
SSC0570 – Empreendedores em Informática

Plano de Negócios – Parte I

Estudo de Viabilidade e Análise FOFA

São Carlos, 28 de outubro de 2009

Trabalho desenvolvido pelos alunos:

- ✓ **Ubiratan Soares** (5634292) - ubiratan.f.soares@gmail.com
- ✓ **Rafael Piovesan** (5634945) - rafaelpcm@grad.icmc.usp.br
- ✓ **Erika Vergine** (5633815) - erikacv@grad.icmc.usp.br
- ✓ **Fábio Suzuki** (5634006) - fabioms2005br@gmail.com
- ✓ **Eric Risteri** (5744739) - ericristeri@hotmail.com
- ✓ **Leandro Mattioli** (5376962) - mattioli@gmail.com

1. Sobre a Empresa	3
2. O Nome do Nosso Negócio	4
3. Quem Somos e Nossas Qualificações	5
4. O Que Oferecemos e Onde Estamos	5
5. Análise do Setor	6
6. O Mercado para Mac no Mundo.....	6
7. O Mercado para Mac no Brasil.....	6
8. Onde Atuamos	7
9. Entendendo Oportunidades e Riscos	7
10. Análise de Mercado	8
11. Quem São Nossos Consumidores	9
12. Qual o Tamanho do Mercado.....	10
13. Análise da Concorrência.....	11
14. Análise FOFA.....	12

Sobre a Empresa

O Nome do Nosso Negócio

Nossa empresa se chama **macaxeira**. A escolha desse nome (e provável logo) seguiu duas premissas básicas : associar aquilo que pretendemos à nossa marca, assim como destacar que nossos produtos e serviços, bem como nossa filosofia, possuem estreito laço com nossa terra natal, o Brasil.

Um dos produtos mais famosos e longevos da empresa que possibilita nossa existência – o software de sistema Macintosh, ou simples *Mac* – compõe a primeira parte do nosso nome (destacado em uma das cores nacionais), enquanto a idéia de algo que é único do Brasil – um apelido singular para algo típico e popular em nosso país, a mandioca – faz que com que tenhamos um nome fantasia que reflita de imediato nossos propósitos e nossa origem aos olhos do consumidor nacional e também internacional.

Quem Somos e Nossas Qualificações

A **macaxeira** é o resultado das aspirações, intenções, devaneios e ambições dos seguintes empreendedores :

Ubiratan Soares, paulista da capital, tem 26 anos e atualmente cursa Bacharelado em Ciências da Computação pelo ICMC/USP, em São Carlos. Conheceu a plataforma Mac mais profundamente à cerca de um ano, na ocasião de residir com um colega de república que possuía um Macbook. É hoje proprietário de um Macbook Pro, sendo anteriormente usuário e entusiasta de soluções open-source para sistemas, como Linux e FreeBSD. Atualmente, se dedica exclusivamente à graduação, bem como a aprender e dominar os recursos de desenvolvimento para software Apple, como aprimoramento em programação na linguagem Objective-C, estudo dos frameworks Cocoa e Carbon, domínio das ferramentas Xcode e iPhone SDK, dentre outros.

Rafael Piovesan, paulista do interior, tem 22 anos e está cursando o 4º ano de Bacharelado em Ciências da Computação no ICMC/USP, em São Carlos. Interessado por tecnologias de desenvolvimento Web, trabalha atualmente como estagiário do Centro de Informática de São Carlos (CISC) utilizando PHP, PostgreSQL e Javascript. Também é um recém proprietário de produtos da linha Apple, o que o motivou a iniciar os estudos sobre o iPhone SDK.

Fábio Suzuki, paulista da capital, tem 22 anos e atualmente cursa Bacharelado em Informática pelo ICMC/USP, em São Carlos. Teve um contato maior com a plataforma à cerca de um ano quando residia no Japão, ocasião em que conheceu o poder das campanhas publicitárias e filosofia de design às raízes indies da plataforma, entendendo o porque da Apple possuir uma base de consumidores devotados de modo incomum. Trabalha na área de teste e qualidade de software, onde são executados testes funcionais, de carga, de performance, de integração, de regressão, de fluxo de dados e de unidade com auxílio de ferramentas automatizadas de teste como, por exemplo, TestComplete, JUnit e DUnit. Possui conhecimentos técnicos em Eletrônica, Gestão de Projetos e Metodologia Ágil de Desenvolvimento como, por exemplo, SCRUM, XP e DSDM, entre outras.

