

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DE SÃO PAULO**

Campus São João da Boa Vista

Trabalho Final de Curso

4º ano – Curso Técnico em Informática

Prof. Breno Lisi Romano

Possível Bussiness Plan Do Projeto Mais Saúde São João

Aluno: Demétrius Alves Cabral Filho

Prontuário: 1520261

São João da Boa Vista – SP

2018

RESUMO

Um bussiness plan, conhecido no Brasil como plano de negócios, nada mais é do que o planejamento da possível aplicação de um produto, empreendimento ou ideia no mercado, utilizando ferramentas comumente aprendidas em cursos da área de gestão, marketing e finanças, assim a partir do mesmo é possível uma análise de aplicabilidade e também uma possível prevenção à futuros erros e problemas no desenvolvimento de um projeto. Logo, o trabalho discorrerá acerca de ferramentais como: análise de mercado, produto, promoção e praça; método de produção e layout, capacidade produtiva, lista de equipamentos, lista de cargos e lista de tarefas; maneira como as finanças serão organizadas e planilha de fluxo de caixa; análise SWOT; descrição do plano de ação e tabela de ações. Buscando através dessas ferramentas explorarias uma visão mais realista do ponto de vista administrativo para o portal Mais Saúde São João, também buscar-se uma maior apresentabilidade para o projeto, como a facilitação de desenvolvimento de Pitch (apresentação geral sobre a ideia com objetivo de convencer investidores) além de uma visão profissional a respeito do projeto.

Sumário

1	INTRODUÇÃO	6
1.1	Contextualização/Motivação	6
1.2	Objetivo Geral.....	6
1.3	Objetivos Específicos	7
2	DESENVOLVIMENTO	9
2.1	Levantamento Bibliográfico.....	9
2.1.1	Importância do Marketing	9
2.1.2	Conceitos Fundamentais.....	9
2.2	Sumário Executivo	11
2.2.1	Sobre o projeto mais Saúde São João	11
2.3	Plano de Marketing	12
2.3.1	Análise de mercado	12
2.3.2	Análise de produto.....	15
2.3.3	Análise de promoção	19
2.3.4	Análise da Praça	19
2.3.5	Análise de Custo/Preço.....	19
2.4	Plano Operacional	19
2.4.1	Método de produção e layout	19
2.4.2	Capacidade produtiva	20
2.4.3	Lista de equipamentos	20
2.4.4	Lista de cargos	20
2.4.5	Lista de tarefas.....	22
2.5	SWOT.....	23
2.5.1	Análise SWOT ou FOFA	23
2.6	Plano de Ação	24
2.6.1	Descrição do plano de ação	24
2.6.2	Tabela de ações.....	24
3	CONCLUSÃO	27
4	REFERÊNCIAS.....	28

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Atributos Valorizados Pelo Consumidor	14
Figura 2 Home Page Propriamente Dita	16
Figura 3 Sobre O Projeto.....	16
Figura 4 Como Funciona?	17
Figura 5 Principais Funcionalidades	17
Figura 6 Quem Somos.....	18
Figura 7 Dúvidas Frequentes.....	18
Figura 8 Cronograma de Atividades 1º Bimestre.....	25
Figura 9 Cronograma de Atividades 2º Bimestre.....	25
Figura 10 Cronograma de Atividades 3º Bimestre.....	26
Figura 11 Cronograma de Atividades 4º Bimestre.....	26

1 INTRODUÇÃO

Nesta seção discorre-se acerca da contextualização, motivação, objetivos gerais e específicos em relação a realização deste documento trabalhístico conclusivo de curso.

1.1 Contextualização/Motivação

Posteriormente fundada como Escola de Aprendizes Artífices em 1909 e ao decorrer de sua história, recebendo os nomes: Escola Técnica Federal de São Paulo e Centro Federal de Educação Tecnológica de São Paulo. A consolidação como Instituto Federal ocorre em 2008, assim como a implementação de parte de seus recursos de ensino voltados para cursos ensino superior. Atualmente em sua grade de cursos consta-se: ensino médio, ensino técnico, ensino superior (dividindo-se em cursos de licenciatura e de áreas tecnológicas), e pós-graduação, há também cursos EAD (ensino a distância). No estado de São Paulo a rede conta com 36 unidades onde são matriculados cerca de 40 mil alunos.

O projeto Mais Saúde São João é um projeto desenvolvido através de uma tradição da instituição de ensino Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia no campi São João da Boa Vista, trabalhado especificamente nas disciplinas de PDS (Projeto de Desenvolvimento de Software) e AW2 (Aplicações para Web 2). O projeto em si busca trazer um portal de saúde, contendo planos de treinos, contato com profissionais da saúde como educadores físicos e nutricionistas além de ferramentas funcionais, priorizando a parte populacional mais necessitada da cidade de São João da Boa Vista.

O objetivo contextual do projeto é providenciar acesso a serviços que outra via a população não tê-los-ia, tendo em vista o contexto socioeconômico da amostragem populacional alvo do projeto. Desta forma, o projeto possui o propósito de melhorar a saúde e consequentemente a qualidade de vida, nos âmbitos físicos e mentais de populações carentes (quando comparadas a outras partes da cidade).

Uma das maneiras de garantir uma aplicação bem sucedida do projeto é realizar uma planejamento de implementação breve, assim como estudos em questões mercadológicas com base na realidade do mercado, essa que é diferente do ciclo encontrado dentro da instituição, a motivação para a elaboração deste documento parte desse princípio, realizar um estudo em relação a possível aplicação do projeto para que se tenha uma maior chance de aplicação do projeto na cidade, contemplando dessa maneira o objetivo principal do projeto, ajudar a população da cidade de São João da Boa Vista.

1.2 Objetivo Geral

A tarefa do projeto baseia-se no desenvolvimento de um sistema online que possibilite o acesso para os cidadãos da cidade à ferramentas cuja algumas funcionam com auxílio de profissionais de saúde, como a criação de fichas de treinamentos, a elaboração de um plano

nutricional e acompanhamento de medidas corporais (as quais são demonstradas através de tabelas e gráficos), outras não, como por exemplo: o acesso a rede social, que é a página a qual o usuário é redirecionado quando realiza o login no site. Todavia, o propósito, portanto, é melhorar as condições de saúde da população de São João da Boa através dessas ferramentas, principalmente das partes mais carentes do município, garantindo o acesso a recursos para a melhorar a saúde, recursos os quais não se havia anteriormente.

Este trabalho de conclusão de curso, trabalhará o desenvolvimento de um possível Bussiness Plan para o projeto trabalhado pelas duas turmas de quarto ano de ensino, da instituição citada anteriormente.

Sendo assim, o documento busca explorar aspectos mercadológicos, de gestão e financeiros, buscando a visualização da aplicabilidade ou não do produto desenvolvido durante o período de 1 (um) ano, facilitando também a exploração de áreas não exploradas durante o desenvolvimento do mesmo, isto é, áreas não compatíveis com as disciplinas responsáveis pelo desenvolvimento do projeto Mais Saúde São João. O propósito esperado do Bussiness Plan é, que com base nas questões e informações levantadas, possa-se trazer resoluções sobre a aplicabilidade do projeto, assim como se o mesmo tem capacidade de sanar os problemas propostos, isto é, atender a demanda para qual foi realizada a oferta.

