.2 Descrição do Serviço 6](#__RefHeading___Toc686_1253779651)

[3. Segmentação do mercado 6](#__RefHeading___Toc688_1253779651)

[3.1Geografia 6](#__RefHeading___Toc690_1253779651)

[3.2 Demografia 6](#__RefHeading___Toc692_1253779651)

[3.3 Psicográfica 6](#__RefHeading___Toc694_1253779651)

[3.4 Características Organizacionais 6](#__RefHeading___Toc696_1253779651)

[4. Perfil do Consumidor 7](#__RefHeading___Toc698_1253779651)

[5. Concorrentes 7](#__RefHeading___Toc700_1253779651)

[6. Análise de cenário 8](#__RefHeading___Toc702_1253779651)

[6.1. Ambiente Interno 8](#__RefHeading___Toc704_1253779651)

[6.2 Ambiente Externo 8](#__RefHeading___Toc706_1253779651)

[7. Estratégia de Produto 9](#__RefHeading___Toc708_1253779651)

[7.1 Qualidade 9](#__RefHeading___Toc710_1253779651)

[7.2 Imagem 9](#__RefHeading___Toc712_1253779651)

[7.3 Inovação 9](#__RefHeading___Toc714_1253779651)

[7.4 Informação 9](#__RefHeading___Toc716_1253779651)

[7.5 Garantia 9](#__RefHeading___Toc718_1253779651)

[7.6 Conveniência 10](#__RefHeading___Toc720_1253779651)

[7.7 Serviços 10](#__RefHeading___Toc722_1253779651)

[8. Estratégia de preços 10](#__RefHeading___Toc724_1253779651)

[9. Estratégia de Promoção 10](#__RefHeading___Toc726_1253779651)

[10. Estratégia de Comunicação 11](#__RefHeading___Toc730_1253779651)

[11. Força de Vendas 11](#__RefHeading___Toc732_1253779651)

[12. Processo operacional 11](#__RefHeading___Toc734_1253779651)

[13. Finanças 12](#__RefHeading___Toc736_1253779651)

[13.1 Investimentos fixos 12](#__RefHeading___Toc738_1253779651)

[13.2 Faturamento 13](#__RefHeading___Toc740_1253779651)

[13.3 DRE 14](#__RefHeading___Toc742_1253779651)

# 1. Sumário Executivo

## 

## **1.1 Resumo do Negócio**

Nosso serviço seria voltado a desenvolvimento de sites, utilizando WordPress para baratear os custos do serviço, nosso foco seria MEI E ME, estes que em grande parte não tem conhecimento do serviço ou acesso por conta do valor. Nossos concorrentes são grandes empresas do ramo e o site wix.

## **1.2 Empresário(a)**

A Sócia Gabrielli Vieira Santos esta cursando bacharel em Ciências Econômicas, habilidades em gestão de projetos e negócios com o foco em análise de investimentos e fontes de financiamento, e o sócio Sandro Matheus Ramos Cursando Engenharia de Software, como desenvolvedor das soluções.

## **1.3 Setor de Atuação**

Comércio: Serviços.

## **1.4 Forma Jurídica**

Micro empreendedor Individual.

## **1.5 Fontes de Recursos**

Será proveniente de investidores.

# **2. Identificação das necessidades**

**IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES**

## **2.1 Necessidades**

## Micro e pequenas empresas sentem a necessidade de divulgar sua marca a um publico maior, aumentando a visibilidade sobre seus produtos e serviços e também os lucros, através da internet.

## **2.2 Descrição do Serviço**

Nossos serviços têm o foco no desenvolvimento de sites com os seguintes formatos: E-commerce(comércio eletrônico), One Page (uma única Página), Blog (Pessoal ou da Marca), Portfólio (divulgação de serviços) e Institucional (também conhecido como organizacional).

# **3. Segmentação do mercado**

## **3.1 Geografia**

Empresários da cidade.

## **3.2 Demografia**

Micro e pequenos empreendedores, entre 20 e 60 anos, Classe A e B.

## **3.3 Psicográfica**

Empresários que sentem a necessidade de divulgar seus produtos e serviços e expandir o alcance do seu publico.

