

PLANO DE NEGÓCIO GETRAP

Acadêmicos
Wilian Lopes
Jorge Manoel

1.1 Principais pontos do plano de negócio

A educação é um dos pilares fundamentais para o desenvolvimento de uma nação, e a segurança no transporte escolar é uma preocupação crescente para pais, responsáveis, e instituições de ensino em todo o Brasil. Com uma população estudantil de mais de 48 milhões de alunos matriculados na educação básica, conforme dados do Censo Escolar de 2020 (INEP censo 2020), a demanda por soluções que garantam a segurança e a tranquilidade no trajeto escolar é mais relevante do que nunca.

GETRAP é uma solução inovadora e confiável que visa transformar a experiência de transporte escolar em todo o país. Utilizando tecnologia de ponta, o sistema permite o rastreamento em tempo real de vans escolares, proporcionando uma comunicação eficaz entre pais, motoristas, e escolas. Nosso objetivo é garantir um trajeto seguro e eficiente para os alunos, enquanto oferecemos transparência e excelência no atendimento aos nossos usuários.

O potencial de mercado do GETRAP é vasto, abrangendo milhares de escolas públicas e privadas em todo o território nacional. Com o aumento da conscientização sobre a importância da segurança no transporte escolar, a adoção de tecnologias como o GETRAP é uma tendência natural e necessária. Este plano de negócios mostra como planejamos atender essa demanda crescente, desde o desenvolvimento até a implementação e expansão do nosso produto.

Indicadores de viabilidade	Valor
Lucratividade	-19% a.a
Rentabilidade	-96% a.a
Prazo de retorno do investimento	N/A
Ponto de equilíbrio (PE)	R\$ 293.458,30

1.2 Perfil e atribuição dos empreendedores

Nome: Jorge Manoel Candido Luciano	
Endereço: Ferroviários, 1677	
Cidade: Piraquara	UF: Paraná
Celular: (41) 99178 2754	Fone: ()
E-mail: jrglucan@gmail.com	
Perfil (Breve currículo): Graduando no último período de Gestão de tecnologia da Informação - IFPR Pinhais; Técnico em redes de telecomunicação com 8 anos de experiência; Estagiário em qualidade de software	
Atribuições: - Desenvolvimento - Suporte	

Nome: Wilian Ribeiro Lopes	
Endereço: Rua Humberto de A. C. Branco, 1575	
Cidade: Pinhais	UF: Paraná
Celular: (41) 98885 6616	Fone: ()
E-mail: wil.ribeiro.lopes@gmail.com	
Perfil (Breve currículo): Graduação em Gestão Pública (Técnico e Superior); Graduando no último período de Gestão de tecnologia da Informação - IFPR Pinhais; Servidor Público Municipal desde 1999 Sociedade na Empresa SIS Brasil do período de 2010-2015; Sociedade na Empresa Gaia Ltda do período de 2005-2013; Técnico em manutenção de computadores da empresa KG Manutenção Ltda.	
Atribuições (Papel a ser desempenhado no negócio): - Área Comercial; - Área Financeira; - Área Estratégica de crescimento	

1.3 Dados do empreendimento

Razão Social: GETRAP Tecnologia e Inovação Ltda.
Nome Fantasia: 12.345.678/0001-90

1.4 Missão da empresa

A GETRAP atua no setor de tecnologia da informação e comunicação (TIC), especificamente no desenvolvimento de aplicativos e sistemas para o setor de transporte escolar. A empresa também explora possibilidades de expansão para outras áreas do transporte urbano e interurbano.

1.5 Setor de atividade

O GETRAP - Escolar é uma empresa de tecnologia da informação que se dedica ao desenvolvimento de soluções tecnológicas para o setor de transporte. Nosso principal produto é um aplicativo de rastreamento em tempo real e comunicação para o transporte de alunos, o Getrap Escolar, que visa garantir a segurança e a tranquilidade de pais, motoristas e escolas.

1.6 Forma Jurídica e enquadramento tributário

- () Microempreendedor Individual – MEI
- () Empresário Individual
- () Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- (X) Sociedade Limitada
- () Cooperativa _____[Tipo]
- () Outra: _____.

1.7 Capital Social

Nr. Sócios	Nome do sócio	Valor (R\$)	% de Participação
	Jorge Manoel Candido Luciano	R\$ 6.625,00	50 %
	Wilian Ribeiro Lopes	R\$ 6.625,00	50 %
Total		R\$ 13.250,00	100%

1.8 Fontes de recursos

Para a implantação da GETRAP e o início das atividades, os recursos serão obtidos de uma combinação de recursos próprios e de terceiros, garantindo uma base financeira sólida e diversificada para sustentar o desenvolvimento e expansão da empresa.

☐ Recursos Próprios:

- Aporte dos Sócios: Os sócios Jorge Manoel Candido Luciano e Wilian Ribeiro Lopes, conforme detalhado na seção de Capital Social, contribuirão com um capital inicial de R\$13.250,00, dividido igualmente entre eles. Este valor será

utilizado para cobrir os custos de aquisição de Máquinas, Equipamentos, Móveis e Utensílios.

☐ **Recursos de Terceiros:**

- *Investidores Anjo:* A GETRAP buscará a parceria com investidores anjo, que são investidores individuais dispostos a aportar capital em startups com alto potencial de crescimento. A meta é captar R\$6.687,86 adicionais para compor os investimentos pré-operacionais e capital de giro necessários.

