



# Plano de Negócio

Aplicativo iVAN



André Luis Quiosi

Diego Corte Costa

Eduardo Richetti Bonatto



# Sumário Executivo



# Sumário Executivo

- Empresa no ramo de serviços
  - Aplicativo para gerenciamento do serviço de transporte contínuo de passageiros, com foco especial no transporte de universitários.
- As empresas desse ramo não costumam possuir um sistema próprio para o gerenciamento de presenças nas viagens, para definir quais serão as rotas percorridas para buscar e devolver os passageiros.
- O objetivo é preencher essa lacuna que existe no mercado.
- A solução proposta visa suprir essa necessidade, buscando facilitar e otimizar a experiência de todos os envolvidos nesse serviço.

# Visão Geral

|               |   |
|---------------|---|
| <b>Missão</b> | Melhorar o serviço de transporte contínuo de passageiros, principalmente de universitários          |
| <b>Visão</b>  | Em dez anos ser o aplicativo referência no gerenciamento de passageiros no transporte universitário |

# Objetivos

| Objetivo                       | Descrição  | Prazo   |
|--------------------------------|--|---------|
| <b>Objetivo de Curto Prazo</b> | Atrair as primeiras 5 empresas de transporte de passageiros sob fretamento da cidade de Cascavel | 6 meses |
| <b>Objetivo de Médio Prazo</b> | Ampliar sua base de clientes para 20 empresas das cidades da região de Cascavel                  | 2 anos  |
| <b>Objetivo de Longo Prazo</b> | Expandir-se para no mínimo 100 empresas de toda região oeste do Paraná                           | 10 anos |

# Matriz SWOT

| Forças   | Fraquezas   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Objeto Inovador.</li><li>• Alta qualidade de software</li><li>• Bom planejamento de negócio</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Dificuldade em atrair as empresas de transporte.</li></ul>  |
| Oportunidades  | Ameaças   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Pouca concorrência</li><li>• Demanda alta</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Interdição de estradas</li><li>• Baixo retorno financeiro das empresas</li><li>• Subida do preço dos combustíveis</li></ul> |
| Forças x Oportunidades   | Fraquezas x Ameaças   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• O aplicativo é inovador e atende uma perceptível demanda crescente no mercado.</li><li>• Para lidar com a concorrência baixa o bom planejamento pode ser muito importante.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• A empresa pode melhorar o valor da taxa cobrada pelo serviço com o intuito de atrair empresas de transporte.</li></ul>      |

# Matriz SWOT

- Posicionamento de Mercado equilibrado
  - Preço baixo (quanto for possível)
  - Boa qualidade
- Estratégias Contra a Concorrência
  - Acordos de não competição
  - Pesquisa de preços
- Modelo de Receita Recorrente
  - Netflix
  - Minhas finanças
- Licenciamento de Softwares
  - Direitos autorais da empresa
  - Softwares de terceiros sob licença permissiva