Erika Vergine, paulista do litoral, tem 22 anos e está terminando o curso de Bacharelado em Matemática Aplicada à Computação pelo ICMC/USP, em São Carlos. Especializada em Pesquisa Operacional, desenvolve seu trabalho de conclusão de curso nessa área trabalhando com problemas de empresas reais. Demonstrando aptidão para tomada de decisões, gosta de atuar nas áreas operacional e administrativa da empresa.

Leandro Mattioli, natural de Ibatinga/SP, 23 anos, atual formando do curso de Bacharelado em Matemática Aplicada e Computação Científica pelo ICMC no Campus de São Carlos da USP. Possui forte comunicação já tendo trabalhado como representante de vendas do grupo Danone SA. Possui experiência de vida no exterior, além de atuar em mais de uma ocasião como coordenador de grupo, nas funções de presidente de conselho estudantil e grêmios. Atualmente está trabalhando em projeto de iniciação científica e conclusão de curso na área de otimização inteira e combinatória.

Eric Risteri, paulista, atualmente cursa Matemática Aplicada pelo ICMC/USP em São Carlos. Possui experiência administrativa, já tendo atuado, dentre outras atividades, no setor militar.

O Que Oferecemos e Onde Estamos

A **macaxeira** é uma empresa nacional voltada para o desenvolvimento de soluções de software para toda a linha de produtos Apple, abrangendo desde simples aplicações móveis até soluções empresariais e corporativas que forneçam produtividade e competitividade aos nossos clientes. Dessa maneira, somos capazes de prover desde aplicações dedicadas para usuários de computadores Apple, que por exemplo necessitem estar integrados com sistemas já estabelecidos em suas empresas, até games de promoção que estejam inseridos dentro de campanhas de marketing viral baseada nos dispositivos Iphone e Ipod Touch.

Estamos atualmente localizados em São Carlos, interior de São Paulo. São Carlos é um pólo universitário, formado por duas grandes universidades públicas – Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) – com uma população universitária flutuante de 20 mil alunos e que detém o título de “*capital da tecnologia*”, sendo a cidade com maior número de doutores por metro quadrado no mundo.

Nossa intenção em adotar São Carlos como berço é utilizar a crescente adesão de produtos Apple que pode ser verificada no meio acadêmico nacional nos dois últimos anos, juntamente com o potencial de mão-de-obra latente na região em razão dos cursos de tecnologia aqui oferecidos, para reunir e formar entusiastas e desenvolvedores capacitados e em sinergia com nossa filosofia de trabalho.

Análise do Setor

O Mercado para Mac no Mundo

A Apple é hoje uma das empresas de tecnologia mais bem sucedidas da atualidade. Seu fundador e mentor, Steve Jobs, é tido como uma das mais influentes personalidades dentre os empreendedores em tecnologia no mundo, ao mesmo tempo que alguns dos números recentes impressionam pela pujança, em especial ao se considerar o cenário de crise econômica que se estabeleceu e acometeu o maior mercado da empresa, a América do Norte, a partir do segundo semestre de 2008. Alguns dados em relação ao exercício fiscal do segundo trimestre do 2009 e divulgados pela própria Apple podem ser conferidos abaixo:

- Mais de 7,4 milhões de Iphone vendidos;
- Lucro de USD 1,67 bilhões;
- Mais de USD 26 bilhões caixa;
- Valor da ação acima dos USD 200 no after-market;
- Ação a USD 190 no índice Nasdaq;

Esses números mostram a solidez da Apple como empresa de vanguarda tecnológica e trazem conforto tanto ao usuário e entusiasta de seus produtos quanto aos desenvolvedores que utilizam essa plataforma como meio de vida. Dessa forma, desenvolver para Apple tem sido cada vez mais atraente do ponto de vista de oportunidade de negócio, em especial pelo fato do consumidor das soluções da gigante de Cupertino ter um perfil ávido por novidades, sendo estas oneradas ou não.