1.3 Objetivos Específicos

Ademais, o presente documento, buscará por meio de ferramentas conhecidas no âmbito da gestão, como: análise de mercado, onde será realizada uma pesquisa para trazer uma compreensão sobre a dimensão do mercado; análise de produto, onde será demonstrado o portal, suas partes, funcionalidades e o design do produto; análise de promoção, modo como o produto (portal) será divulgado, onde será divulgado; análise de praça, local onde o portal se encontra para realizar sua transição de produto-serviço-consumidor; método de produção e layout, qual será o layout utilizado, como será organizada a produção, como a produção será feita; capacidade produtiva, estimar-se-á qual a capacidade produtiva da equipe responsável pelo projeto; lista de equipamentos, quais serão os equipamentos necessários para a produção do portal, separados em categorias, quantidades e individualmente; lista de cargos, onde encontrara-se a lista de indivíduos da equipe e seu respectivo cargo; lista de tarefas, lista na qual listar-se-á os indivíduos responsáveis e suas respectivas tarefas secundárias; maneira como as finanças serão organizadas, explanando os possíveis métodos; planilha de fluxo de caixa, construir-se-á um esboço responsável pela organização do fluxo de caixa, cuja funcionalidade é auxiliar no planejamento das finanças; análise SWOT, onde constar-se-á as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças possíveis para o projeto; descrição do plano de ação, mostrar-se-á quais estratégias acionárias, estarão em questão para o portal; tabela de ações, onde por meio de uma tabela listar-se-á as ações mais relevantes para o desenvolvimento do Mais Saúde São João. Através desses mecanismos citados anteriormente será possível levantar dados importantes para uma possível futura aplicação do portal Mais Saúde São João.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Levantamento Bibliográfico

Realiza-se o levantamento com o objetivo de demonstrar os principais conceitos contidos dentro de um plano de negócios.

2.1.1 Importância do Marketing

“Para a AMA, marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que têm como finalidade criar, comunicar e entregar valor para os consumidores, bem como gerenciar o relacionamento com eles, de forma a beneficiar a organização”. (OLIVEIRA et al., 2000)

A partir desse trecho podemos observar a importância de exercer as práticas do marketing em um projeto, produto ou empresa, através da citação de uma das funções do marketing, comunicação com o consumidor.

2.1.2 Conceitos Fundamentais

1.1.1.1. Ambiente de *Marketing*

“O ambiente de marketing é um conjunto formado por diversas forças que devem ser consideradas nos momentos de tomada de decisão”. (OLIVEIRA et al., 2000)

O ambiente de marketing criado pela equipe gestora de um projeto é o grande responsável por comunicar acerca do produto para os consumidores.

1.1.1.2. Mix de Marketing

“Os 4Ps são um conjunto de variáveis decisórias que incluem o produto, o preço, a praça (distribuição e a promoção (comunicação)).”. (OLIVEIRA et al., 2000)

O detalhamento dos 4Ps auxilia na tomada de decisões e reduz a margem de erro em um projeto, facilitando sua aplicação.

1.1.1.3. Oferta, Mercado e Demanda

“oferta diz respeito a uma proposta que a empresa oferece”. (OLIVEIRA et al., 2000)

“mercado diz respeito ao conjunto de pessoas ou empresas que compram determinado produto.”.
(OLIVEIRA et al., 2000)

“Demanda, por sua vez, é um indicador baseado no mercado”. (OLIVEIRA et al., 2000)

Entender os conceitos de oferta, mercado e demanda é algo essencial no desenvolvimento de um produto, tendo em vista que o não equilíbrio entre essas partes do mercado inviabiliza a criação de um produto, empresa ou projeto.

1.1.1.4. Cliente x Consumidor

“Cliente é um termo utilizado para referir-se tanto a empresas (compradores organizacionais) quanto àqueles que compram para fins próprios”. (OLIVEIRA et al., 2000)

“o termo consumidor refere-se exclusivamente às pessoas que compram para fins próprios”.
(OLIVEIRA et al., 2000)

É de extrema relevância saber distinguir cliente de consumidor, entendendo-se dessa maneira de onde virão as receitas do produto.

1.1.1.5. Necessidade x Desejo

“necessidades (ou motivações) são intrínsecas a cada ser humano, destrói o mito de que o marketing as cria”. (OLIVEIRA et al., 2000)

“os desejos, que representam a forma como os consumidores satisfarão suas necessidades”.
(OLIVEIRA et al., 2000)

Trabalhar a questão de necessidade e desejo é fundamental para saber o que o produto deve desejar em seu cliente.

1.1.1.6. Satisfação

“satisfação é um estado psicológico oriundo de se ter expectativas atendidas”. (OLIVEIRA et al., 2000)

Reconhecer de qual maneira o produto satisfaz o cliente é importante para que não altere questões fundamentais no mesmo.

1.1.1.7. Concorrente x Competição

“Todas as organizações que oferecem produtos que satisfazem as necessidades e desejos semelhantes são concorrentes”. (OLIVEIRA et al., 2000)

Entender o concorrente é extremamente relevante para reconhecer quais os pontos fortes e fracos do mesmo, e quais serão os diferenciais necessários para adentrar o mercado.

2.2 Sumário Executivo

2.2.1 Sobre o projeto mais Saúde São João

O conceito do projeto foi apresentado pelo professor da disciplina Projeto de Desenvolvimento de Software Breno Lisi Romano, o mesmo possui atuações em diversos trabalhos da área, assim como formação acadêmica com enfoque nesta aplicação, sendo responsável por ministrar e guiar o tradicional desenvolvimento dos projetos de quarto ano, além de apresentar a ideia de projeto que será desenvolvida no ano letivo.

O projeto Mais Saúde São João, baseia-se na criação de um portal, que providencie acesso a profissionais e ferramentas funcionais na área de exercícios físicos, outrossim, o portal foca em atender comunidades carentes, que não teriam acesso a informações relevantes e atendimento de outra forma. Também é importante no desenvolvimento do projeto a visão de que a prefeitura municipal não oferece serviços suficientes na área, ou tem dificuldades para fazê-lo.

Ao final do desenvolvimento do projeto, especula-se uma possível parceria instituição-gestão municipal para a aplicação do produto na cidade de São João da Boa Vista, tendo como importantes princípios ideias melhorar a saúde da população, e que, ao trabalhar-se o âmbito de

saúde acessível, tem-se a melhora em diversas esferas de uma sociedade, como a diminuição da violência, o aumento de informação por parte da população, e principalmente a melhora da saúde física e mental.

2.3 Plano de Marketing

O mercado da saúde é um dos principais pilares para o desenvolvimento de uma sociedade, tanto no âmbito privado quanto público, Adam Smith, em riqueza das nações enumera-os como principais, saúde, segurança e educação. Pode-se perceber no cotidiano como essas áreas se correlacionam, isto é, o desenvolvimento de uma traz benfeitorias às outras. Nesse sentido o projeto busca desenvolver mais uma alternativa para a melhora da saúde na cidade de São João da Boa Vista, e poderá entrar no mercado com apoio público ou privado (SMITH, XXXX).

