

Plano de Negócios: iVAN - Aplicativo para Gerenciamento de Transporte de Passageiros

André Luis Quiosi [2369958]

Diego Corte Costa [2314428]

Eduardo R. Bonatto [2369990]

Sumário Executivo

O negócio descrito é uma empresa, no ramo de serviços, cuja principal solução é um 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, criando uma ferramenta específica para a gestão eficiente do transporte contínuo de passageiros. A solução proposta visa suprir essa necessidade, buscando facilitar e otimizar a experiência de todos os envolvidos nesse serviço.

Visão Geral

Missão	Melhorar o serviço de transporte contínuo de passageiros, principalmente de universitários
Visão	Em dez anos ser o aplicativo referência no gerenciamento de passageiros no transporte universitário

Objetivos

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

Matriz SWOT

Forças	Fraquezas
Objeto Inovador Alta qualidade de software Bom planejamento de negócio	Dificuldade em atrair as empresas de transporte.
Oportunidades	Ameaças
Pouca concorrência Demanda alta	Interdição de estradas Baixo retorno financeiro das empresas Subida do preço dos combustíveis
Forças x Oportunidades	Fraquezas x Ameaças
O aplicativo é inovador e atende uma perceptível demanda crescente no mercado. Para lidar com a concorrência baixa o bom planejamento pode ser muito importante.	A empresa pode melhorar o valor da taxa cobrada pelo serviço com o intuito de atrair empresas de transporte.

A empresa vai adotar um posicionamento de mercado focado no equilíbrio entre um preço baixo e uma boa qualidade de produto, de forma que os clientes fiquem satisfeitos e a empresa tenha uma arrecadação suficiente para se manter.

Para lidar com a concorrência, poderemos trabalhar na boa gestão interna, firmar acordos de não competição para algumas regiões, realizar pesquisa de preços contínuos para avaliar a possibilidade de reajuste nos preços praticados pela plataforma.

Para a implementação do plano de negócios, levaremos em consideração os métodos usados por empresas que visam a recorrência de receita, através de uma assinatura de um serviço. Como exemplo temos o aplicativo Minhas Finanças, Netflix e outros serviços de assinatura.

Os produtos de softwares produzidos pela empresa serão distribuídos sob uma licença que proteja os direitos autorais da empresa. Além disso, os softwares de terceiros

utilizados pela organização deverão ser softwares proprietários ou softwares livres distribuídos sob licenças permissivas.

Recursos Humanos

Estratégia de Capacitação

O plano para capacitação das pessoas envolvidas no negócio passa pela análise da necessidade da capacitação, posteriormente identificada essa necessidade vem a elaboração do plano de capacitação, seguido de sua implementação, avaliação e acompanhamento e por fim ter um monitoramento contínuo da evolução dos funcionários. Para melhorar o engajamento pode-se ter um feedback contínuo de como está o andamento dos projetos, aplicando metodologias ágeis de desenvolvimento e gestão de projetos.

Características dos fundadores

Eduardo Richetti Bonatto

Perfil	Confiável, amigável e focado.
Qualificação ou Experiência	Desenvolvedor WEB e Mobile. Experiência com o planejamento de atividades.
Competências centrais	Facilidade em encontrar soluções por conta própria.
Fraquezas	Baixa produtividade
Competências para liderança	Capacidade de planejamento e organização de projeto

Diego Corte Costa

Perfil	Colaborativo, prestativo, automotivado e autocrítico.
Qualificação ou Experiência	Desenvolvedor backend.
Competências centrais	Resolução de problemas

Fraquezas	Seguir à risca as melhores práticas de desenvolvimentos
Competências para liderança	Responsabilidade em tomadas de decisões

André Luis Quiosi

Perfil	Colaborativo, amigável e incentivador.
Qualificação ou Experiência	Experiência com o trabalho com público. Conhecimento na área de desenvolvimento de software.
Competências centrais	Assimilação entre diferentes áreas.
Fraquezas	Baixa experiência mercadológica no desenvolvimento de software
Competências para liderança	Comunicativo e prestativo.

Pessoal chave

Em sua etapa inicial, a empresa será administrada pelos sócios fundadores. De acordo com o crescimento da organização, em caso de grande crescimento, poderá ser implementada a figura de um CEO, juntamente com um conselho de administração.