O Mercado para Mac no Brasil

Acompanhando o crescimento mundial ao consumo de produtos Apple, o consumidor brasileiro, inserido em um cenário de estabilidade econômica, moeda forte e crescimento, vê à partir do ano de 2007 uma série de eventos que propiciam oportunidades para o consumidor aderir à essa plataforma. Alguns são fatos relevantes são listados cronologicamente na tabela a seguir :

Data	Evento
Novembro 2007	Inauguração do primeiro stand em parceria com a rede Extra, em São Paulo
Fevereiro 2008	Política de importação do Governo Federal deixa Macbook básico isento de impostos e com custo competitivo frente a outros notebooks
Março 2008	Inauguração da primeira loja similar à Apple Store, em parceria com a rede Fnac em São Paulo
Setembro 2008	Início das vendas do celular Iphone, pela operadora de telefonia Claro
Dezembro 2008	As três maiores operadoras de telefonia celular no país já oferecem o Iphone em planos pós-pagos
Primeiro Semestre 2009	Expansão de varejistas conveniados com a Apple Brasil, em paralelo à reduções sucessivas nos custos repassadas ao consumidor
Setembro 2009	Primeira edição do IphoneDevBr, reunindo desenvolvedores para as plataformas Iphone e Ipod Touch
Outubro 2009	Inauguração da Apple Store online no país, com possibilidade de venda direta ao consumidor final e política de desconto estudantil
Outubro 2009	Segunda edição do IphoneDevBr

Onde Atuamos

A **macaxeira** pretende atuar inicialmente no desenvolvimento de aplicações (comumente chamadas por apps) para os dispositivos móveis Iphone e Ipod Touch. Essa estratégia está prevista no plano de marketing - conforme será descrito adiante - na medida em que procuramos explorar o maior público alvo possível no início de nossas atividades, dentro do nosso segmento, em paralelo à tarefa de agregar valor de mercado, conhecimento e credibilidade à empresa.

Dessa forma, a **macaxeira** irá focar de início seus esforços no desenvolvimento de games, *front-ends* para sistemas remotos, clientes para aplicações online, clientes para Web Pages, aplicações de integração com ferramentas Apple já existentes, aplicações sazonais e de integração com marketing viral, dentre outros. Em uma segunda etapa, a **macaxeira** pretende expandir suas atividades para oferecer soluções para toda a plataforma de produtos Apple, incluindo aplicações completas para atender os mais variados tipos de cliente que utilizem essas tecnologias em seus esquemas de negócio.

Analisando Oportunidades e Riscos

Nosso empreendimento se sustenta em uma oportunidade única dentro do mercado brasileiro. O crescimento da adesão de produtos Apple no Brasil, em especial nos últimos dois anos, traz a luz todo um segmento de usuários que irá demandar necessidades de software e que irão buscar essas soluções inicialmente dentro daquilo que é oferecido no país.

Análise do Mercado

Quem São Nossos Consumidores

Nossa meta é ter como consumidor em potencial é qualquer dono de um produto Apple que esteja disposto a adquirir uma solução de software, seja no Brasil ou em outro país. Pensando no mercado nacional e relembrando a estratégia da marketing da **macaxeira** em oferecer produtos inicialmente no mercado de dispositivos móveis, nosso público alvo fica bem delineado nos seguintes nichos:

- **Operadoras de Telefonia Celular** que desejem buscar diferencial competitivo nas vendas do celular Iphone através de conteúdo especializado, bem como aplicações para venda de produtos e serviços;
- **Departamentos de Marketing de Empresas** que busquem desenvolver publicidade na plataforma Apple Mobile, em especial campanhas virais e de divulgação;
- **Cientes em busca de Aplicações de Integração** que desejem integrar os handsets Apple em sua lógica de negócio, por exemplo, oferecendo aplicações diretas para aquisição de produtos ou portfólios de serviços;
- **Cientes em busca de versões móveis de Web Pages;**
- **Cientes Corporativos e Aplicações Dedicadas** que desejem utilizar o bom custo-benefício do Iphone enquanto smartphone para soluções de produtividade;
- **Usuários Finais** em todo seu potencial de consumo, em especial no segmento de jogos;

Qual o Tamanho do Mercado

Em março de 2009, segundo matéria publicada na revista INFO, a App Store – principal meio de colocação no mercado de aplicações para os *handsets* Apple – já havia propiciado cerca de 500 milhões de downloads de aplicações, o que significou em números concretos :

- Faturamento de cerca de **USD 30 milhões** para a própria Apple
- Arrecadação total via App Store de **USD 100 milhões**
- Valor médio de **USD 0.5** por aplicação obtida na App Store

Por outro lado, dados mais recentes datados de setembro de 2009 e divulgados pela própria Apple relevam quase 2 bilhões de downloads de aplicações para os *handsets* Iphone e Ipod Touch em pouco mais de um ano e meio de vida da principal vitrine para desenvolvedores nessa plataforma, o que evidencia o extraordinário crescimento da adesão à Apple Mobile (cerca de 500%) bem como a eficácia para o modelo de venda de software proposto para quem atua no desenvolvimento dessas soluções.