2.3.1 Análise de mercado

Realiza-se uma análise de mercado com o intuito de esclarecer o cenário de mercado no qual o produto é inserido, analisando estatísticas, design, funções, desta forma, estabelecendo comparações com os demais concorrentes.

2.3.1.1 Tamanho e crescimento de mercado

Neste tópico será realizado um levantamento de dados através de citação direta, buscando-se através dos mesmos entender a dimensão do mercado de saúde e de atividades físicas.

“O mercado privado de assistência à saúde movimenta cerca de R\$ 90 bilhões no Brasil, mais do que o próprio setor público, que não ultrapassa R\$ 80 bilhões em investimentos (somando União, estados e municípios). O modelo de saúde brasileiro leva em conta o sistema da universalidade, previsto na Constituição Federal de 1988, e deveria ser suficiente ao atendimento do modelo a que se propõe. Constata-se, todavia, que tal objetivo é utópico. Pelo menos se consideradas uma população de aproximadamente 204 milhões de pessoas, economia instável, burocracia etc.” (PREVTOTAL, [20--]).

“Os planos de saúde vêm registrando regularmente, desde quando foram criados em 1950, aumentos em sua contratualidade maior do que o crescimento populacional do brasileiro. Vários fatores implicaram para este movimento no setor: consolidação da classe média, aumento da adesão dos planos de saúde empresariais, e, é claro, saúde pública de baixa qualidade. Por exemplo, no período de criação do Sistema Único de Saúde (SUS), entre 1987 e 1992, os planos de saúde cresceram mais de 7% no país. Talvez os planos privados de saúde sejam, no Brasil, um lúcido indicador de aferição quando se fala em mensurar o mercado da saúde sob o ponto de vista econômico.” (PREVTOTAL, [20--]).

“Hoje 33,5% da população adulta das 26 capitais brasileiras e do Distrito Federal praticam o nível recomendado de atividade física no tempo livre.” (SEBRAE, [201-])

“o nível recomendado de atividade física no tempo livre foi maior entre os homens (41,5%) do que entre as mulheres (26,5%). “ (SEBRAE, [201-])

“De acordo com a International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA), possuímos a quarta maior população mundial que frequenta esses estabelecimentos e estamos entre os 18 países com maior número de academias por habitante, somando mais de 8 milhões de clientes. Mas isso também significa que somente 4% da população brasileira frequenta algum estabelecimento licenciado para trabalhar com a orientação da atividade física. ” (IESP, 2017).

“No que diz respeito ao faturamento, o Brasil está em décimo lugar no mercado fitness, com aproximadamente 2,5 bilhões de dólares, ou seja, algo em torno de 8 bilhões de reais por ano, que corresponde a 0,13% do PIB nacional e 3% do faturamento do setor de serviços.” (IESP, 2017).

“No ano de 2015, em meio ao turbilhão da crise que vivemos, sofremos uma diminuição no crescimento de nossa economia de forma geral, porém o setor do fitness cresceu 8%. Esse aumento não foi somente pela preocupação com a nossa aparência, mas também pela maior difusão dos benefícios que a prática de exercícios promove na saúde, tanto na prevenção e no rendimento quanto no tratamento de diversas doenças que afetam a população. ” (IESP, 2017).

Na loja de aplicativos da empresa Google, a Google Play, foram contabilizados os downloads dos aplicativos utilizados para comparação, sendo desta forma:

- Workout Trainer: mais de 10 milhões de downloads
- JEFIT: mais de 5 milhões de downloads
- Endomondo: mais de 10 milhões de downloads
- Nike Training Club: mais de 10 milhões de downloads
- Runkeeper: mais de 10 milhões de downloads

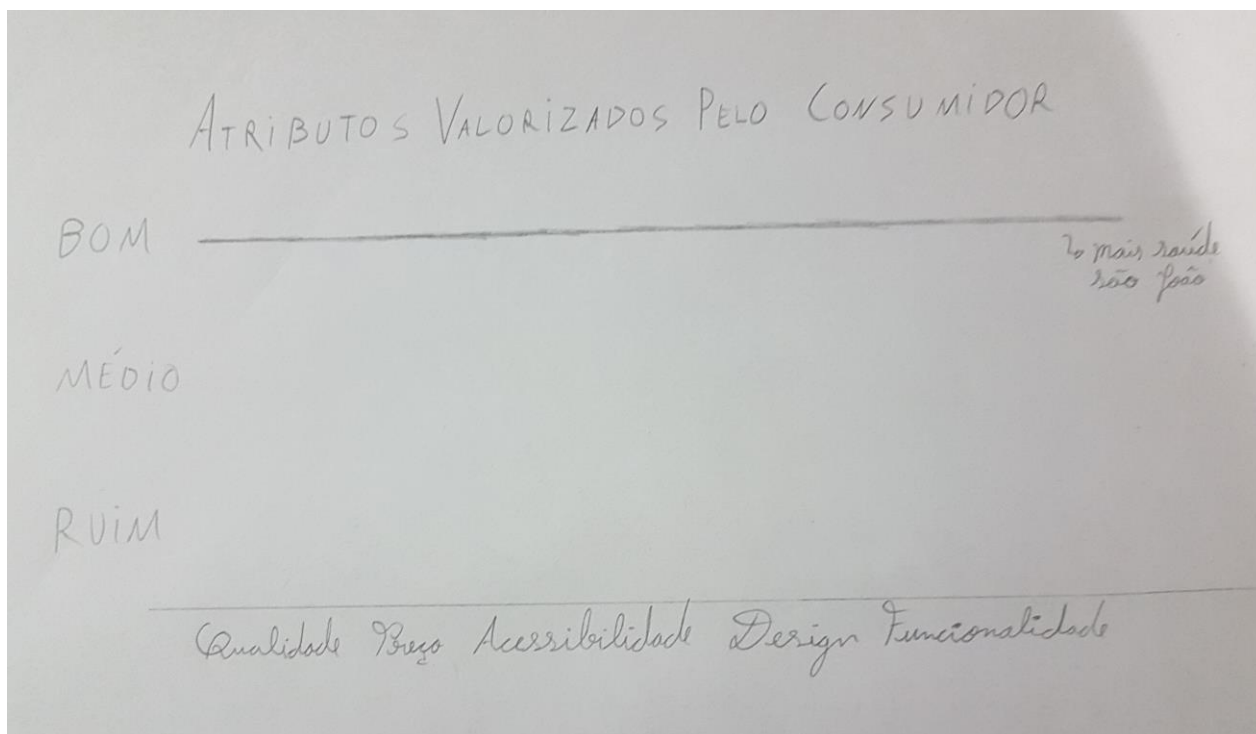
2.3.1.2 Posicionamento

O Mais Saúde São João é projetado com o intuito de atender especificamente, a priori, a população de São João da Boa Vista, tendo funcionalidades pensadas para a mesma, e que terá acesso a profissionais da área de saúde (Educadores físicos e nutricionistas).

