

# Plano de Negócios - Traz Ai (Atualizado)

## 1. Resumo Executivo

Traz Ai é uma plataforma web e mobile que conecta consumidores a mercados locais, permitindo compras de supermercado com entrega rápida e segura, economizando até 30 minutos por compra. A plataforma atende consumidores frustrados com filas (41,1% citam como problema), pequenos mercados com desafios logísticos e separadores/entregadores em busca de renda flexível. Com um mercado de R\$1 trilhão anual e apenas 10% dos consumidores utilizando aplicativos, há grande potencial de crescimento. A monetização ocorre por uma taxa de 20% por pedido (7% de clientes, 13% de mercados) e 20% sobre a taxa de entrega (R\$10,00), totalizando R\$62,00 por pedido. O objetivo é lançar um MVP em 3 meses, atingir 1.000 usuários ativos e 50 mercados parceiros no primeiro ano.

## 2. Descrição da Empresa

Traz Ai é uma startup de tecnologia focada em e-commerce e logística, oferecendo uma solução integrada para compras de supermercado. Nossa missão é proporcionar conveniência e eficiência, conectando clientes, pequenos varejistas e entregadores de forma segura e intuitiva. Operamos com uma plataforma digital que otimiza pedidos, separação e entregas, com foco em pequenos supermercados e cidades médias.

## 3. Análise de Mercado

### 3.1 Contexto

- **Demanda:** 96% dos brasileiros preferem compras presenciais, mas 78% relatam frustrações com filas, preços altos e indisponibilidade de produtos. O e-commerce de supermercados cresce, com startups como Shopper e Daki atingindo milhões de pedidos.
- **Oportunidade:** Horários de pico (16h-19h) concentram 39,8% das transações, com tempo médio de 30 minutos por compra, indicando necessidade de soluções que reduzam tempo e estresse.
- **Tendências:** Crescimento de 4,6% no faturamento do varejo em 2023 e aumento da digitalização de pequenos comerciantes.

### 3.2 Público-Alvo

- **Clientes:** Adultos de 25-45 anos, classes B e C, que valorizam conveniência e têm pouco tempo para compras presenciais.
- **Supermercados:** Pequenos e médios varejistas que buscam aumentar vendas sem investir em logística própria.
- **Entregadores/Separadores:** Profissionais autônomos ou microempreendedores buscando renda extra.

### 3.3 Concorrência

Aplicativos como iFood, Rappi, Daki e Shopper dominam o mercado de entregas rápidas, mas focam em pedidos menores. O Traz Ai se diferencia ao atender pedidos de maior valor (acima de R\$300) e integrar separadores para maior eficiência.

## 4. Produto/Serviço

Traz Ai oferece uma plataforma web e mobile que permite:

- Cadastro e login seguro (autenticação Google).
- Solicitação de produtos com acompanhamento em tempo real.
- Validação de documentos para entregadores/separadores.
- Painel administrativo para gerenciar usuários e serviços.

**Diferencial:** Foco em pequenos supermercados, integração de separadores e interface mobile-first. **Tecnologias:** Django (backend), Flutter (mobile), Tailwind CSS (frontend).

## 5. Estratégia de Marketing

- **Posicionamento:** Traz Ai: Suas compras de supermercado na sua porta, sem filas, sem stress.
- **Canais:** Instagram, WhatsApp, Google Ads, parcerias com supermercados locais.
- **Ações:** Descontos nos primeiros pedidos (10% off), programa de indicação (R\$10 em créditos) e postagens com depoimentos.
- **Métricas:** 1.000 downloads do app, 500 cadastros de clientes e 50 supermercados parceiros em 6 meses.

## 6. Plano Operacional

### 6.1 Processos-Chave

- Cadastro com validação de documentos.
- Pedidos: Cliente solicita, separador prepara, entregador coleta e entrega.
- Suporte via chat (9h-18h, segunda a sexta).

## 6.2 Recursos

- **Tecnologia:** Plataforma web/mobile, servidores AWS.
- **Equipe:** 5 desenvolvedores (UFT), 1 freelancer para suporte, 1 gerente, serviços terceirizados de contabilidade e jurídico.
- **Infraestrutura:** Escritório pequeno em Palmas, TO.