## **3.4 Características Organizacionais**

Micro e pequenas empresas.

# 4. Perfil do Consumidor

Micro e pequenas empresas que estão na base do mercado, porém, com um balanço positivo sendo possível visualizar uma grande chance de crescimento.

A compra do serviço é realizado apenas uma vez, onde o gerente ou o dono do negócio analisará a proposta e nos entregando a decisão de compra.

Esses empresários buscam maior visibilidade para sua empresa, e veem o site como uma forma de expandir o publico da empresa, tendo um maior alcance.

Procuram confiança, profissionalismo e qualidade no produto final, estando este dentro do padrão solicitado. Assim como um atendimento diferencial e simples, onde o suporte técnico possa solucionar os seus problemas de forma ágil e eficiente.

Esse consumidor encontrará na CreateOne, além do nosso site, o telefone e o e-mail para contato onde poderá entrar em contato e tirar suas dúvidas.

# 5. Concorrentes

A CreateOne enfrente concorrentes com plataformas de fácil interação do usuário para o desenvolvimento como a Wix, Weebly, Webnode e One.com, que oferecem valores baixos para sua utilização.

Essas plataformas oferecem autonomia para que sejam criados sites utilizando templates prontos, porém limitada, essa falsa autonomia cria uma sensação de frustração com relação ao resultado final.

Sites nesses formatos, que são rígidos, impedem que o site tenha um layout adequado a empresa, uma vez que pode diminuir a autoridade e o profissionalismo da mesma.

Também enfrentamos as grandes empresas do setor de desenvolvimento web que estão instaladas na cidade a mais tempo, mas que oferece seus serviços a valores altos e injustos.

# **6. Análise de cenário**

## **6.1. Ambiente Interno**

Ao analisar o ambiente interno de uma empresa é possível determinar quais são as forças encontradas e que devem ser alavancadas e também quais são as fraquezas que devem ser minimizadas.

Na CreateOne podemos estabelecer como pontos fortes a criatividade, a filosofia de sempre manter a alta produtividade e a flexibilidade do negócio para o atendimento ao cliente. Podemos citar a relação custo/benefício encontrada ao compararmos o valor dos nossos serviços com a qualidade que é entregue.

Em contrapartida, encontramos fraqueza como uma equipe reduzida e a falta de experiência no mercado.

## **6.2 Ambiente Externo**

O ambiente externo também tem uma influência, podendo ser classificada como: Oportunidades e Ameaças.

Encontramos oportunidades por toda a cidade, uma vez que o mercado de desenvolvimento de sites não tem uma divulgação maciça e portanto não é um nicho explorado em toda a sua amplitude.

Encontramos “ameaças” ao se deparar com grandes empresas estabelecidas no mercado, assim como uma cultura muito forte de desvalorização para com o trabalho do desenvolvedor.

# 7. Estratégia de Produto

## **7.1 Qualidade**

Determinamos um padrão de qualidade sobre a confiabilidade em nossos serviços, determinada pelo portfólio de trabalhos realizados. Sendo este, próximo ao da concorrência.

## **7.2 Imagem**

Trabalhamos constantemente para melhorar a imagem da CreateOne nas redes sociais e em nosso site, contando com uma logo e site visualmente atrativa e criativa.

## **7.3 Inovação**

Oferecemos sites totalmente personalizados e dinâmicos com o solicitado pelo cliente.

## **7.4 Informação**

Oferecemos nossas redes sociais, como o Facebook e Instagram, assim como o e-mail, telefone e o nosso site.

## **7.5 Garantia**

Nossa garantia é fixada a partir do momento em que o contrato é assinado pela pate interessada (cliente).

## **7.6 Conveniência**

Ao adquirir o site, nossos clientes terão todas os benefícios de serem expostos a uma quantidade maior de pessoas com pouco sem precisar estar se preocupando a manutenção do site, que está incluso entro do plano mensal de manutenção.

Também facilitaremos ao nosso cliente o modo como a negociação e levantamento de requisitos serão realizadas, oferecendo as opções de atendimento por chamada de vídeo ou presencial onde marcaremos um horário e iremos até o nosso cliente.