2. ANÁLISE DE ESTRATÉGICA E MERCADO

2.1 Análise SWOT

		AMBIENTE EXTERNO				OPORTUNIDADES								AMEAÇAS								TOTAL
AMBIENTE INTERNO	FORÇAS E FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES E AMEAÇAS				Crescente Demanda por Tecnologia na Educação	Aumento da Consolidação da população sobre Segurança	Ampla Acessibilidade a celulares	Parceria com escolas	Escalabilidade de produto para outras áreas do transporte	Introdução de recursos adicionais	Educação sobre Segurança	Feedback Contínuo dos Usuários	Concorrência no Mercado	Atraso na entrega de fornecedores	(regulamentação da LGPD, legislação de mau de outra crescente / escassez de pessoal de tecnologia)	Evolução tecnológica (uso de IA ou novas tecnologias)	Instabilidade econômica	Estagnação do Mercado			
FORÇAS	Bom relacionamento com os clientes / Relacionamento transparente	2	2	0	2	2	1	1	0	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	1		13
	Capacidade de Inovação	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	0	1	1		21
	Integração de Sistemas	1	0	0	2	0	1	0	2	2	2	2	2	2	1	1	0	0	0	0		8
	Conhecimento do Mercado	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	0	1	0	0	1	1	17
	Parcerias Estratégicas	1	0	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1		11
	Foco na Experiência do Usuário	1	1	0	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	0	0	0	2	1		14
	Mercado pouco explorado	0	0	0	2	2	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1		9
	Uso de tecnologias atuais	2	1	0	0	0	2	0	2	0	2	0	2	0	1	1	0	1	1	1		12
FRAQUEZA S	Recursos financeiro limitados	2	0	0	1	2	2	2	1	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0		12
	Dependência de Terceiros	1	1	0	0	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	0	2	2	0	0		17
	Lacunas de Habilidades	1	1	0	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	0	2	2	0	0		16
	Escopo do produto Mal Definido	2	0	0	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	0	1		20
	Riscos de segurança ciber	2	2	0	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	0	0		18
	Manutenção contínua	1	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0		8
	Atrasos nas entregas devido a terceiros	1	1	0	0	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	0	2	2	0	0		17
	Alto custo de mensalidade	2	2	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	0	0	2	2		17
TOTAL		23	15	0	19	24	27	12	23	0	0	24	13	4	15	12	9	10	0	0	0	230
Capacidade Ofensiva (QI - QIII) =						1																
Capacidade Defensiva (QII - QIV) =						-21								72	33			31%	14%			
Posicionamento Estratégico =						-20								71	54			31%	23%			

2.1.1 Oportunidade (Ambiente Externo)

- Crescente Demanda Por Tecnologia na Educação
- Aumento da Conscientização da população sobre Segurança
- Ampla Acessibilidade a celulares
- Parceria com escolas
- Escalabilidade de produto para outras áreas do transporte
- Introdução de recursos adicionais
- Educação sobre Segurança
- Feedback Contínuo dos Usuários

2.1.2 Ameaças (Ambiente Externo)

- Concorrência no Mercado
- Atraso na entregas de fornecedores
- Mudanças na Regulamentação (regulamentação da LGPD, legislação específica)
- Custo de mão de obra crescente / escassez de pessoal
- Evolução tecnologia imediata (uso de IA ou novas tecnologias)
- Instabilidade econômica
- Estagnação do Mercado

2.1.3 Forças (Ambiente Interno)

- Bom relacionamento com os clientes / Relacionamento transparente
- Capacidade de Inovação
- Integração de Sistemas
- Conhecimento do Mercado
- Parcerias Estratégicas
- Foco na Experiência do Usuário
- Mercado pouco explorado
- Uso de tecnologias atuais

2.1.3 Fraquezas (Ambiente Interno)

- Recursos financeiro limitados
- Dependência de Terceiros
- Lacunas de Habilidades
- Escopo do produto Mal Definido
- Riscos de segurança ciber
- Manutenção contínua
- Atrasos nas entregas devido a terceiros
- Alto custo de mensalidade

2.1.4 Estratégias organizacionais (dos destaques)

- **Dependência de Terceiros para desenvolvimento do software;**
 - ☐ Objetivo Estratégico: Minimizar os riscos associados à dependência de fornecedores externos e garantir maior controle sobre os processos.
 - ☐ O Que Fazer: Reduzir a dependência de terceiros.
 - ☐ Como: Investir em capacitação interna para desenvolvimento de competências críticas e estabelecer parcerias alternativas.
 - ☐ Quem: Diretor de Operações.
 - ☐ Quando: Processo contínuo.
 - ☐ Onde: Sede da GETRAP.
 - ☐ Porque: Ter controle direto sobre os processos ajuda na implementação de padrões de qualidade mais elevados e consistentes, garantindo que nossos serviços atendam às expectativas dos nossos clientes.
 - ☐ Como Será Medido: Percentual de processos críticos realizados internamente.
 - ☐ Observação: Avaliar trimestralmente a performance das competências desenvolvidas e o impacto nas operações.

- ☐ Status: Em andamento – Capacitação da equipe interna já iniciada, parcerias alternativas em negociação.

- **Lacunas de Habilidades**

- ☐ Objetivo Estratégico: Eliminar as principais lacunas de habilidades técnicas da equipe em 6 meses.
- ☐ O Que Fazer: Implementar um programa de treinamento e desenvolvimento contínuo para a equipe.
- ☐ Como: Oferecer cursos internos e externos, além de treinamentos online.
- ☐ Quem: Gerente de Recursos Humanos.
- ☐ Quando: 3º trimestre de 2024.
- ☐ Onde: Sede da GETRAP, com possíveis cursos externos e online.
- ☐ Porque: Garantir que a equipe possua todas as habilidades necessárias para desenvolver e manter o produto com qualidade.
- ☐ Como Será Medido: Número de lacunas de habilidades identificadas e resolvidas.
- ☐ Observação: Realizar avaliações de desempenho e habilidades após cada treinamento.
- ☐ Status: Em andamento – Programa de treinamento em fase de planejamento detalhado.