Essas estatísticas mostram, em princípio, um mercado mundial da ordem de USD 1 bilhão para aplicações nessa plataforma, mantendo a hipótese de um custo médio por aplicação invariante com o tempo. Adicionalmente, vale colocar que esse é um mercado em plena expansão, sendo que atualmente são registrados cerca de 4,5 milhões de downloads ao dia na App Store, novamente segundo dados da própria Apple, e que aplicações móveis podem ser capitalizadas através de publicidade online móvel (AdMob).

Pensando no contexto nacional, contudo, esses números são drasticamente diferentes. Segundo dados divulgados pela empresa de consultoria Gartner em agosto de 2009, atualmente existem cerca de 175 mil aparelhos Iphone oficialmente vendidos no país. Esse número, surpreendentemente acompanha o crescimento da plataforma mundo afora, sendo 141% maior do que o primeiro trimestre do mesmo ano, segundo dados da própria empresa.

Alguns dados extra-oficiais relatam que hoje existem cerca de 500 mil aparelhos Iphone em atividade no país, dados os contextos de importação paralela e entrada ilegal, antes mesmo até da primeira operadora de telefonia oferecer o produto em solo nacional. Existem também dados não oficiais, atribuídos às operadoras de telefonia celular, de que o total de Iphones vendidos até janeiro de 2010 estará na casa de 500 unidades, dados os eventos de final e as condições favoráveis para consumo que se perduram desde o segundo semestre de 2008. Dessa forma, os números ainda que informais apontam aproximadamente cerca de 1 milhão de clientes só no segmento do celular Iphone no país, sendo que esse número deve ser muitas vezes maior considerando os aparelhos multimídia Ipod Touch existem no país, uma vez que tais aparelhos são comercializados pelos parceiros da Apple Brasil com preços muito mais convidativos ao consumidor.

Análise da Concorrência

Algumas empresas brasileiras já desenvolvem soluções para as plataformas Iphone e Ipod Touch, e até essa data, não encontramos nenhuma empresa nacional voltada exclusivamente ao desenvolvimento para Mac em si. Devido à história de consumo de produtos Apple no Brasil ter se iniciado com relevância somente em tempos recentes, há ainda pouca tradição para o desenvolvimento nessa plataforma no país, em especial no tocante à mão de obra qualificada, dados os frameworks e tecnologias exclusivos para Apple e Mac que são necessários na concepção de aplicações.

Focando no mercado móvel, as seguintes empresas se destacam como principais concorrentes no segmento no Brasil, em especial no atendimento ao já existente mercado de aplicações móveis nessa plataforma que desponta no país. Vale observar, contudo, que o perfil dessas empresas é muito similar, pois são empreendimentos ainda embrionários, formados por pequenos grupos de desenvolvedores e entusiastas do mundo Apple em si. Essa observação vem da nossa participação nos dois maiores eventos já registrados para desenvolvedores nessa plataforma já registrados no país, o IphoneDevBr, em suas duas edições recentes.

Seguem os links para as home pages de algumas empresas que já atuam em nosso mercado:

- Finger Tips (<http://www.ftips.com.br>)
- Creative Apps (<http://www.creative-apps.com>)
- MobileYou (<http://mobileyou.com.br>)
- MobiMarket (<http://www.mowa.com.br>)

Análise FOFA

Fatores Positivos	Fatores Negativos
<i>a serem maximizados</i>	<i>a serem eliminados</i>
FORÇAS <ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento da equipe em áreas diversificadas; • Experiência da equipe em áreas diversificadas; • Exige pouco recursos; • É de fácil criação; • Alta durabilidade dos produtos. • Rede de contatos amplo, obtidos através de eventos e experiências anteriores; 	FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Exige pessoas especializadas; • Mão de obra escassa; • Já existe idéia similar no mercado; • Proprietários inexperientes; • Falta de capital de giro;
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda ascendente no mercado; • Concorrentes fracos e em baixo número; • Atualmente, política governamental favorável; • Produtos similares que geram lucros; • Atualmente, programas governamentais favoráveis; • Localização da empresa na capital tecnológica; • Existência de parques tecnológicos e incubadoras na cidade. OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • A concorrência faz algo similar; • Altamente dependente da situação econômica do país; • Pirataria de trabalhos especializados • Desastres naturais; • Alteração em regulamentos governamentais. AMEAÇAS
<i>a serem aproveitadas</i>	<i>a serem evitadas</i>