2.3.1.3 Atributos valorizados pelo consumidor

Realiza-se uma análise mercadológica sobre o produto para reconhecer os atributos valorizados pelo consumidor

Figura 1 Atributos Valorizados Pelo Consumidor



2.3.1.4 Estratégias competitivas

Estratégias as quais serão adotadas no cenário competitivo, favorecendo ou não o produto diante ao mercado.

2.3.1.4.1 Diferenciação

A diferenciação dar-se pelo fato de que o Mais Saúde São João é desenvolvido através da perspectiva de atender a população de São da Boa Vista, possuindo desta forma, um acervo de ferramentas e funções para serem utilizados pelos usuários juntamente com os profissionais da área, educadores físicos e nutricionistas que atenderão a população através do portal.

2.3.1.4.2 Custo

Para desenvolver o orçamento foi efetuado um cálculo, no qual utilizou-se um programa que calcula o número de horas trabalhadas por módulo (o projeto foi dividido em 9 módulos), multiplicou-se o número de horas e posteriormente somou-se o custo de todos os módulos.

Custo por módulo:

- Custo Módulo 01: R\$29.924,335
- Custo Módulo 02: R\$36.768,895
- Custo Módulo 03: R\$35.526,39

- Custo Módulo 04: R\$38.315,495
- Custo Módulo 05: R\$32.397,185
- Custo Módulo 06: R\$23.519,34
- Custo Módulo 07: R\$24.146,43
- Custo Módulo 08: R\$ 28.207,875
- Custo Módulo 09: R\$35.987,23

Custo total do projeto: R\$284.793,175

2.3.1.4.3 Foco

O foco do projeto é melhorar a saúde da população de São João da Boa vista através de ferramentas que auxiliarão a prática de atividades físicas. Na aplicação do projeto, pretende-se tentar uma parceria com a prefeitura, para que a mesma o utilize-o como ferramenta para aprimorar o acesso da população à exercícios físicos e conseqüentemente a saúde.

2.3.1.5 Market share

Não há nenhum aplicativo específico para a cidade de São João da Boa, portanto, a divisão do mercado se dará por aplicativos disponíveis no meio mobile, que podem atrair consumidores que poderiam utilizar o portal Mais Saúde São João.

Entre estes aplicativos estão: Workout Trainer, Jefit, Endomondo, Nike Training Club e Runkeeper.

2.3.2 Análise de produto

Ao realizar a análise do produto tem-se uma visão geral acerca do mesmo, reconhecendo desta forma, os pontos fortes e os que precisam de aprimoramentos.

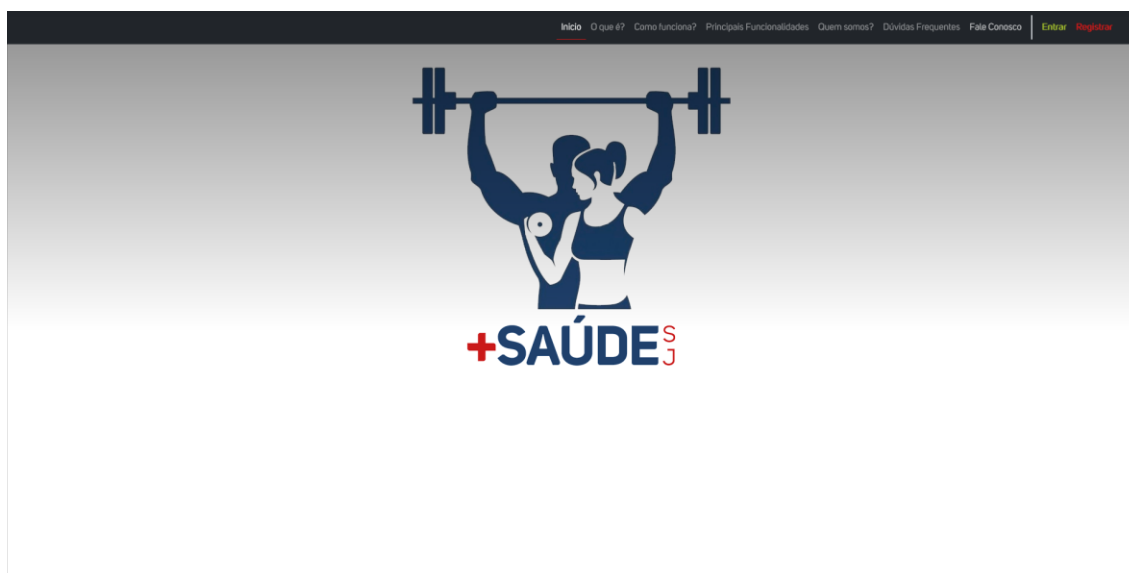
2.3.2.1 Home Page

A Home Page conta com um layout de rolamento, isto é, conforme o usuário desce a pagina novas seções são apresentadas, sendo estas:

2.3.2.1.1 Home Page Propriamente Dita

Encontra-se o logo do projeto em uma dimensão avantajada com intuito de valorizar a identidade visual do projeto.

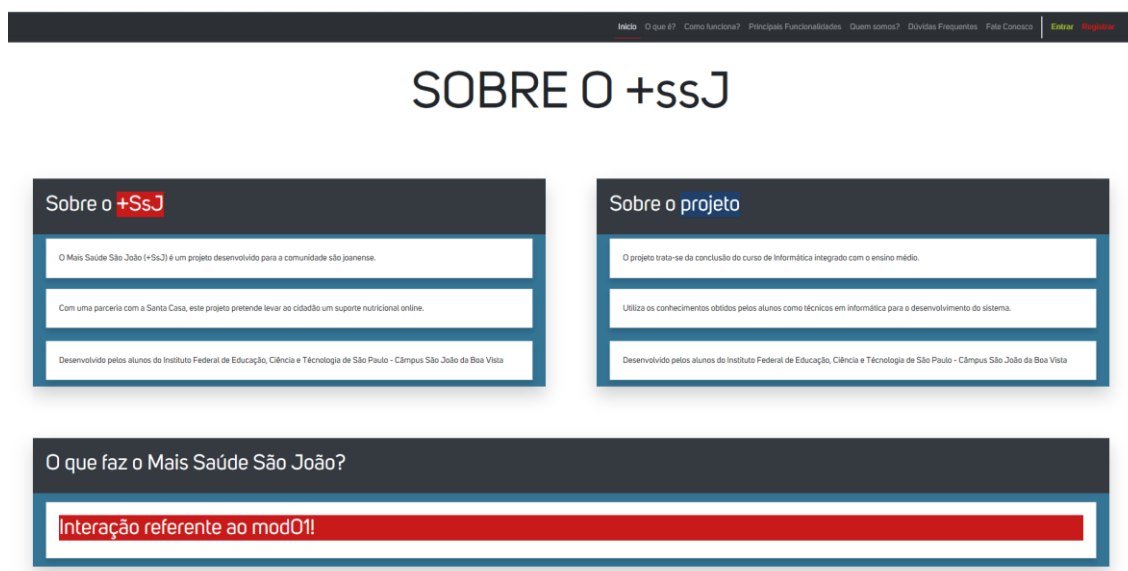
Figura 2 Home Page Propriamente Dita --→ Centralizar todas as figuras



2.3.2.1.2 Sobre O Projeto

Discorre-se acerca das principais informações referentes ao projeto Mais Saúde São João, informando o visitante sobre o produto, sua utilização e o desenvolvimento do mesmo.