Os principais cargos para fazer o negócio fluir, em um primeiro momento, seriam:

- Representante de vendas, para tornar o produto comercialmente viável, conversando com os motoristas de vans para vender o produto a eles e encontrar novas oportunidades.
- Desenvolvedor front-end/mobile, para programar e manter os aplicativos e sites da empresa.
- Desenvolvedor back-end, para programar e manter a API do sistema e a aplicação que rodará no servidor.

Futuramente, com o crescimento da empresa, podem ser criados cargos especializados, para diminuir a sobrecarga de funções dos outros cargos. Alguns exemplos são:

- Administrador de banco de dados, responsável por manter os bancos de dados do sistema, função que era anteriormente responsabilidade do desenvolvedor back-end.
- Administrador de infraestrutura, responsável por manter a disponibilidade do sistema, função que também era responsabilidade do desenvolvedor back-end.

Para manter a competitividade dos funcionários, abrir espaços para que eles dêem ideias para os negócios e opiniões sobre as decisões que serão tomadas no desenvolvimento dos produtos. Pode ser implementado um sistema de bonificação para aqueles cujas sugestões foram aprovadas e implementadas.

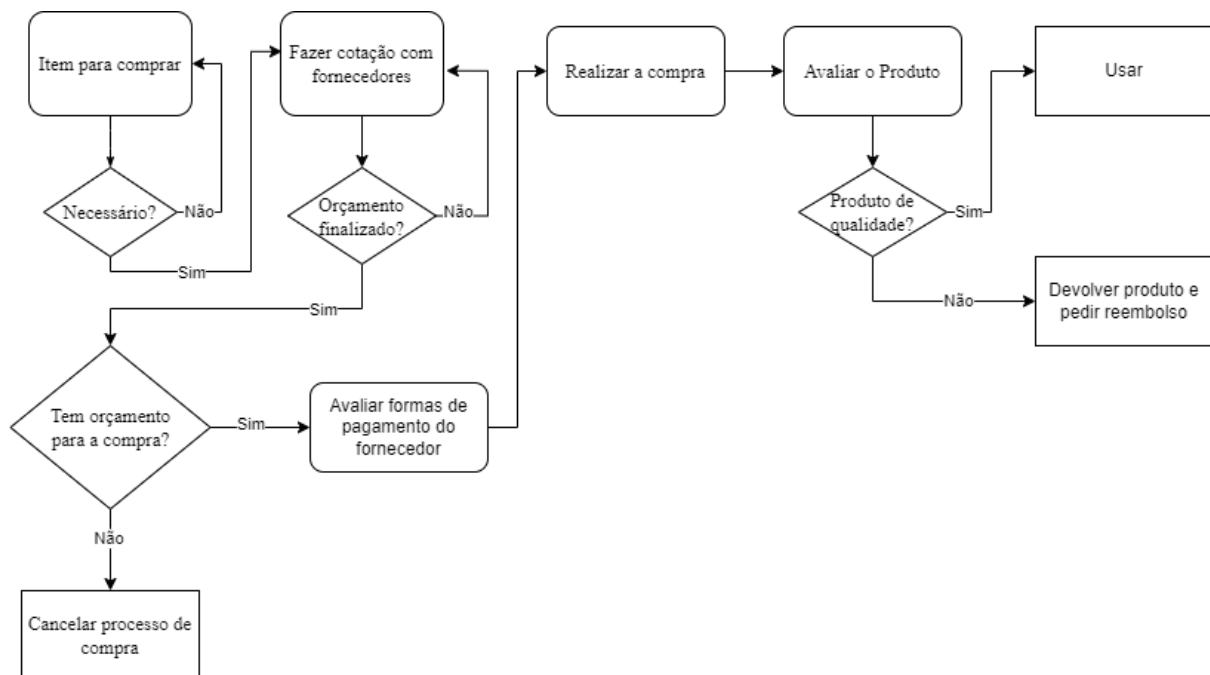
Processos

Processo de Compras e Pagamento

O processo de compras começa identificando as necessidades da empresa, verificando se há impedimentos ou dificuldades para o desenvolvimento das atividades, ou até mesmo se é necessário comprar um produto como forma de investimento na empresa.

Assim que for constatada a necessidade da realização da compra, deverão ser realizadas pesquisas sobre o que será comprado, para entender quais são os melhores produtos para resolver a necessidade identificada. Depois disso, quando houver um produto em mente, deverão ser identificadas as melhores opções, para então efetuar a compra.