# Recursos Humanos





# Estratégia de Capacitação

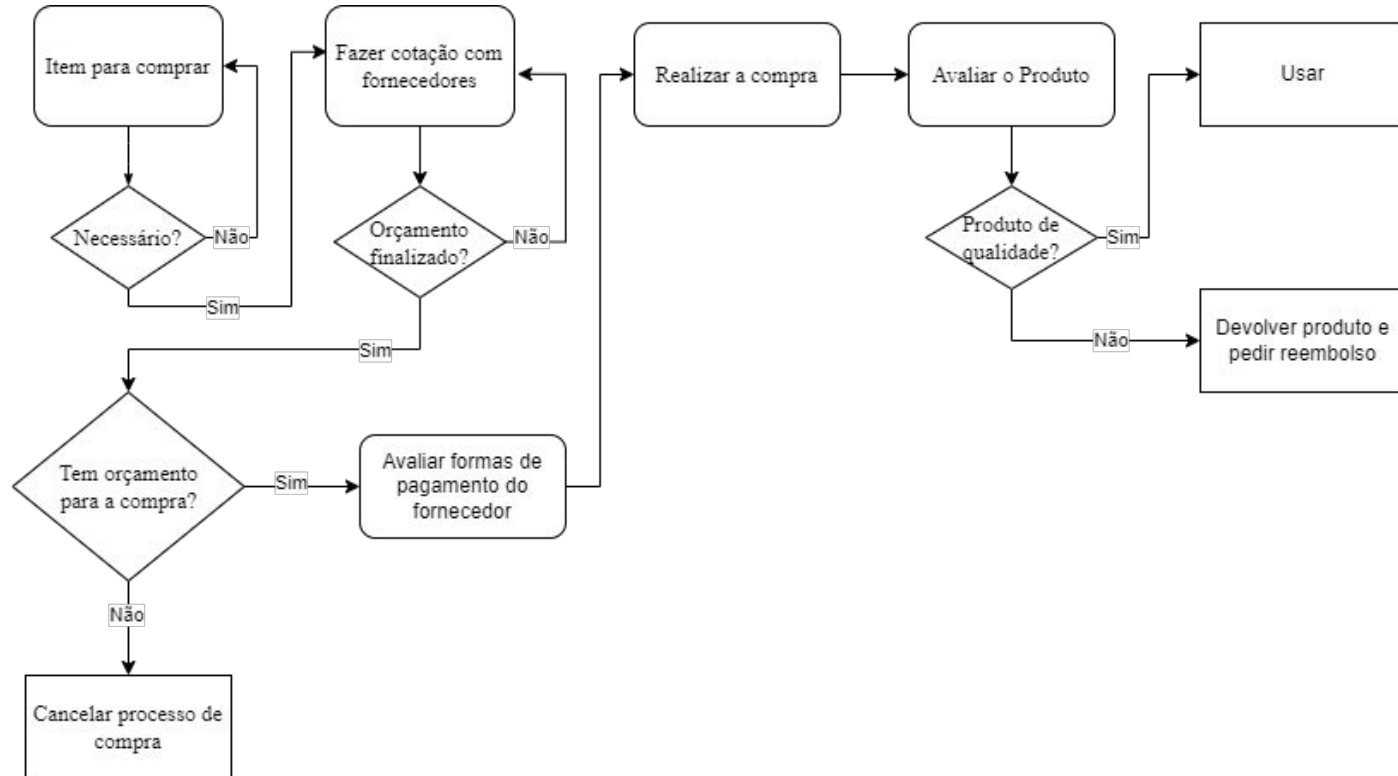
- Análise de Necessidades de Capacitação
- Elaboração do Plano de Capacitação
- Implementação do Plano
- Avaliação e Acompanhamento
- Feedback Contínuo e Engajamento
- Monitoramento Contínuo da Evolução dos Funcionários
- Melhoria Contínua

# Pessoal chave

- Principais Cargos Iniciais
  - Representante de Vendas
  - Desenvolvedor Front-End/Mobile
  - Desenvolvedor Back-End
- Expansão de Cargos com o Crescimento
  - Administrador de Banco de Dados
  - Administrador de Infraestrutura
- Participação dos Funcionários
- Sistema de Bonificação