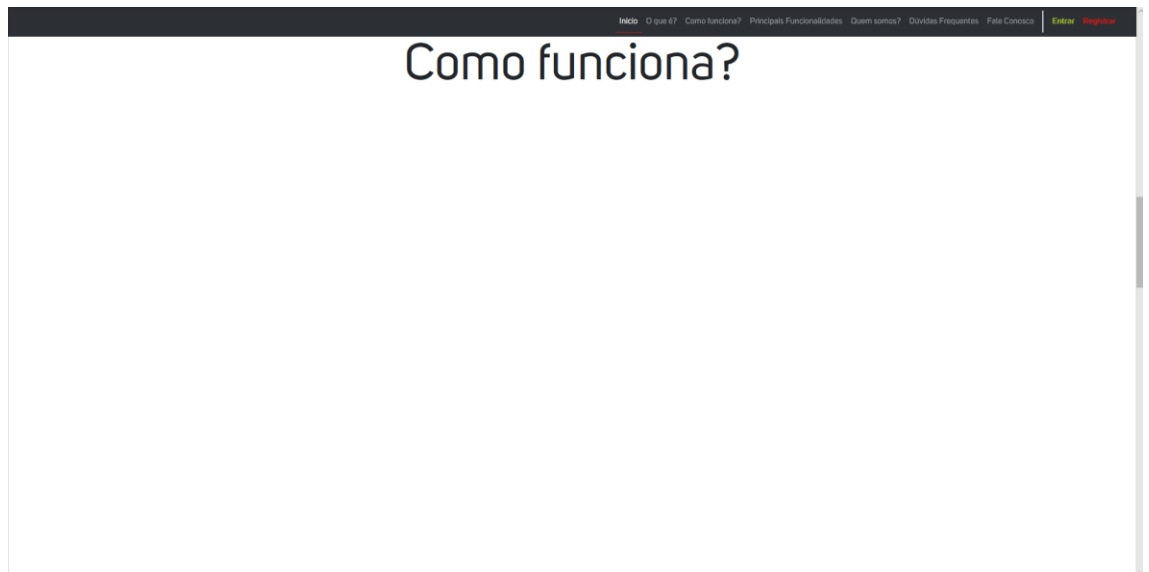
Figura 3 Sobre O Projeto



2.3.2.1.3 Como funciona?

Nesta área aprofundara-se sobre a funcionalidade geral do portal,

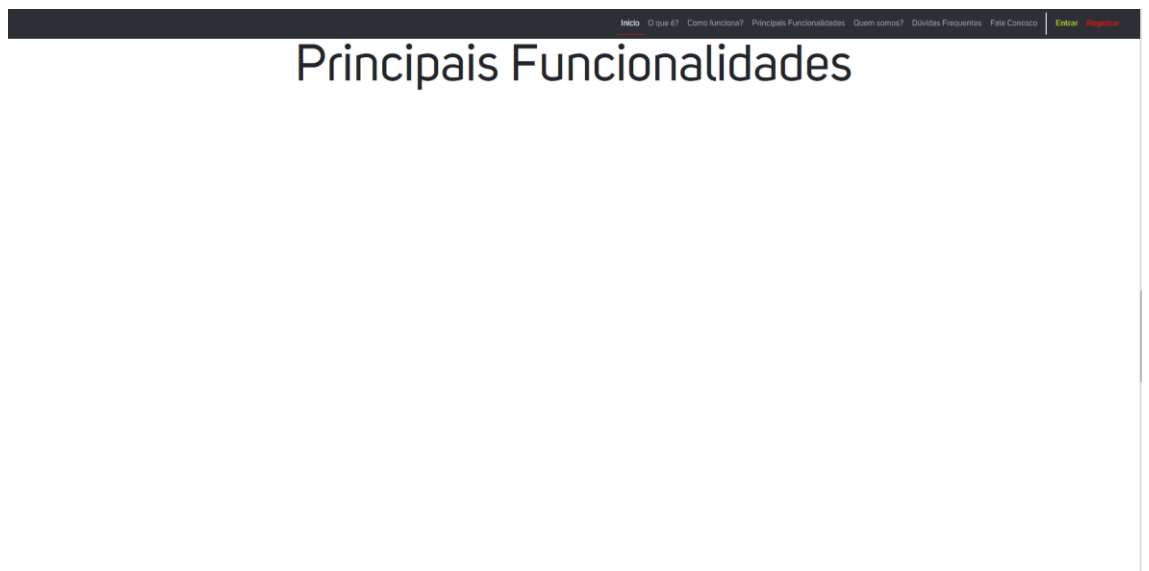
Figura 4 Como Funciona?



2.3.2.1.4 Principais Funcionalidades

Trata-se as principais funcionalidades do portal, informando ao usuário o que poderá ser realizado, para que se tenha um feedback pleiteando sua saúde (cálculos de IMC, taxa de gordura, armazenamento de dados acerca de medidas), para desenvolver atividades físicas através de fichas e planos de treinos, melhorando assim sua saúde.

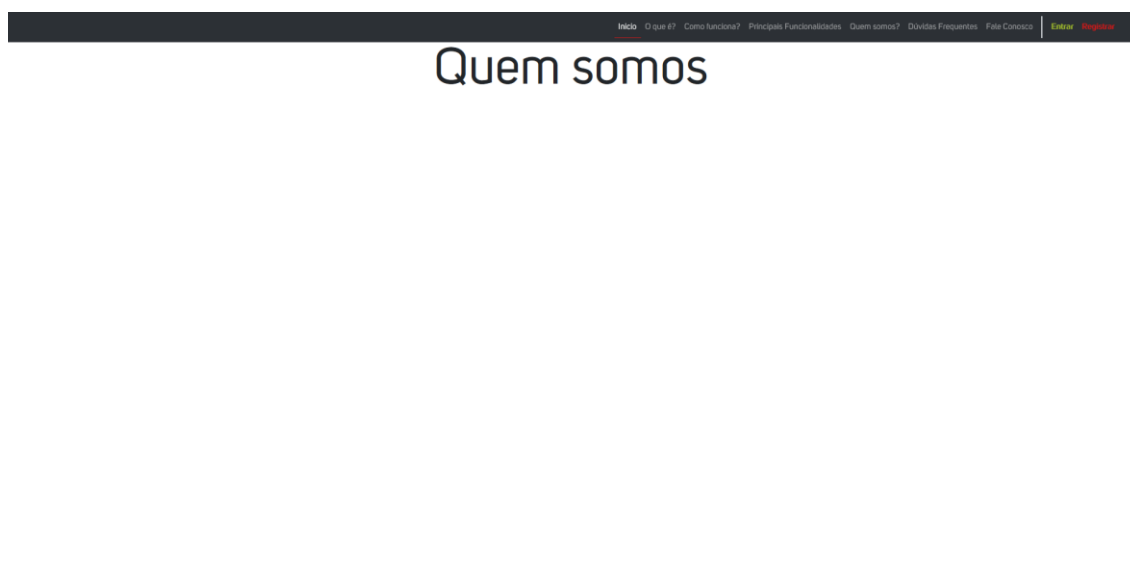
Figura 5 Principais Funcionalidades



2.3.2.1.5 *Quem Somos*

Enaltece a formação do projeto, nos quesitos de indivíduos, formação, idade média.