No processo de pagamento, teremos um sistema para gerenciar as despesas a pagar, para ter um gerenciamento completo e detalhado.



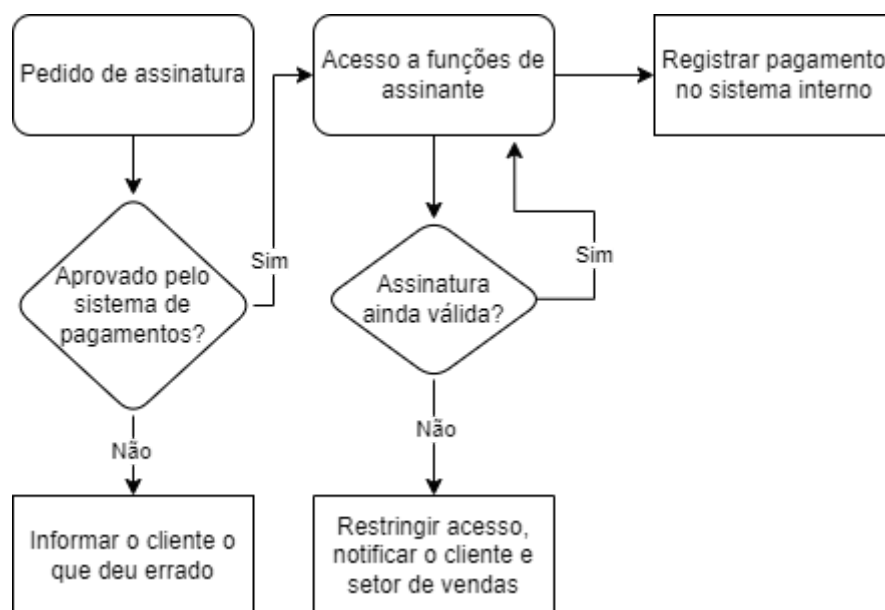
Processo de Vendas

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

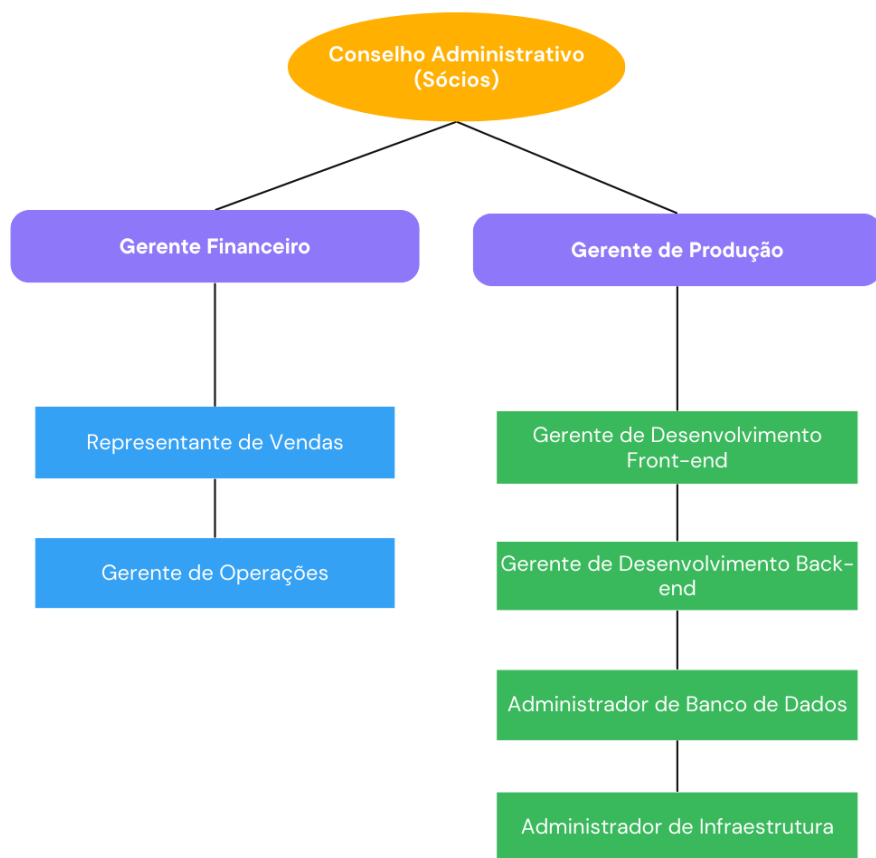
- Breve estudo sobre o mercado e o cliente;
- Identificação das dores do cliente e entendimento de como ajudá-lo;
- Apresentação da solução e definição dos próximos passos;
- Envio da proposta;
- Negociação;
- Fechamento da venda;
- Formalização do contrato de assinatura do serviço.