# Processos

# Processo de Compras e Pagamento

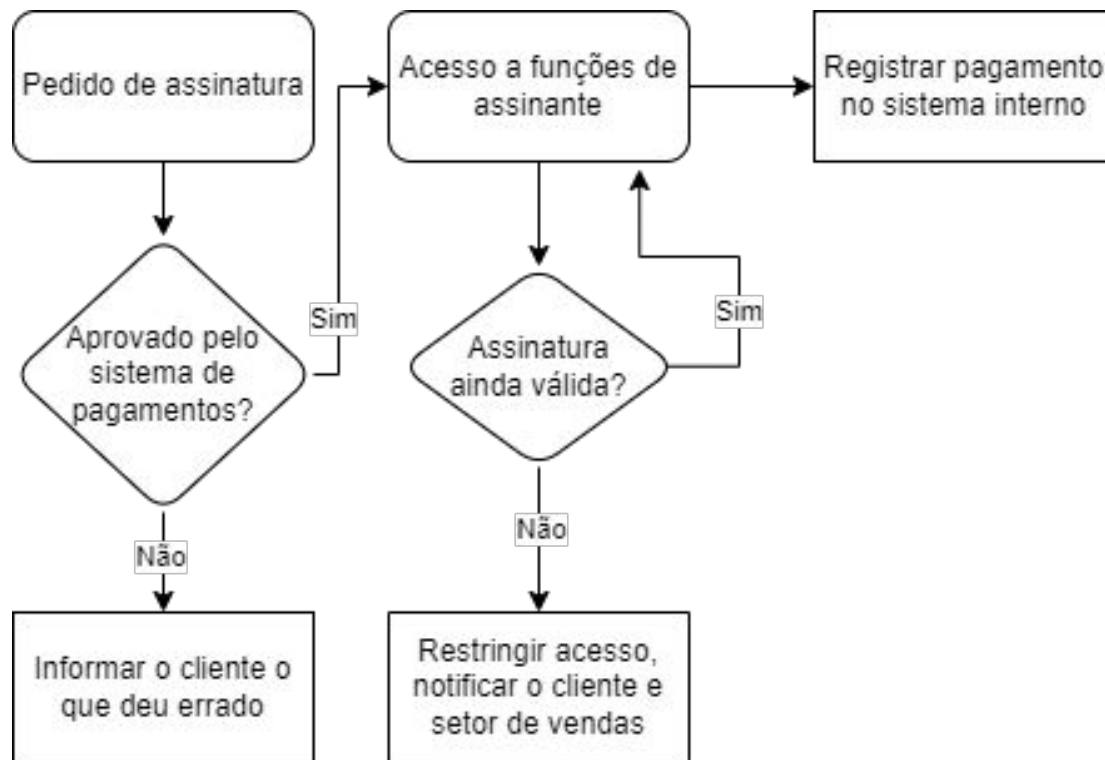


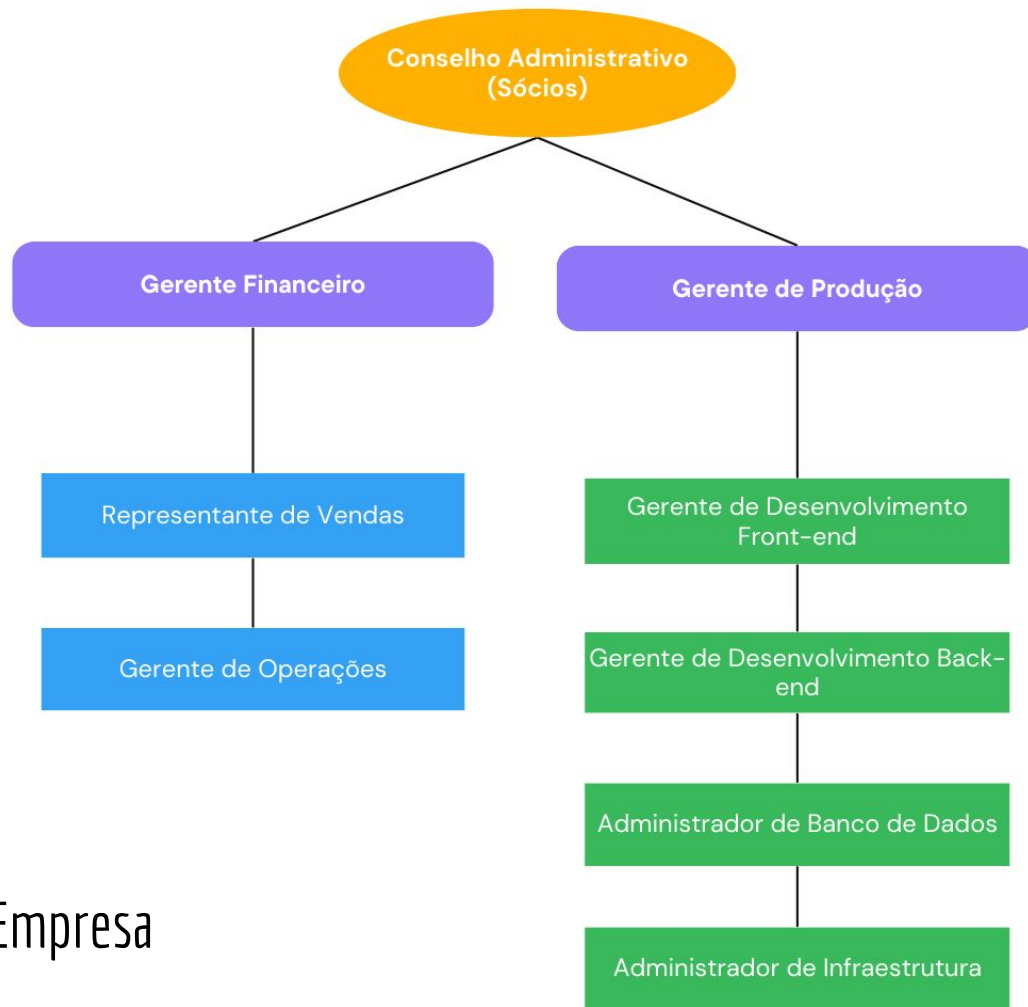
# Processo de Vendas

O processo de vendas será dividido em 7, sendo elas:

- Breve estudo sobre o mercado e o cliente;
- Identificação das dores do cliente e entendimento de como ajudá-lo;
- Apresentação da solução e definição dos próximos passos;
- Envio da proposta;
- Negociação;
- Fechamento da venda;
- Formalização do contrato de assinatura do serviço.

# Processo de Recebimento





Organograma da Empresa

# Estrutural

- Localização da Empresa
  - Cascavel - PR
  - Experiência com o mercado da área
  - Diversos possíveis clientes na região
- Ferramentas/Sistemas de Gestão
  - Windows, Ubuntu, Alpine
  - Apache, MySQL, SQLite
  - IntelliJ IDEA, Visual Studio Code, Android Studio
  - Pacote Office, LibreOffice
  - Teams, Rocket Chat, Trello
- Maquinário e Estrutura Necessários
  - Dell Workstation e Laptops
  - Equipamentos Cisco, Firewall Fortinet
  - Servidores
  - Materiais de escritório
  - Local Físico



# Relacional

- Contratação de Contador
- Abertura de Contas Bancárias
- Responsabilidades dos Sócios
- Análise do Ambiente Econômico
- Atraso ou Alternativas de Lançamento

# Competidores

- Principal Ferramenta Concorrente
  - Foco das Funcionalidades do WhatsApp
- Diferenciais do Nosso Produto
- Ausência de Concorrentes com Ideias Semelhantes

|                         | WhatsApp     | iVan         |
|-------------------------|--------------|--------------|
| Preço                   | Abaixo       | Acima        |
| Produto                 | Abaixo       | Acima        |
| Inovação                | Muito Abaixo | Muito Acima  |
| Marketing               | Abaixo       | Acima        |
| Participação de Mercado | Muito Acima  | Muito Abaixo |

# Clientes

- Público-Alvo Principal
  - Motoristas das vans (homens e mulheres de 25 a 69 anos).
- Poder Aquisitivo
  - classe média e donos de empresas de transporte de passageiros.
- Metas
  - curto prazo é de 5 empresas
  - médio prazo de 20 empresas
  - longo prazo 100 empresas
- Foco Geográfico
  - Oeste do Paraná, iniciando-se pela cidade de Cascavel.