- **Escopo do produto Mal Definido**

- ☐ Objetivo Estratégico: Definir e documentar claramente o escopo do produto até o próximo lançamento.
- ☐ O Que Fazer: Realizar workshops com stakeholders e sessões de planejamento detalhado.
- ☐ Como: Coletar feedback contínuo dos usuários e priorizar o desenvolvimento de novos recursos baseados nas necessidades identificadas.
- ☐ Quem: Gerente de Projetos.
- ☐ Quando: Até o final do 1º trimestre de 2024.

- ☐ Onde: Sede da GETRAP.
- ☐ Porque: Assegurar que todos os envolvidos tenham uma compreensão clara e compartilhada do que está incluído no produto.
- ☐ Como Será Medido: Percentual de funcionalidades planejadas versus entregues sem mudanças significativas.
- ☐ Observação: Revisar o documento de escopo regularmente para garantir alinhamento contínuo.
- ☐ Status: Em andamento – Primeira rodada de workshops já realizada.

- **Concorrência no Mercado**

- ☐ Objetivo Estratégico: Aumentar a participação de mercado em 20% nos próximos 18 meses.
- ☐ O Que Fazer: Investir em marketing digital, melhorar o produto com base no feedback dos usuários e identificar nichos de mercado não explorados.
- ☐ Como: Desenvolver campanhas de marketing direcionadas e aprimorar a proposta de valor do produto.
- ☐ Quem: Diretor de Marketing.
- ☐ Quando: Até o final do 3º trimestre de 2025.
- ☐ Onde: Operações globais.
- ☐ Porque: Ganhar vantagem competitiva e garantir a sustentabilidade do negócio.
- ☐ Como Será Medido: Participação de mercado e taxa de crescimento de novos usuários.
- ☐ Observação: Analisar relatórios trimestrais de participação de mercado e ajustar as estratégias conforme necessário.
- ☐ Status: Em andamento – Estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos em fase de implementação.

- **Capacidade de Inovação**

- ☐ Objetivo Estratégico: Manter a capacidade de inovação.
- ☐ O Que Fazer: Estabelecer uma equipe de inovação dedicada.

- ☐ Como: Implementar um ambiente que incentive a criatividade e a inovação contínua.
- ☐ Quem: Diretor de Operações.
- ☐ Quando: Processo contínuo.
- ☐ Onde: Sede da GETRAP e laboratórios de inovação.
- ☐ Porque: Manter a competitividade no mercado e atender às necessidades dos usuários.
- ☐ Como Será Medido: Número de novas funcionalidades lançadas e feedback dos usuários.
- ☐ Observação: Analisar a aceitação e utilização das novas funcionalidades.
- ☐ Status: Em andamento – Primeira funcionalidade nova em fase de teste.

- **Conhecimento do Mercado**

- ☐ Objetivo Estratégico: Expandir o conhecimento do mercado através de pesquisas de mercado detalhadas realizadas semestralmente.
- ☐ O Que Fazer: Contratar uma empresa de pesquisa de mercado e realizar análises competitivas periódicas.
- ☐ Como: Investir em estudos de mercado e competitividade.
- ☐ Quem: Diretor de Marketing.
- ☐ Quando: Pesquisas realizadas a cada 6 meses.
- ☐ Onde: Sede da GETRAP.
- ☐ Porque: Adaptar as estratégias de marketing e desenvolvimento de produto conforme as tendências e necessidades do mercado.
- ☐ Como Será Medido: Número de pesquisas de mercado concluídas e insights acionáveis obtidos.
- ☐ Observação: Avaliar a eficácia das estratégias adaptadas com base nas pesquisas.
- ☐ Status: Em andamento – Primeira pesquisa de mercado em fase de coleta de dados.

- **Crescente Demanda por Tecnologia na Educação**

- ☐ Objetivo Estratégico: Capturar 15% do mercado de transporte escolar dentro de 2 anos.
- ☐ O Que Fazer: Desenvolver parcerias com instituições educacionais e participar de feiras e eventos de tecnologia educacional.
- ☐ Como: Implementar estratégias de marketing direcionadas e construir relacionamentos fortes com instituições educacionais.
- ☐ Quem: Diretor de Vendas.
- ☐ Quando: Até o final do 4º trimestre de 2025.
- ☐ Onde: Operações globais, com foco inicial em grandes centros educacionais.
- ☐ Porque: Aproveitar a crescente demanda para expandir a base de clientes e aumentar as receitas.
- ☐ Como Será Medido: Participação de mercado e número de parcerias educacionais firmadas.
- ☐ Observação: Avaliar trimestralmente o impacto das parcerias na expansão do mercado.
- ☐ Status: Em andamento – Negociações de parcerias em progresso.

- **Escalabilidade de produto para outras áreas do transporte**

- ☐ Objetivo Estratégico: Adaptar e lançar o produto para pelo menos duas novas áreas de transporte nos próximos 18 meses.
- ☐ O Que Fazer: Realizar estudos de viabilidade e adaptar a tecnologia existente para novos segmentos de transporte.
- ☐ Como: Desenvolver protótipos e realizar testes piloto em novos segmentos de transporte.
- ☐ Quem: Diretor de Produto.
- ☐ Quando: Até o final do 2º trimestre de 2025.
- ☐ Onde: Sede da GETRAP, com foco inicial em mercados locais.

☐ Porque: Diversificar a base de clientes e explorar novas oportunidades de receita.

☐ Como Será Medido: Número de novos segmentos de transporte atendidos e receita gerada.