Processo de Recebimento

O produto será vendido aos clientes como um serviço por assinatura, sendo necessário realizar o pagamento de mensalidade para utilizá-lo. Será necessário contratar uma empresa para processamento dos pagamentos, que deverão ser realizados principalmente com cartão de crédito ou débito automático. O dinheiro deverá ir para uma conta bancária da empresa.



Organograma da Empresa



Estrutural

A empresa será estabelecida a priori na cidade de Cascavel - Paraná, por ter uma gama considerável de possíveis clientes e ser uma cidade importante na região em que se encontra. Outra motivação, é o fato de que as pessoas envolvidas no negócio se encontram próximas da cidade de Cascavel, portanto tem um conhecimento prévio da região e da cultura de negócios.

Para a implementação do negócio, faz-se necessário o uso de ferramentas/sistemas de gestão de pessoas, produtos, vendas e processos. Se tratando do maquinário e estrutura necessários para o negócio, temos os computadores usados pelos desenvolvedores e gestores, assim como a necessidade de contratação de sistemas em nuvem para armazenamento de dados e funcionamento das aplicações e a necessidade de um local físico para registrar endereço da empresa e receber possíveis clientes, pois a parte de desenvolvimento pode ser realizada de forma remota.

Relacional

Para formalização do negócio, será necessário primeiro contratar um contador para abrir a empresa e verificar os tributos e licenças necessárias, a natureza jurídica, etc. Depois será necessário abrir as contas bancárias da empresa com um capital inicial, vindo dos três sócios. Todos eles serão responsáveis pela realização desses procedimentos necessários.

O ambiente econômico atual não é muito bom, repleto de incertezas. Portanto, pode ser necessário esperar um momento melhor ou pensar em outras soluções focadas em auxiliar na arrecadação financeira dos clientes. Isto para que eles possam ter melhores condições no futuro para contratar o produto principal da empresa.

Competidores

A principal ferramenta concorrente para o nosso produto é o WhatsApp, da empresa Meta, apesar de o foco de suas funcionalidades não serem as mesmas. Os motoristas de vans utilizam esse aplicativo para conversar com os passageiros e fazer controle de presenças. No entanto, como não encontramos outro concorrente em uso com ideias parecidas, comparamos apenas com o WhatsApp.

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

Clientes

Como público pagante principal para o negócio temos homens e mulheres motoristas de ônibus e vans, tendo como faixa etária de 25 a 69 anos, que tenham um poder aquisitivo de classe média e donos de empresas de transporte de passageiros. A quantidade de clientes que pretendemos atingir em curto prazo é de 5 empresas, médio prazo de 20 empresas e longo prazo 100 empresas, tendo como foco a região Oeste do Paraná, iniciando-se pela cidade de Cascavel.

Concorrência

Atualmente, o mercado do transporte de passageiros é bem amplo no Brasil, mas não existem ferramentas específicas para o gerenciamento do serviço, que é feito utilizando ferramentas como o WhatsApp. Não foram identificados concorrentes diretos para o serviço, o que não elimina o fato de que utilizar a ferramenta citada anteriormente é extremamente simples, e vai ser necessário convencer os clientes a utilizar o produto desenvolvido pela nossa empresa.

O maior diferencial competitivo do produto é o foco específico no gerenciamento daquele serviço, possibilitando aos motoristas e passageiros terem um espaço dedicado para ele. Isto vai ajudar a separar melhor a parte pessoal da profissional, principalmente para os motoristas, e também vai disponibilizar funcionalidades que uma ferramenta improvisada, como o WhatsApp, não seria capaz, já que possui outros focos.