# Concorrência

- Cenário Atual do Mercado
- Uso do WhatsApp na Atualidade
- Ausência de Concorrentes Diretos
- Desafio de Convencimento dos Clientes
- Diferencial Competitivo
- Simplicidade e Funcionalidade do Produto

# Estratégias - Modelo Rojo

Nível 1 - Aplicar o Delphi

Lista de variáveis críticas:

| VC  | Variável Crítica                                    | Diego | Eduardo | André | Total |
|-----|---|-------|---------|-------|-------|
| VC1 | Leis de Regulamentação do Transporte de Passageiros | 3     | 2       | 2     | 7     |
| VC2 | Paralisações e Protestos                            | 1     | 1       | 1     | 3     |
| VC3 | Disponibilidade de Internet                         | 2     | 3       | 3     | 8     |
| VC4 | Entrega de Valor ao Assinante                       | 5     | 4       | 5     | 14    |
| VC5 | Qualidade do Aplicativo                             | 4     | 5       | 4     | 13    |

## Matriz SWOT:

| <b>Forças</b>   | <b>Fraquezas</b>   |
|---|--|
| Bom Processo de Software (VC5)<br>Preço justo e bem estabelecido (VC4)  | Demora no desenvolvimento (VC5)<br>Falta de experiência em administração de empresas (VC5) |
| <b>Oportunidades</b>  | <b>Ameaças</b>   |
| Mudança em alguma lei que facilite o negócio (VC1)<br>Concorrência sem especialização na entrega de produto similar (VC4) | Greve dos caminhoneiros (VC2)<br>Baixa área de cobertura de rede (VC3)                     |

Nível 3 - Usar 1 Cenário simulado

**Cenário escolhido:** Motorista sem Internet.

**Explicação:** Cenário em que o motorista não tenha conexão com a rede. Nesse caso, haveria uma impossibilidade de comunicação entre o aplicativo cliente e o aplicativo servidor, fazendo com que o usuário não consiga se comunicar com a aplicação.

## Nível 4 - Formulação das estratégias do cenário simulado

**VC1:** Nesse cenário, essa variável crítica não tem efeito.

**VC2:** Sem aplicação para esse cenário.

**VC3:** A. Possibilitar que o motorista envie mensagens de texto ou faça ligações para seus passageiros.

**VC4:** B. Oferecer dicas e parceria com operadora de rede que tem taxa de cobertura melhor.

**VC5:** C. Aplicativo adota estratégias para recuperar fluxo de processo em caso de acontecimento deste cenário.



Nível 5 - Alinhar as metas,  
colocar prazos para as estratégias serem cumpridas

- A.** De 0 a 15 minutos.
- B.** A partir de 20 minutos.
- C.** Em 10 minutos.

# Marketing

- Funil de vendas
  - Atração - Utilizar Redes Sociais, SEO, Blogs e rádio;
  - Conversão - Chamadas claras nos anúncios, promoções;
  - Engajar possíveis novos clientes - Enquetes em redes sociais, memes e programas especiais em rádios;
  - Vender - Reforçar ofertas especiais posts patrocinados;
  - Manter a conexão com os clientes - Cronograma consistente de postagens em redes sociais, email, newsletter.
- WhatsApp e Facebook
  - 5% da receita para marketing.

# Vendas

- Fase Inicial - Clientes Piloto
- Segunda Etapa - Lançamento Oficial
- Determinação de Preços
- Estabilidade e Versão de Demonstração
- Abordagem de Oferta ao Cliente

# 0 Produto

- Desenvolvimento Multiplataforma
- Competição com Plataformas Estabelecidas (WhatsApp)
- Experiência do Usuário
- Disponibilização Inicial com Funcionalidades Básicas
- Coleta de Feedback dos Futuros Clientes
- Período de Maturação Pós-Lançamento
  - Novas funcionalidades e melhoria das existentes
- Registro de Propriedade Intelectual
  - Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI)

# Referências

HOSS, Osni. Empreendedorismo: Finanças e Sucesso. Contabilidade Direto ao Ponto, capítulo 11

ChatGPT 3.5, OpenAI