## **7.7 Serviços**

Temos vinculado ao nosso serviço de desenvolvimento de sites a manutenção e atualização do mesmo, através do plano mensal de manutenção.

# 8. Estratégia de preços

A CreateOne utiliza uma estratégia de Super Valor, no qual nosso cliente encontra um alto valor e um baixo preço.

Também oferecemos formas facilitadas de pagamentos, sendo elas em dinheiro à vista, boleto à vista ou no cartão parcelado em até vezes.

# 9. Estratégia de Promoção

# 

Utilizamos como estratégia, ofertas no formato de sorteio, onde será sorteado o serviço em nossas mídias sociais, atraindo mais visualizações e aumentando a autoridade sobre o serviço oferecido.

# 10. Estratégia de Comunicação

Estamos frequentemente alertando sobre a necessidade de cada empresa ter um site próprio, assim como informamos nossos padrões de qualidade a um baixo valor.

Utilizamos de forma primaria a internet, realizando publicações nas redes sociais,e-mail marketing e em nosso site. De forma secundaria, usamos catões de visita.

# 11. Força de Vendas

A força de venda atual da CreateOne é formada por pessoal com um alto conhecimento sobre o serviço realizado e o produto final, tendo condições de orientar o cliente da forma mais adequada diante da necessidade exposta. Estes são fatores de grande importância, tendo um maior destaque em relação a experiência em vendas.

Nossos vendedores não são comissionados e recebem treinamentos técnicos e logístico sobre o serviço oferecido assim como em técnicas em vendas, com foco na venda de software.

# 12. Processo operacional

Inicialmente a CreateOne espera conquistar de 1 a 2 clientes por mês, podendo ser escolhido qualquer categoria e formato de site oferecido. De forma, que ao final de um ano, estejamos realizando a manutenção de 12 a 16 sites.

Dentro da empresa, as atividades são divididas em duas grandes funções, sendo administrativa e a operacional, onde temos:

* Gabrielli Vieira Santos, responsável pela parte administrativa e contábil da empresa, realizará análise de mercado, custos e de desempenho da empresa, assim como a viabilidade de financiamentos e investimentos para a empresa.
* Sandro Matheus Ramos, responsável por identificar a necessidade do cliente, levantar e analisar os requisitos necessários e o desenvolvimento do projeto.
* Atividades como vendas, criação de campanhas e marketing serão realizadas em conjunto.

# 13. Finanças

A CreateOne utilizou para a realização de investimentos e o lançamento do projeto, capital de terceiros, disponibilizado pelos sócios.

Todos os números abaixo, relativos a ganhos foram montados sobre o mês de Maio de 2019, mês no qual se iniciou as atividades de análise de mercado, vendas e marketing para a captação de clientes.

# 13.1 Investimentos fixos

A CreateOne obteve os seguintes investimentos para se tornar uma realidade.

|  |  |
| --- | --- |
| **Moveis e Utensílios** | **Total** |
| Mesas (2un) | R$ 600,00 |
| Cadeiras (2un) | R$ 400,00 |
|  |  |
| **Computadores** |  |
| Computador de mesa | R$ 2.000,00 |
| Notebook | R$ 3.000,00 |
|  |  |
| **Outros** |  |
| Domínio (site) | R$ 49,90 |
| Hospedagem (site) | R$ 132,00 |
|  | **R$ 6.181,90** |

# 13.2 Faturamento

Apresentaremos a seguir nosso faturamento atual, no qual temos uma projeção de aumento de serviços sendo realizados em 200%, porém, devido à imprevisibilidade do valor exato do serviço e o formato que ocorreram as vendas, não será possível demonstrar em uma planilha.

Faturamento atual - mês

|  |  |
| --- | --- |
| **Serviços** | **Total** |
| Site e-commerce | R$ 3.000,00 |
|  | **R$ 3.000,00** |

## **13.3 DRE**

 Abaixo está sendo apresentada a DRE referente ao mês de Maio da CreateOne enquanto projeto, dessa forma, impostos e encargos foram excluídos da tabela uma vez que a CreateOne ainda não se qualifica como empresa.