☐ Observação: Monitorar o desempenho dos novos produtos e ajustar estratégias conforme necessário.

- **Introdução de recursos adicionais**

☐ Objetivo Estratégico: Introduzir pelo menos três novos recursos adicionais que atendam às necessidades dos usuários no próximo ano.

☐ O Que Fazer: Coletar feedback contínuo dos usuários e priorizar o desenvolvimento de novos recursos baseados nas necessidades identificadas.

☐ Como: Implementar um sistema de coleta e análise de feedbacks de usuários.

☐ Quem: Gerente de Produto.

☐ Quando: Até o final do 4º trimestre de 2024.

☐ Onde: Sede da GETRAP.

☐ Porque: Aumentar a satisfação e retenção dos usuários oferecendo mais funcionalidades úteis.

☐ Como Será Medido: Número de novos recursos implementados e satisfação dos usuários.

☐ Observação: Avaliar o impacto dos novos recursos através de pesquisas de satisfação e métricas de uso.

☐ Status: Em andamento – Coleta de feedback e priorização de recursos em fase inicial.

2.2 Análise da Competitividade

2.2.1 Estudos dos Clientes

I. Pais e Responsáveis:

- ☐ *Faixa Etária:* 30-50 anos;
- ☐ *Gênero:* Masculino e Feminino;
- ☐ *Ocupação:* Profissionais que trabalham fora de casa, autônomos e empreendedores;
- ☐ *Renda:* Média a alta;
- ☐ *Localização:* Urbanas e suburbanas, especialmente em áreas com alta concentração de escolas;
- ☐ *Comportamento de Consumo:* Usuários de tecnologia, preocupados com a segurança e bem-estar dos filhos, propensos a adotar soluções tecnológicas que facilitem a gestão do dia a dia;
- ☐ *Necessidades:* Desejam monitorar o trajeto escolar dos filhos em tempo real, receber notificações sobre embarque e desembarque, e ter uma comunicação direta e eficaz com os motoristas das vans escolares;

II. Motoristas de Vans Escolares:

- ☐ *Faixa Etária:* 25-60 anos
- ☐ *Gênero:* Principalmente masculino, mas também inclui mulheres.
- ☐ *Ocupação:* Motoristas autônomos ou empregados por empresas de transporte escolar.
- ☐ *Renda:* Variável, dependente do número de alunos transportados e das rotas atendidas.
- ☐ *Localização:* Urbanas e suburbanas, com maior concentração em áreas escolares.
- ☐ *Comportamento de Consumo:* Usuários de tecnologia básica, interessados em ferramentas que otimizem seu trabalho e proporcionem um diferencial competitivo.
- ☐ *Necessidades:* Necessitam de ferramentas de gestão de alunos, rotas otimizadas, um histórico de trajetos para referência e um sistema de notificações para comunicação eficiente com os pais.

III. Escolas:

- ☐ *Tipo:* Instituições de ensino fundamental e médio.
- ☐ *Localização:* Principalmente em áreas urbanas e suburbanas.
- ☐ *Tamanho:* Pequenas a grandes, com uma variada quantidade de alunos.

- ☐ **Necessidades:** Buscam garantir a segurança dos alunos no transporte escolar, melhorar a comunicação com os pais, e obter relatórios detalhados de segurança e operação das vans escolares. Estão interessadas em integrar soluções tecnológicas que aumentem a confiança dos pais na instituição.

2.2.2 Estudos dos Concorrentes

- DeVanPraEscola

- ☐ Oferece: Criação de rotas visando economia de tempo e combustível;
- ☐ Substituição do motorista em caso de necessidade; centraliza toda comunicação entre pais e motoristas no aplicativo; Controle financeiro de vários veículos, permitindo individualizar a gestão por veículo, assim como controle de manutenção e histórico do veículo; Intermediação de pagamentos.
- ☐ Notificação de localização na retirada e entrega da criança;
- ☐ Pouca interação nas redes sociais;
- ☐ Dados de contato e sociais divergentes e confusos;
- ☐ Segundo publicações pagas em diversas mídias digitais atende 1700 veículos e 85 mil pais;

- SmartVan

- ☐ Oferece: Gestão de passageiros; Gestão de mensalidades; Relatórios sobre pagamentos; Histórico de pagamentos; automatização de cobranças via API WhatsApp;
- ☐ Acesso aos dados de qualquer dispositivo;
- ☐ Cobrança de aproximadamente R\$ 0,50 por cliente transportado no veículo
- ☐ Pouca interação nas redes sociais;
- ☐ Mais de 5 mil downloads nas plataformas digitais;

- VanEscola

- ☐ Oferece: Gerenciamento de cadastro de alunos, responsáveis e escolas;
- ☐ Criação e gerenciamento de rotas fixas; Notificação de localização na retirada e entrega da criança; Histórico de rotas percorridas;

- ☐ Gerenciamento financeiro; Controle de recebimentos; Acesso web para gerenciamento; aplicativos específicos para pais e motoristas;
- ☐ Suporte exclusivo via WhatsApp;
- ☐ Pouca interação nas redes sociais;
- ☐ Mais de 6 mil downloads nas plataformas digitais; Baixa avaliação; Diversos relatos de dificuldades;
- ☐ Valor mensal R\$ 49,00; descontos para pagamentos semestral ou anual via cartão de crédito;

2.2.3 Estudos dos Fornecedores

- **Principais Fornecedores**

- **Empresa de Desenvolvimento de Software:**

- ☐ Produtos/Serviços: Desenvolvimento e manutenção do aplicativo.
 - ☐ Importância: Essencial para garantir a funcionalidade e atualização do sistema.