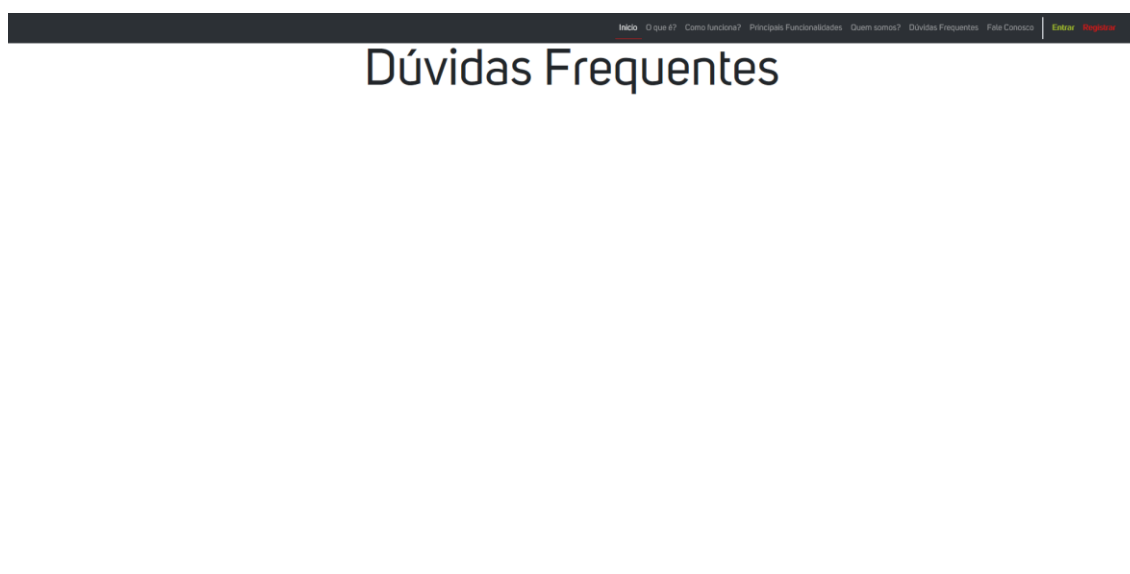
Figura 6 Quem Somos



2.3.2.1.6 *Dúvidas Frequentes*

Parte reservada para adição de perguntas frequentes e respostas, facilitando o acesso a informação para o usuário.

Figura 7 Dúvidas Frequentes



2.3.3 Análise de promoção

Apesar de ser um projeto escolar, ocorrerá uma apresentações às séries próximas a realizadora do projeto, que é uma tradição institucional, também ocorrerá uma apresentação aberta ao público na semana de tecnologia, onde será organizada uma sala para expor o projeto. Após a conclusão do projeto o professor responsável poderá apresenta-lo a prefeitura para a tentativa de implementação.

2.3.4 Análise da Praça

Ao tratar-se de um produto online, um portal, a praça estará situada no sítio do mesmo, disponível na web, onde será alocado as sessões de login dos usuários e posterior a certificação o acesso ao conteúdo, o site poderá também estar sendo mostrado em outros sites após conclusão de contrato.

2.3.5 Análise de Custo/Preço

Caso aplicado, o custo, orçado em R\$284.793,175, será também o preço, o qual será o suficiente para pagar todos os programadores, administradores da data base e os analistas pelas horas trabalhadas.

2.4 Plano Operacional

O plano operacional trata de como a produção do projeto será dada, a maneira como os integrantes foram organizados, as ferramentas necessárias e os cargos nas quais os participantes foram alocados.

2.4.1 Método de produção e layout

As salas foram divididas em módulos, módulos 3,4,5 e 6 (turma 417) e módulos 1,2,7,8 e 9 (turma 416), cada módulo possui 1 analista, 2 DBA (data base administrator) e 3 desenvolvedores. Cada grup

2.4.2 Capacidade produtiva

Para realizar o cálculo do orçamento utilizou-se como base uma média de 40 horas mensais por membro de cada equipe, como o projeto conta com 49 alunos como mão de obra, por mês, são dedicadas 1960 horas, pode-se concluir que o projeto possui uma grande capacidade produtiva.

2.4.3 Lista de equipamentos

Em média são/serão utilizados 1 computador por aluno, sendo 23 alunos da turma 417 e 26 alunos da turma 416, totalizando assim 49 computadores, além dos PCs, são utilizados celulares pessoais para efetuar a comunicação com a turma e o professor, através de um grupo criado no aplicativo WhatsApp.

2.4.4 Lista de cargos

A divisão de cargos se dá por 3 categorias: administrador da base de dados (DBA), responsável pela parte do projeto que trata do banco de dados necessário para o funcionamento do projeto; analista, responsável pelos documentos de análise e testes necessários ao decorrer do projeto; desenvolvedor, é o cargo responsável por desenvolver as aplicações do respectivo projeto. Cada módulo possui um analista 2 DBA's e 2 desenvolvedores.

2.4.4.1 Administradores da base de dados

- João Victor Pacheco Oliveira
- João Vitor Missaci
- Carolina Maria Urtado
- Nathalia de Campos
- Ana Letícia Boveloni Mathias
- Rômulo Orlando A. Facchini
- Amanda Carolina Eugênio
- Mayara Alves dos Santos
- Ana Carolina Borges Flora
- Bruna Gadelha Barros
- Giovanna Tomé Camargo
- Isabela Gracielly
- Ana Beatriz de Mello Palmiro
- Ana Julia de Souza Costa
- Beatriz Ortega Viana
- Ramon
- Beatriz Ferreira da Silva

- João Gabriel Rodrigues dos Santos

2.4.4.2 Analistas

- Heuler Reis
- Isabella Consentino Silva
- Beatriz Galharde de Carvalho
- Lucas Rubini Silva
- Demétrius Alves Cabral Filho
- José Rafael Ramos
- Nelson Fernandes Neto
- Márcio
- Vitória Pinheiro Vanzela

2.4.4.3 Desenvolvedores

- Pedro Araújo
- João Victor Corsi Ferreira
- Douglas Tomé Neves
- Eduardo de Sene Rodrigues
- Carlos Manuel de Jesus Puentes Valdes
- Lucas Guedes de Pádua
- Letícia Aleixo Oliveira
- Matheus Augusto Valério Barreiro
- Vitória Matheus Barbosa
- Isabela Martins de Paula
- Natainá Novaes Silva Barbosa
- Sérgio Luis Barbosa Felipeti
- Bruno Manochio
- Larissa Rodrigues
- Thales Gabriel
- Larissa Maria Moraes Ribeiro
- Luís Felipe Colosimo
- Edvilson
- Gabriel Evaristo
- Iago José
- José Carlos Cezar Zufanetti
- Alisson Dan de Oliveira Lopes

2.4.5 Lista de tarefas

Além dos cargos, certos integrantes ficam responsáveis por uma determinada tarefa em seu módulo, constatadas nos tópicos seguintes:

2.4.5.1 Responsáveis Interpessoal

- João Corsi
- Isabella Consentino
- Rômulo Orlando
- Vitória Matheus
- Isabela Martins
- Thales
- Beatriz Palmiro
- Gabriel
- João Gabriel

2.4.5.2 Responsáveis Kanban

- João Pacheco
- Nathalia Campos
- Ana Letícia
- Leticia
- Demétrius Alves
- Giovanna Tomé
- Ana Júlia
- Beatriz Ortega e Ramon
- Beatriz Ferreira

2.4.5.3 Responsáveis Redmine

- Heuler
- Douglas
- Lucas G
- Mayara e Amanda
- Bruna e Natainá
- José e Isabela G
- Nelson
- Márcio
- Vitória

2.4.5.4 Responsáveis SVN

- João Missaci e Pedro
- Carol e Eduardo
- Beatriz e Carlos
- Lucas R e Matheus
- Ana Carolina e Sérgio
- Bruno e Larissa R
- Larissa e Luís Felipe
- Iago e Edvilson
- José Carlos e Alisson

2.5 SWOT

A análise SWOT tem por objetivo exibir as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças possíveis para uma ideia, produto, projeto ou empresa, com o intuito de estabelecer um posicionamento estratégico diante das mesmas.

2.5.1 Analise SWOT ou FOFA

2.5.1.1 Forças

- Diversas pessoas envolvidas
- Formação do professor responsável pelo projeto (Breno Lisi Romano)
- Infraestrutura
- Apelo social e de saúde

2.5.1.2 Fraquezas

- Falta de recursos
- Dificuldade na comunicação (diversas pessoas envolvidas no projeto)
- Dedicção não exclusiva dos participantes
- Falta de experiência dos participantes

2.5.1.3 Oportunidades

- Conseguir atrair o público foco para o portal
- Uma possível expansão do projeto, para atender diversas localidades através de foco mobile.
- Parcerias com prefeituras
- Utilizar a rede de Institutos Federais para instalar o projeto em outras localidades

2.5.1.4 Ameaças

- Baixa receptividade
- Existência de diversos aplicativos para gestão de exercícios e dieta
- Burocracia (projeto intra campus)
- Criação de novas leis, dificultando a ação do aplicativo

2.6 Plano de Ação

2.6.1 Descrição do plano de ação

O plano de ação se dá por uma tabela de atividades e prazos, nas quais o professor auxilia e toma decisões adaptativas quando necessário, fora utilizado também um sistema de cores (verde, amarelo e vermelho) para sinalizar a proximidade em relação a data de entrega

2.6.2 Tabela de ações

Figura 8 Cronograma de Atividades 1º Bimestre

Cronograma de Atividades do Projeto PDS 2018 Vespertino							
	Status	Data Real de Entrega (Turma B)	Data Inicialmente Prevista (Turma B)	Data Real de Entrega (Turma A)	Data Inicialmente Prevista (Turma A)	Título da Atividade	Descrição
1º Bimestre	#01	ok	05/fev	ok	06/fev	Estudo de Caso	Decidir qual será o Contexto do Projeto Acadêmico??
	#02	ok	05/fev	ok	06/fev	Definição da Plataforma de Desenvolvimento	Linguagem de Programação e Banco de Dados
	#03	ok	05/fev	ok	06/fev	Definição das Equipes	Analistas de Sistemas, Desenvolvedores, DBAs, Testadores e Equipe de Documentação
	#04	ok	19/fev	ok	20/fev	Definição dos Módulos (Macrorequisitos)	Definição dos Módulos do Estudo de Caso escolhido e os respectivos macro-requisitos a serem contemplados
	#05	ok	19/fev	ok	20/fev	Definição das Responsabilidades de Gerência	Divisão das responsabilidades de gerência entre os integrantes de cada um dos módulos do projeto.
	#06	ok	27/fev	ok	27/fev	Termo de Abertura do Projeto	Definir o Contrato Inicial do Projeto
	#07	12/mar	05/mar	13/mar	06/mar	Identificação dos Stakeholders	Nome, Informações de Contato e Classificação do Stakeholder (Cliente, Acionista, Governo, Parceiro, Patrocinador, ...)
	#08	12/mar	05/mar	13/mar	06/mar	Documento de Visão para Cada Módulo	Utilizar o Template do RUP para definir Problema e Solução Proposta no Documento de Visão.
	#09	19/mar	06/mar	19/mar	06/mar	Definição do Nome Final do Projeto e do Logo (Identidade Visual)	Deve-se estabelecer um único nome ao projeto com uma data anterior a sugerida e até a data final, já ter definido uma identidade visual do projeto (logo) com base no nome estabelecido.
	#10	02/abr	26/mar	03/abr	27/mar	Documento de Especificação dos Principais Envolvidos para cada Módulo	Utilizar o Template do RUP para Especificação dos Principais Envolvidos (Stakeholders + Requisitos Funcionais)
	#11	09/abr	02/abr	09/abr	02/abr	Definir o Template do Projeto	Os desenvolvedores de todos os módulos devem se reunir e propor um template para o projeto. Definir o logo da empresa. Já deve ser implementado este template em HTML+CSS+PHP. Deve ser definido o padrão de pastas para o desenvolvimento (imagens, css, javascript, etc...)
	#12	15/abr	09/abr	15/abr	09/abr	Definição Template da Apresentação Bimestral e Assuntos a Serem Abordados	Definição Template da Apresentação Bimestral como se fosse uma apresentação em uma empresa e definir também os assuntos a serem abordados nesta primeira apresentação
	#13	14/mai	23/abr	15/mai	24/abr	Casos de Uso para cada Módulo	Elaborar o Diagrama de Casos de Uso para cada um dos Módulos (Preencher o Documento de MCU do RUP).
	#14	14/mai	23/abr	15/mai	24/abr	Elaboração dos Protótipos de IHMs	Elaborar, baseado no template definido, os protótipos de IHMs para cada caso de uso do Projeto.
	#15		26/abr		26/abr	Apresentação do Primeiro Bimestre	Apresentação das atividades realizadas no Primeiro Bimestre por cada um dos Módulos