## 6.3 Cronograma

- **Sprint 01 (1 mês):** Cadastro e login.
- **Sprint 02 (1 mês):** Gestão de serviços.
- **Sprint 03 (1 mês):** Painel administrativo, testes.

## 7. Finanças

### 7.1 Estrutura de Receita

- **Comissão por Pedido:** 20% sobre o valor do pedido (R\$300,00), sendo 7% dos clientes (R\$21,00) e 13% dos mercados (R\$39,00).
- **Comissão por Entrega:** 20% sobre a taxa de entrega (R\$10,00), ou seja, R\$2,00.
- **Total por Pedido:** R\$62,00 (R\$60,00 + R\$2,00).

### 7.2 Custos Iniciais

- **Desenvolvimento:** R\$0,00 (equipe acadêmica da UFT, ferramentas open-source).
- **Hospedagem de Servidores:** R\$500,00/mês (AWS ou similar).
- **Marketing Digital:** R\$1.000,00/mês (Google Ads, redes sociais).
- **Suporte Inicial:** R\$500,00/mês (freelancer).
- **Administração:** R\$5.000,00/mês (1 gerente experiente).
- **Contabilidade:** R\$2.000,00/mês (serviço terceirizado).
- **Equipe Jurídica:** R\$3.000,00/mês (consultoria terceirizada).
- **Infraestrutura Básica:** R\$1.000,00/mês (escritório em Palmas, TO).
- **Taxas Administrativas e Legalização:** R\$1.500,00/mês (CNPJ, licenças).
- **Total Mensal de Custos Fixos:** R\$14.500,00.
- **Total Estimado (3 meses):** R\$43.500,00.

### 7.3 Receita Projetada

- **Cenário Pessimista (6 meses):** 100 pedidos/mês, R\$6.200,00/mês.
- **Cenário Base (6 meses):** 300 pedidos/mês, R\$18.600,00/mês.

- **Cenário Otimista (6º mês):** 500 pedidos/mês, R\$31.000,00/mês.
- **Projeção de Longo Prazo (12º mês):** 2.000 pedidos/mês, R\$124.000,00/mês.

#### 7.4 Capital de Giro

R\$87.000,00 para cobrir 6 meses de operação inicial (R\$14.500,00  $\times$  6).

#### 7.5 Ponto de Equilíbrio

R\$14.500,00  $\div$  R\$62,00 = 234 pedidos/mês.

#### 7.6 Lucro Estimado (12º mês)

R\$124.000,00 (receita) - R\$14.500,00 (custos fixos) = R\$109.500,00/mês.

### 8. Riscos e Mitigações

- **Risco:** Concorrência de grandes players (iFood, Rappi).
- **Mitigação:** Foco em pequenos supermercados e cidades médias, com atendimento personalizado.
- **Risco:** Resistência à tecnologia por pequenos comerciantes.
- **Mitigação:** Treinamento gratuito e interface simplificada.
- **Risco:** Baixa adesão inicial de usuários.
- **Mitigação:** Campanhas de marketing local e descontos iniciais.

### 9. Cronograma e Marcos

- **Mês 1-3:** Desenvolvimento do MVP (cadastro, login, gestão de serviços).
- **Mês 4:** Lançamento beta em Palmas, TO, com 10 supermercados.
- **Mês 6:** 1.000 usuários ativos, 300 pedidos/mês.
- **Mês 12:** Expansão para 3 cidades, 50 supermercados, 2.000 pedidos/mês.

### 10. Conclusão

Traz Ai aborda uma dor real dos consumidores brasileiros, oferecendo conveniência e eficiência em compras de supermercado. Com um MVP viável em 3 meses, custos iniciais reduzidos (R\$0 em desenvolvimento) e foco em pequenos varejistas, a plataforma tem potencial para capturar uma fatia do mercado de R\$1 trilhão, com crescimento projetado de 2.000 pedidos/mês no primeiro ano. Parcerias locais e marketing digital garantirão tração inicial, enquanto a escalabilidade será alcançada com expansão para novas cidades.