- **Provedores de Tecnologia de Rastreamento:**

- ☐ Produtos/Serviços: Dispositivos de rastreamento GPS, tecnologia RFID.
 - ☐ Importância: Necessário para a precisão e confiabilidade do sistema de monitoramento.

- **Serviços de Suporte Técnico:**

- ☐ Produtos/Serviços: Atendimento ao cliente, suporte técnico.
 - ☐ Importância: Importante para garantir a satisfação do cliente e resolução rápida de problemas.

2.2.4 Análise de mercado

A análise de mercado da GETRAP revela um ambiente com grande potencial de crescimento e oportunidades significativas. A GETRAP vai continuar a inovar, diversificar sua base de clientes, e fortalecer suas parcerias para alcançar uma posição competitiva no mercado.

- **Análise da Indústria/Setor**

A indústria de tecnologia voltada para a segurança no transporte escolar é um setor emergente e promissor. Com um aumento constante na preocupação dos pais e responsáveis com a segurança dos filhos durante o trajeto escolar, soluções tecnológicas que oferecem rastreamento em tempo real, comunicação eficiente e relatórios detalhados têm um mercado crescente.

Tendências do Setor:

- ☐ Crescimento da Digitalização: Aumento da adoção de tecnologias digitais em todos os setores, incluindo a educação e transporte.
- ☐ Regulamentações de Segurança: Políticas governamentais cada vez mais rigorosas sobre a segurança no transporte escolar.
- ☐ Demanda por Transparência: Expectativa crescente dos pais por maior transparência e comunicação sobre o trajeto dos filhos.

3. PLANO DE MARKETING

3. Definição do Público-alvo - Persona

I. Pais e Responsáveis:

- ☐ *Faixa Etária:* 30-50 anos;
- ☐ *Gênero:* Masculino e Feminino;
- ☐ *Ocupação:* Profissionais que trabalham fora de casa, autônomos e empreendedores;
- ☐ *Renda:* Média a alta;
- ☐ *Localização:* Urbanas e suburbanas, especialmente em áreas com alta concentração de escolas;
- ☐ *Comportamento de Consumo:* Usuários de tecnologia, preocupados com a segurança e bem-estar dos filhos, propensos a adotar soluções tecnológicas que facilitem a gestão do dia a dia;

- ☐ *Necessidades:* Desejam monitorar o trajeto escolar dos filhos em tempo real, receber notificações sobre embarque e desembarque, e ter uma comunicação direta e eficaz com os motoristas das vans escolares;

II. Motoristas de Vans Escolares:

- ☐ *Faixa Etária:* 25-60 anos
- ☐ *Gênero:* Principalmente masculino, mas também inclui mulheres.
- ☐ *Ocupação:* Motoristas autônomos ou empregados por empresas de transporte escolar.
- ☐ *Renda:* Variável, dependente do número de alunos transportados e das rotas atendidas.
- ☐ *Localização:* Urbanas e suburbanas, com maior concentração em áreas escolares.
- ☐ *Comportamento de Consumo:* Usuários de tecnologia básica, interessados em ferramentas que otimizem seu trabalho e proporcionem um diferencial competitivo.
- ☐ *Necessidades:* Necessitam de ferramentas de gestão de alunos, rotas otimizadas, um histórico de trajetos para referência e um sistema de notificações para comunicação eficiente com os pais.

III. Escolas:

- ☐ *Tipo:* Instituições de ensino fundamental e médio.
- ☐ *Localização:* Principalmente em áreas urbanas e suburbanas.
- ☐ *Tamanho:* Pequenas a grandes, com uma variada quantidade de alunos.
- ☐ *Necessidades:* Buscam garantir a segurança dos alunos no transporte escolar, melhorar a comunicação com os pais, e obter relatórios detalhados de segurança e operação das vans escolares. Estão interessadas em integrar soluções tecnológicas que aumentem a confiança dos pais na instituição.

3.1 Definição da Marca (empresa)

- ☐ Nome da Marca: **GETRAP**
- ☐ Logomarca: Nossa logomarca é composta por um símbolo que representa uma pessoa conectada, para transmitir segurança e conectividade, juntamente com o nome GETRAP em uma tipografia moderna e amigável. A cor escolhida é o azul, que transmite confiança e segurança



- ☐ Identidade da Marca: A marca GETRAP será a tradução da nossa missão e visão. Ela deve evocar sentimentos de confiança, segurança e inovação. Acreditamos que nossa marca precisa ser facilmente reconhecível e memorável, representando de forma clara o compromisso da empresa com a excelência no serviço de rastreamento de transporte escolar.
- ☐ Slogan: "Cuidando de quem você ama"

3.2 Definição dos objetivos e metas - ver plano de negócios - exemplo

- Aumentar a participação de mercado em 20% nos próximos 18 meses.
- Capturar 15% do mercado de tecnologia educacional dentro de 2 anos.
- Introduzir pelo menos três novos recursos adicionais no próximo ano.
- Expandir o conhecimento do mercado através de pesquisas detalhadas realizadas semestralmente.

3.1 Descrição dos principais produtos e serviços

- ☐ O GETRAP é um aplicativo móvel e web que oferece recursos avançados de rastreamento de vans escolares. Ele foi desenvolvido para atender às necessidades dos pais, motoristas de van escolar e escolas, garantindo a segurança e o bem-estar das crianças durante o transporte escolar. O aplicativo oferece uma interface intuitiva e funcionalidades como rastreamento em tempo real, notificações de chegada e histórico de rotas.

