



Plano de Negócio

Sumário

1. Definição do negócio	3
2. Análise e definição mercadológica	3
2.1. Panorama do mercado	3
2.2. Segmentação	4
2.3. Barreiras de entrada.....	4
2.4. Barreiras de saída	4
2.5. Principais oportunidades para o seu negócio	4
2.6. Principais ameaças ao seu negócio	4
2.7. Política de preços.....	4
2.8. Estratégia geral de vendas.....	4
2.9. Canais de distribuição	4
2.10. Política de serviço pós-venda e de garantia.....	5
2.11. Propaganda e publicidade	5
2.12. Previsão de vendas	5
3. Plano de operação	5
3.1. Processos básicos	5
3.2. Tecnologia necessária e disponível.....	5
3.3. Tempos de produção para entrega	5

O Plano de Negócio - PN

O PN é um primeiro exercício para planejar a constituição de uma empresa e, assim, aumentar a margem de segurança no sucesso do seu funcionamento.

Os itens do modelo de PN sugerido a seguir¹ orientam a reflexão e a definição dos vários aspectos a serem considerados para ajustar a *visão do negócio*² através de refinamentos sucessivos correspondentes às inúmeras versões (revisões) do PN, até a elaboração de um dos vários modelos de Plano de Negócios (PN). Por isto, o PN não pode ser considerado como um produto pronto e acabado, ele deve ser considerado como um processo.

Para este processo de desenvolvimentos através de refinamentos sucessivos, todos os itens do PN devem ser descritos, mesmo que de modo superficial, ou ainda com a inserção da observação “pensar melhor” ou “verificar este assunto”. Da mesma forma, todos os valores das tabelas devem ser preenchidos mesmo que eles sejam imprecisos ou estimados.

Neste modelo podem ser incluídos outros itens que forem necessários e ou convenientes para melhorar o entendimento do negócio e, também, excluídos os itens que não se aplicarem ao negócio. Para apresentação do PN recomenda-se adotar os títulos estão grifados a seguir.

¹ Este modelo foi desenvolvido a partir da proposta de Dolabela em “Oficina do Empreendedor” (1999) ao qual foram incluídos vários aspectos de outros modelos e da experiência prática com esta disciplina.

² Vide conceitos em “Teoria visionária” de Fillion: o refinamento sucessivo deste a “idéia inicial”, ainda nebulosa, até o planejamento para início efetivo das operações da empresa.

Plano de Negócio - PN

1. Definição do negócio

1.1 Nome da empresa

DizAê

1.2 O negócio da empresa

Integrar o cidadão recifense com sua prefeitura

1.3 O foco da empresa

Desenvolver uma aplicação que possibilite o usuário reportar à sua prefeitura os problemas relativos ao cotidiano da cidade, fazendo com que o cidadão participe da gestão de seu município e que este gerencie melhor a resolução dos problemas mencionados.

1.4 Serviços

- Aplicação para Android capaz de integrar o cidadão à sua prefeitura.

1.5 Análise de forças do negócios

- Envio dos problemas em tempo real
- Sistema de fácil utilização
- Apoio à decisão por parte dos gestores municipais

1.6 Análise de fraquezas do negócio

- Pouco contato com as áreas de venda, marketing e a administração
- Pouca experiência na área

2. Análise e definição mercadológica

Consumidores (contratantes potenciais), clientes (contratantes efetivos) e concorrentes.

2.1. Panorama do mercado

Pretende-se atuar no mercado regional metropolitano de Recife onde há dificuldade de detecção de problemas e má gestão estratégica de suas soluções, o que causa grande insatisfação na sociedade.

A densidade demográfica nessa região é grande e crescente, onde a fiscalização dos serviços públicos municipais é bastante defasada, tornando-a uma ótima região para atuarmos.

Esta aplicação atende ao novo modelo de Gestão utilizada pelo governo do estado de Pernambuco “Todos por Pernambuco – Gestão Democrática e Regionalizada com Foco em Resultados”, uma proposta moderna de gerenciamento público que traz para o ambiente governamental as práticas de gestão utilizadas no meio empresarial. O progra-

ma permite o trabalho a partir de eixos estratégicos claros, avaliação permanente e medição de resultados.

O modelo de gestão se caracteriza ainda pela utilização intensiva de mecanismos de consulta e de participação social na definição das prioridades e no acompanhamento das ações de Governo. As plenárias regionais, o Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico (CEDES) e os Conselhos Regionais são inovações implementadas.

Será utilizada plataforma Android devido à sua popularidade, justificada por um recente estudo realizado pela App Annie, especializada em ranquear e analisar lojas de apps, onde a Google Play (Android) superou em 10% os downloads da App Store (iOS) na análise geral do primeiro semestre de 2013. Em que o Brasil foi um dos países que contribuíram significativamente para o crescimento da loja de apps para Android.

Foram divulgados outros números que confirmam a ascensão do Android, ainda este ano pela consultoria IDC, e revelam que 79,3% dos smartphones habilitados atualmente no mundo todo rodam o sistema da Google, contra apenas 13,2% com iOS.

2.2. Segmentação

Qualquer prefeitura que deseje gerenciar melhor os problemas existentes em seu município. Nossos esforços iniciais estão focados na Prefeitura do Recife.

2.3. Barreiras de entrada

Temos como barreira de entrada principal a adesão da aplicação pelos cidadãos recifenses.

2.4. Barreiras de saída

A legislação brasileira para fechamento de empresas, e o suporte aos produtos instalados nos clientes.

2.5. Principais oportunidades para o seu negócio

Não existe esse tipo de aplicação no mercado com grande conotação, apenas uma aplicação web de ouvidoria, o que faz com que todo o processo seja bastante burocrático.

2.6. Principais ameaças ao seu negócio

A baixa adesão/utilização do serviço por parte dos cidadãos recifenses.

2.7. Política de preços

- com pessoal total: R\$ 2.000,00/mês
 - 3 gerentes
 - 5 desenvolvedores
- custos fixos: 10% do valor gasto com pessoal
- lucro: variável entre 30% a 50% do valor bruto do projeto

2.8. Estratégia geral de vendas

- Contato direto com a empresa

2.9. Canais de distribuição

- Direta ao cliente

- Play Store

2.10. Política de serviço pós-venda e de garantia

- Suporte
- Capacitação de pessoal (treinamento)

2.11. Propaganda e publicidade

- Propagandas na internet, jornais e revistas
- Gasto anual variável com propaganda (inicial de 5 mil reais)

2.12. Previsão de vendas

- Focalizar em prefeituras da região metropolitana do Recife.
- Faturamento em análise.

3. Plano de operação

3.1. Processos básicos

Fazer uma visita aos clientes e identificar as necessidades, definir a especificação.
Projetar o sistema conforme especificação.
Implementar os módulos de acordo com o projeto.
Testar cada módulo.
Integrar os módulos.
Dar suporte pós fechamento contratual
Em paralelo as etapas acima tem-se parte financeira e cronograma.

3.2. Tecnologia necessária e disponível

Sistemas operacionais: Windows 7, Linux, Windows 8, Android 4.0
Linguagens: Java para android, PHP 5.4, XML, SQL 5.6
Banco de dados: MySql 5.6
Redes: TCP/IP, Wireless
Dispositivos móveis com SO Android e tecnologia GPRS.
Metodologia: Ágil

3.3. Tempos de produção para entrega

Uma média de 90 dias.