Figura 9 Cronograma de Atividades 2º Bimestre

2º Bimestre	#16					Refinamento das Atividades do Primeiro Bimestre - Por Módulo	Nesta atividade, os alunos devem finalizar todas as outras atividades que estão pendentes até o momento, principalmente elaboração de casos de uso e seus respectivos protótipos.
	#17	21/mai	23/abr	22/mai	24/abr	Estimativa de Esforços	Elaborar uma estimativa de esforços (custo/tempo) para cada um dos módulos.
	#18		04/jun	12/jun	05/jun	Elaboração do Diagrama Conceitual de cada Módulo	Os DBAs serão responsáveis em elaborar o Diagrama Entidade-Relacionamento (MER) para cada um dos módulos (Entidades, Relacionamentos e Atributos) e Definir o Dicionário de Dados.
	#19		04/jun	12/jun	05/jun	Elaboração do Dicionário de Dados do BD de cada Módulo	Os DBAs serão responsáveis em elaborar o Diagrama Entidade-Relacionamento (MER) para cada um dos módulos (Entidades, Relacionamentos e Atributos) e Definir o Dicionário de Dados.
	#20		26/jun		26/jun	Refatoração dos-Fonte do Template escolhido para o Projeto	Refatorar os códigos-fonte do template escolhido para o projeto, visando garantir que todas as funções estejam funcionando e todos os defeitos identificados na atividade de prototipação sejam corrigidos.
	#21		26/jun		26/jun	Elaboração dos Casos de Teste para cada Módulo	Os Testadores deverão elaborar, juntamente com a Equipe, os casos de teste para cada um dos Módulos (Preencher o Documento do RUP).
	#22	21/ago	26/jun	21/ago	26/jun	Consolidação do Esquema Físico para o Projeto e do Dicionário de Dados	Os DBAs ficarão responsáveis para consolidar todos os esquemas físicos e dicionários de dados dos módulos em um único para ser utilizado por todos. Os DBAs ficarão responsáveis pelas seguintes atividades: Definir o Dicionário de Dados, Transformar o MER em Modelo Relacional, Conferir a Transformação proposta pelo brModelo e Gerar o Modelo Físico.
	#23		02/jul		02/jul	Planejamento: Definir as Entregas de Cada Módulo para Implementação e Testes	Agrupar casos de uso diretamente relacionados e definir as entregas de cada módulo, ou seja, o que será implementado e testado em conjunto. Considerar as datas do terceiro e quarto bimestre e também a Semana da Tecnologia.
	#24		02/jul		02/jul	Apresentação do Segundo Bimestre (Incremental)	Apresentação das atividades realizadas no Primeiro e Segundo Bimestres por cada um dos Módulos.

Figura 10 Cronograma de Atividades 3º Bimestre

3º Bimestre	#25		31/jul		31/jul	Refinamento (Pendências) das Atividades do Primeiro Semestre - Por Módulo	Nesta atividade, os alunos devem finalizar todas as outras atividades que estão pendentes até o momento, principalmente elaboração de casos de uso e seus respectivos protótipos.
	#26		07/ago		06/ago	Definição do Tema e Apresentação do Objetivo do Relatório Técnico (Vulgo TFC)	Definição do Tema e Apresentação do Objetivo do Relatório Técnico (Vulgo TFC). Valerá parte da nota do 3 e do 4 bimestre. Para os alunos que não fizeram estágio, servirá de equivalência.
	#27	27/ago	21/ago	28/ago	21/ago	Entrega da Iteração #01 de Casos de Uso	Entrega dos casos de uso da primeira iteração de Casos de Uso de Cada Módulo já implementados e testados (Terceiro Bimestre).
	#28		28/ago		28/ago	Término do Capítulo 01 do Relatório Técnico (Vulgo TFC)	Elaboração do Capítulo 01 do TFC, contendo Contextualização, Motivação da Pesquisa e Objetivo.
	#29		25/set		25/set	Entrega da Iteração #02 de Casos de Uso	Entrega dos casos de uso da primeira iteração de Casos de Uso de Cada Módulo já implementados e testados (Terceiro Bimestre).
	#30		25/set		25/set	Entrega da Versão Parcial do Capítulo 02 do Relatório Técnico (TFC)	Elaboração de uma versão parcial do Capítulo 02 do TFC, detalhando a Metodologia do Trabalho.
	#31		20 ou 27/09/2018		20 ou 27/09/2018	Apresentação do Terceiro Bimestre (Incremental)	Apresentação das atividades realizadas no Terceiro Bimestre por cada um dos Módulos.

Figura 11 Cronograma de Atividades 4º Bimestre

4º Bimestre	#32		23/out		23/out	Entrega da Iteração #03 de Casos de Uso	Entrega dos casos de uso da primeira iteração de Casos de Uso de Cada Módulo já implementados e testados (Terceiro Bimestre).
	#33		23/out		23/out	Entrega da Versão Final do Capítulo 02 do Relatório Técnico (TFC)	Elaboração de uma versão parcial do Capítulo 02 do TFC, detalhando a Metodologia do Trabalho.
	#34		05/nov		05/nov	Entrega do Relatório Técnico do Projeto (Vulgo TFC)	
	#35		13/nov		13/11/20018	Entrega da Iteração #04 de Casos de Uso	Entrega dos casos de uso da primeira iteração de Casos de Uso de Cada Módulo já implementados e testados (Terceiro Bimestre).
	#36		03/dez		03/dez	Integração entre todos os Módulos	Entrega dos casos de uso da primeira iteração de Casos de Uso de Cada Módulo já implementados e testados (Terceiro Bimestre).
	#37		03/dez		03/dez	Manual do Usuário	Seguir todas as recomendações do conjunto de slide a parte no Portal da Disciplina.
	#38		03/dez		03/dez	Portal de Documentações	
	#39		03/dez		03/dez	Manual de Implantação	
	#40		10/dez		10/dez	Apresentação do Quarto Bimestre (Incremental)	Apresentação das atividades realizadas no Quarto Bimestre por cada um dos Módulos.

3 CONCLUSÃO

Ao decorrer do período letivo o projeto foi desenvolvido através de seus módulos, e várias questões foram trabalhadas, decisões coletivas, apresentações, assim como questões sociais e profissionais. Portanto, concluindo o ano (2018) temos um produto competente e com um diferencial: foca-lo na cidade de São João da Boa Vista.

Com o decorrer deste trabalho de conclusão de curso, e sua conclusão propriamente dita, áreas fundamentais, do ponto de vista administrativo, foram trabalhadas, percorridas e exemplificadas, com o objetivo de facilitar a implementação do projeto Mais Saúde São João, e facilitar futuras elaborações de apresentações tratando o referido, sendo assim, conclui-se que este documento será de grande valia para uma possível continuação do projeto.

O aprimoramento deste trabalho poderia ter se dado pela existência de um núcleo de gestão no corpo do projeto, desenvolvendo questões administrativas e mercadológicas especificamente para o projeto durante o desenvolvimento do mesmo.

4 REFERÊNCIAS

PREVTOTAL (Brasil). Associação Brasileira de Planos de Saúde. **Expectativas para o mercado de saúde brasileiro.** [20--]. Disponível em: <<https://www.abramge.com.br/portal/index.php/pt-BR/noticias-do-setor/437-expectativas-para-o-mercado-de-saude-brasileiro>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

SEBRAE (Brasil). Sebrae (Org.). **Dados sobre a prática de atividades físicas no país.** [201-]. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/dados-sobre-a-pratica-de-atividades-fisicas-no-pais/>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

IESP (Brasil). Iesp (Org.). **Como é o Mercado Fitness do Brasil nos dias atuais?:** Conheça os principais dados do mercado fitness brasileiro e entenda como o profissional de educação física pode aproveitar essa oportunidade de negócio. 2017. Disponível em: <<https://www.iespe.com.br/blog/mercado-fitness/>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

OLIVEIRA, Braulio et al (Org.). **Gestão de Marketing.** São Paulo: Pearson Education, 2000. 456 p. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=gest%25C3%25A3o%2520de%2520marketing&searchpage=1&filtro=todos&from=busca#/edicao/2959>>. Acesso em: 25 out. 2018.er)...

(SMITH, XXXX)

➔ Ordem alfabética