3.2 Preço

Descrição	Valor em R\$
Assinaturas Mensais (por usuário)	19,90
Assinaturas anuais (por usuário)	214,92 (10% desconto)

3.3 Estratégias Promocionais e Marketing /

- **Canais de Promoção:**

- ☐ **Marketing digital:** Utilização de redes sociais, Google Ads e outras plataformas digitais para alcançar nosso público-alvo.
- ☐ **Parcerias com escolas:** Estabelecer colaborações com instituições educacionais para aumentar a confiança e a adoção de nosso serviço.
- ☐ **Evento e Feiras:** Participação em eventos educacionais e feiras de tecnologia para demonstrar nossos produtos e alcançar novos usuários.
- ☐ **Demonstrações gratuitas:** Oferecer demonstrações gratuitas para novos usuários, permitindo que experimentem as funcionalidades do GETRAP.

3.4 Estrutura de comercialização

Modelo de Venda:

- ☐ Venda direta através do site e aplicativo.
- ☐ Parcerias com instituições educacionais para pacotes corporativos.
- ☐ Suporte humanizado e atendimento ao cliente disponível online e por telefone.

3.5 Localização do Negócio

Localização:

- ☐ Sede operacional em Pinhais, Paraná.
- ☐ Atendimento e suporte remoto para todo o território nacional.

Endereço: R. Humberto de A. C. Branco, 1575	
Bairro: Jd Amélia	Cidade/UF: Pinhais - PR

3.6 Definição do posicionamento de mercado

A GETRAP visa ser reconhecida como uma solução confiável e inovadora no mercado de aplicativos para rastreamento de transporte escolar. Nossa imagem será construída em torno de três pilares fundamentais: segurança, inovação e transparência.

- ☐ **Segurança:** A segurança dos alunos é nossa prioridade absoluta. Queremos que os pais e responsáveis se sintam tranquilos sabendo que seus filhos estão sendo monitorados em tempo real durante o trajeto escolar. Nossa tecnologia de rastreamento e comunicação avançada garante que qualquer situação anômala seja detectada e resolvida rapidamente.
- ☐ **Inovação:** Utilizamos tecnologias eficazes para desenvolver um aplicativo intuitivo, fácil de usar e repleto de funcionalidades que facilitam a vida dos pais, motoristas e escolas. Continuamente investimos em pesquisa e desenvolvimento para manter nosso produto à frente das tendências de mercado, oferecendo sempre as melhores soluções.
- ☐ **Transparência:** Acreditamos na importância de uma comunicação aberta e honesta com nossos usuários. Todas as informações relevantes sobre o trajeto dos alunos são disponibilizadas em tempo real, proporcionando um alto nível de confiança e satisfação.

Nosso diferencial competitivo está na combinação desses três elementos, garantindo uma experiência agradável para todos os envolvidos. Queremos que nossos clientes vejam a GETRAP como uma empresa comprometida com a excelência, que realmente se preocupa com a segurança e o bem-estar dos alunos.

4. PLANO OPERACIONAL E TECNOLÓGICO

4.1 Layout ou Arranjo físico

Para otimizar a eficiência e a produtividade da GETRAP, planejamos um layout bem estruturado para nosso escritório, envolvendo a incubadora do IFPR Câmpus Pinhais, que será dividido da seguinte maneira:

- **Recepção e Área de Espera do IFPR:** Localizada na entrada principal, equipada com um sofá e uma pequena mesa de centro para atendimento inicial dos visitantes e clientes.
- **Área de Trabalho Compartilhada:** Espaço onde os dois sócios irão trabalhar, com mesas individuais equipadas com computadores, impressoras e material de escritório.
- **Sala de Reuniões:** Espaço reservado para reuniões com clientes, parceiros e discussões estratégicas entre os sócios. Equipado com uma mesa para 8 lugares, cadeiras confortáveis e uma televisão.

4.2 Capacidade produtiva e comercial

A capacidade produtiva e comercial da GETRAP está estimada com base na estrutura e nos recursos disponíveis:

- **Desenvolvimento de Software:** Com os dois sócios dedicados ao desenvolvimento, a expectativa é de entregar novas funcionalidades e atualizações significativas semestralmente.
- **Suporte ao Cliente:** Com os sócios compartilhando responsabilidades, espera-se resolver até 100 chamados mensais, garantindo um tempo de resposta adequado.
- **Expansão de Mercado:** Planejamos adquirir cerca de 30 novos clientes por trimestre nos primeiros dois anos de operação.
- **Capacidade de Atender Usuários:** Nossa infraestrutura de servidor está dimensionada para suportar até 2.000 usuários simultâneos, com planos de expansão conforme a demanda aumenta.

4.3 Capacidade tecnológica e inovação

A GETRAP investe em tecnologias para garantir a inovação e eficiência de seus processos e produtos:

- **Tecnologia de Rastreamento:** Utilizamos GPS dos dispositivos móveis para rastreamento em tempo real.
- **Segurança de Dados:** Implementam os protocolos de segurança, incluindo criptografia.

- **Desenvolvimento Ágil:** Adotamos metodologias ágeis para garantir a entrega contínua e eficiente de novas funcionalidades.
- **Plataforma em Nuvem:** Nossa aplicação é hospedada em servidores cloud, garantindo escalabilidade e alta disponibilidade.
- **Integração com Outros Sistemas:** Capacidade de integração com sistemas escolares existentes, ampliando a funcionalidade e usabilidade.