No entanto, apesar dos diferenciais competitivos, o maior desafio da empresa vai ser fazer com que o produto seja simples e funcional. O aplicativo precisa ser desenvolvido de forma que os usuários sintam que é mais vantajoso utilizá-lo para execução do serviço, do que simplesmente abrir o WhatsApp e mandar mensagens.

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

Forças	Fraquezas
Bom Processo de Software (VC5) Preço justo e bem estabelecido (VC4)	Demora no desenvolvimento (VC5) Falta de experiência em administração de empresas (VC5)
Oportunidades	Ameaças
Mudança em alguma lei que facilite o negócio (VC1) Concorrência sem especialização na entrega de produto similar (VC4)	Greve dos caminhoneiros (VC2) 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

No marketing adotaremos estratégias bastante disseminadas pelo mercado, como o funil de vendas, com etapas bem definidas:

- Atração - Iniciando com uma base ampla de possíveis clientes;
- Conversão - descartando os clientes que não comprarão;
- Engajar possíveis novos clientes - Aumentar o interesse;
- Vender - Gerar receita;
- Manter a conexão com os clientes - Ter um pós venda ativo.

Os meios usados para a divulgação do serviço ofertado serão realizados através de redes sociais como WhatsApp e Facebook, assim como o uso de propaganda em rádio, pelo nosso público utilizar esses meios para informação.

O orçamento empregado para essas divulgações será de R\$200,00 por mês para as redes sociais e R\$200,00 mês para o rádio. Tendo em vista um período inicial de divulgação de 3 meses para ter conversão, caso contrário necessita-se mudar a estratégia adotada.

Vendas

O produto será oferecido a um pequeno número de motoristas que serão os primeiros clientes. Os primeiros clientes receberão uma oferta especial com baixo preço. O intuito é validar e testar o aplicativo na prática.

Na segunda etapa, ocorrerá o lançamento de fato do produto. Os potenciais clientes serão alcançados por meio de propagandas pagas e envio de e-mail de marketing. Nestas

propagandas será feita a divulgação dos benefícios do aplicativo para os motoristas e passageiros, além da divulgação de relatos de clientes anteriores.

Os preços a serem cobrados ainda não foram estabelecidos. É preciso realizar uma análise sobre os gastos dos servidores AWS, bem como os gastos com marketing e suporte ao usuário. Entretanto, nos momentos iniciais do produto, não será visado a maior ganho líquido. A busca por clientes e a fidelização destes serão os principais objetivos.

Após atingir certa estabilidade, será disponibilizado uma versão de demonstração do produto a possíveis clientes interessados. Ao término do prazo de demonstração, será enviado ao possível cliente, uma oferta, levando em consideração o custo de manutenção do aplicativo, para que o cliente possa adquirir uma assinatura recorrente do aplicativo.

O Produto

O produto, como mencionado anteriormente, é um aplicativo para dispositivos móveis. Ele deverá ser executado nos sistemas operacionais mais importantes atualmente, o Android e o iOS, de forma a estar disponível a todos os usuários, que é um fator determinante para o funcionamento correto do produto.

O aplicativo deverá ser criado utilizando o método de desenvolvimento multiplataforma, que envolve uma única base de código para geração de aplicativos para diferentes plataformas. Para fazer isso, deverão ser utilizadas as tecnologias Dart (linguagem de programação) e Flutter (*framework*), que são amplamente utilizadas atualmente, e permitem um desenvolvimento ágil e rápido, e possibilitam uma maior facilidade nas futuras manutenções do aplicativo.

Já que é necessário concorrer com plataformas já estabelecidas no mercado, o produto precisa ser desenvolvido com alta qualidade e rodar com alta performance. Os usuários deverão sentir-se confortáveis durante o uso, com as suas necessidades atendidas pelo aplicativo.

A princípio, o aplicativo deverá ser disponibilizado com as principais funcionalidades já em funcionamento. Durante o tempo em que ele estiver no desenvolvimento inicial, a empresa deverá buscar opiniões dos futuros clientes, de forma a refinar as funcionalidades, e preparar o terreno para quando o aplicativo for de fato lançado. Após o primeiro lançamento, será necessário um período de maturação, para desenvolver mais funcionalidades e melhorar as já existentes, baseadas na experiência dos primeiros usuários.

A marca iVAN e a logo, deverão ser registrados no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), como propriedade intelectual da empresa. Será necessário fazer isso para garantir utilização indevida da marca e evitar possíveis problemas futuros.