4.4 Plano Operacional

O funcionamento será estruturado da seguinte maneira:

- **Desenvolvimento de Software:**
 - ☐ Etapas: Planejamento, Design, Desenvolvimento, Implantação.
 - ☐ Responsáveis: Jorge Manoel
 - ☐ Materiais e Equipamentos: Computadores de alta performance, softwares de desenvolvimento, ferramentas de colaboração.
- **Suporte ao Cliente:**
 - ☐ Etapas: Recepção de chamados, Diagnóstico, Resolução, Feedback ao Cliente.
 - ☐ Responsáveis: Wilian Lopes
 - ☐ Materiais e Equipamentos: Computadores, sistema de chamados de suporte, telefones.
- **Marketing e Vendas:**
 - ☐ Etapas: Pesquisa de Mercado, Campanhas Publicitárias, Prospecção de Clientes, Fechamento de Vendas.
 - ☐ Responsáveis: Wilian Lopes e Jorge Manoel
 - ☐ Materiais e Equipamentos: Ferramentas de marketing digital, materiais promocionais.
- **Administração e Finanças:**
 - ☐ Etapas: Gestão Financeira, Contabilidade, Recursos Humanos, Administração Geral.
 - ☐ Responsáveis: Wilian Lopes
 - ☐ Materiais e Equipamentos: Computadores, software de gestão empresarial, documentos administrativos.

4.5 Plano de Inovação e Tecnologia

O Plano de Ação para a Promoção da Inovação Tecnológica é um documento estratégico para o desenvolvimento da empresa, pois aborda iniciativas voltadas à elevação da capacidade de inovação, tecnologia e competitividade de mercado.

- **Ações Prioritárias e Metas**

- ☐ **Ampliação da Infraestrutura Tecnológica:** Implementação de uma infraestrutura robusta para suportar o crescimento e expansão da empresa e a integração de novas tecnologias. Isso incluirá a atualização de hardware e software, além da implementação de soluções de cloud computing para maior escalabilidade e flexibilidade.
- ☐ **Capacitação e Formação de Equipes:** Serão realizados treinamentos contínuos em novas tecnologias e metodologias ágeis de desenvolvimento e inovação, como design thinking e lean startup, com o objetivo de fomentar uma cultura de inovação dentro da empresa.
- ☐ **Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços:** Foco na criação de produtos e serviços inovadores que atendam às necessidades emergentes dos clientes, baseando-se na análise de dados e tendências de mercado, como o uso de inteligência artificial (IA) e Internet das Coisas (IoT).
- ☐ **Automatização de Processos:** Priorizar a automação de processos internos e externos, integrando tecnologias como automação de marketing, gestão automatizada de processos empresariais (BPM) e plataformas de CRM que otimizem a jornada do cliente.

- **Técnicas e Métodos**

De acordo com o Guia para Inovação, serão implementadas as seguintes técnicas e métodos:

- ☐ Design Thinking: Esta abordagem centrada no ser humano será utilizada para criar soluções inovadoras, envolvendo as equipes multidisciplinares da empresa na identificação de problemas e desenvolvimento de soluções criativas e eficazes.
- ☐ Lean Startup: O método Lean Startup será aplicado para garantir que a empresa esteja constantemente testando novas ideias de forma ágil, minimizando riscos e maximizando a eficiência na validação de novos produtos ou serviços.
- ☐ Scrum e Metodologias Ágeis: Adoção de metodologias ágeis para desenvolvimento de software e projetos, facilitando entregas contínuas e o rápido ajuste de estratégias, conforme necessário.
- ☐ Mapeamento de Processos: Mapeamento contínuo dos processos internos utilizando a técnica BPM (Business Process Management) para identificar oportunidades de melhoria e inovação em todos os níveis operacionais.

- **Desenvolvimento e Aplicação de Tecnologias Digitais na Empresa**

Baseando-se no "Guia de Tecnologias Digitais para Pequenos Negócios", serão implementadas as seguintes iniciativas tecnológicas para garantir que a empresa esteja à frente da transformação digital:

- ☐ Transformação Digital: A empresa adotará uma abordagem holística da transformação digital, incorporando novas tecnologias em suas operações diárias, como ERP (Enterprise Resource Planning) para otimização de recursos, e plataformas de e-commerce e marketing digital para melhorar o alcance e o relacionamento com os clientes.

- ☐ **Uso de Tecnologias em Cloud Computing:** A migração para a nuvem proporcionará à empresa maior flexibilidade, escalabilidade e segurança, permitindo que as operações sejam gerenciadas de forma eficiente e acessível em qualquer lugar.
- ☐ **Aplicação de IA e Machine Learning:** Tecnologias de inteligência artificial e aprendizado de máquina serão incorporadas para automatizar tarefas repetitivas, personalizar a experiência do cliente e melhorar a tomada de decisões baseada em dados.
- ☐ **Internet das Coisas (IoT):** A empresa investigará o uso de IoT para monitoramento de produtos e processos em tempo real, possibilitando a criação de novos serviços que envolvam conectividade e dados de sensores.
- ☐ **Segurança Cibernética:** Como parte da digitalização, será dada uma atenção especial à segurança cibernética, garantindo a proteção dos dados da empresa e dos clientes contra possíveis ataques e violações.

5.1 Necessidade de pessoal

- **Disponibilidade de Mão de Obra:** Para garantir o sucesso da operação da GETRAP, é fundamental analisar a disponibilidade de mão-de-obra qualificada na região. No caso de indisponibilidade, investir no treinamento da equipe é uma solução. Informações sobre legislação específica, acordos coletivos, piso salarial e quadro de horários serão obtidas junto aos sindicatos de classe.

Matriz de Competência:

Cargo/função	Escolaridade mínima	Qualificações necessárias
Sócio 1 - Desenvolvedor	Ensino Superior	Experiência em desenvolvimento de software, conhecimento em redes de telecomunicação, capacidade de documentar e implementar características do aplicativo.
Sócio 2 - Gerente Comercial e Financeiro	Ensino Superior	Experiência em gestão pública, manutenção de computadores, habilidades em gestão financeira e comercial, gestão de pessoas e estratégias de crescimento.

O recrutamento e a seleção são etapas cruciais para garantir que a equipe do GETRAP seja composta por profissionais qualificados e alinhados com os valores e objetivos da empresa. A seguir está o plano de recrutamento e seleção de pessoal para futuras contratações.

Cargo/função	Fontes de Recrutamento	Ferramentas de Seleção
Desenvolvedor de Software	Externo - Universidades, Plataformas de emprego, Hackathons, Redes Profissionais (LinkedIn).	Testes de Programação, Entrevistas Técnicas, Análise de Portfólio, Dinâmicas de Grupo.
Analista de Qualidade de Software	Externo - Plataformas de emprego, Universidades, Redes Profissionais (LinkedIn).	Testes de Conhecimento Técnico, Entrevistas Técnicas, Simulações de Testes de Software.
Gerente de Projetos	Externo - Plataformas de emprego, Redes Profissionais (LinkedIn), Universidades, Agências de Recrutamento.	Entrevistas Comportamentais, Testes de Gestão de Projetos, Análise de Cases, Dinâmicas de Grupo.
Gerente de Marketing	Externo - Plataformas de emprego, Redes Profissionais (LinkedIn), Universidades, Agências de Recrutamento.	Entrevistas Comportamentais, Testes de Conhecimento em Marketing, Análise de Portfólio, Dinâmicas de Grupo.
Técnico de Suporte	Externo - Instituições Técnicas, Plataformas de emprego, Redes Profissionais (LinkedIn).	Testes Técnicos, Entrevistas Técnicas, Simulações de Suporte ao Cliente.
Assistente Administrativo	Externo - Plataformas de emprego, Redes Profissionais (LinkedIn), Instituições de Ensino Médio Técnico.	Entrevistas Comportamentais, Testes de Conhecimento Administrativo, Simulações de Tarefas Administrativas.
Treinador e Desenvolvedor de Talentos	Externo - Universidades, Plataformas de emprego, Redes Profissionais (LinkedIn).	Entrevistas Comportamentais, Testes de Habilidades de Treinamento, Dinâmicas de Grupo.
Análise do mercado de Recursos Humanos		
A análise do mercado de recursos humanos é um processo de avaliação qualitativa e quantitativa da densidade e distribuição de profissionais em uma localidade específica. Esta análise permite que os gestores conheçam o mercado de trabalho e planejem a melhor forma de atrair e abordar os melhores candidatos. A seguir estão os principais ganhos do mapeamento de mercado para recrutamento e seleção:		

- Conhecimento da Realidade do Mercado de Trabalho: Entendimento das características e tendências do mercado de trabalho local.
- Levantamento das Forças e Fraquezas da Mão de Obra Local: Identificação dos pontos fortes e áreas de melhoria na força de trabalho disponível.
- Agilidade na Contratação de Mão de Obra: Processos de recrutamento mais rápidos e eficientes.
- Assertividade nos Processos de Seleção: Seleção de candidatos mais alinhados com os requisitos da empresa.
- Formação de Reserva de Candidatos para Contratações Futuras: Criação de um banco de talentos para futuras necessidades de contratação.

5.3 Plano de Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal

5.3.1 Planejar a Avaliação das Necessidades:

- **Diagnóstico Inicial:**
 - ☐ Realizar uma avaliação inicial no momento da contratação para identificar as lacunas de competências.
 - ☐ Aplicar questionários e realizar entrevistas com os novos colaboradores e seus supervisores diretos.
- **Periodicidade das Avaliações:**
 - ☐ Avaliações trimestrais para monitorar o progresso dos colaboradores e identificar novas necessidades de treinamento.
 - ☐ Revisões anuais mais detalhadas para ajustar os planos de desenvolvimento a longo prazo.

5.3.2 Elaboração do Projeto

A elaboração do projeto de treinamento deve incluir os seguintes elementos:

- **Responsáveis pelo Projeto:**
 - ☐ Treinador e Desenvolvedor de Talentos: Responsável pela criação e implementação do plano de treinamento.
 - ☐ Gerente de Recursos Humanos: Supervisiona e aprova os planos de treinamento e desenvolvimento.
- **Periodicidade dos Treinamentos:**
 - ☐ Treinamentos técnicos: A cada seis meses.
 - ☐ Treinamentos de habilidades comportamentais: Trimestrais.
 - ☐ Treinamentos de atualização e compliance: Anuais.

- **Tipos de Treinamentos Oferecidos:**

- ☐ Treinamentos Técnicos: Programação, análise de qualidade, gestão de projetos.
- ☐ Treinamentos Comportamentais: Comunicação, trabalho em equipe, liderança.
- ☐ Treinamentos de Compliance: Segurança da informação, regulamentações do setor.

5.3.3 Implementação e Avaliação do Treinamento

A implementação e avaliação dos treinamentos serão realizadas da seguinte forma:

- **Implementação:**

- ☐ Sessões Presenciais e Online: Combinando sessões presenciais e virtuais para maior flexibilidade.
- ☐ Workshops e Seminários: Focados em áreas específicas de desenvolvimento.
- ☐ Mentorias: Mentorias individuais para orientação e desenvolvimento personalizado.

- **Avaliação:**

- ☐ Feedback Imediato: Coletar feedback dos participantes imediatamente após cada sessão.
- ☐ Avaliações de Desempenho: Medir o impacto dos treinamentos nas avaliações de desempenho trimestrais e anuais.
- ☐ Indicadores de Sucesso: Taxas de conclusão de treinamentos, melhorias de desempenho, satisfação dos colaboradores.

5.3.4 Matriz de Treinamento

Cargo/função	Competências	Treinamentos	Periodicidade
Desenvolvedor de Software	Programação, Resolução de Problemas	Curso de Programação Avançada	6 meses
Analista de Qualidade de Software	Testes de Software, Atenção aos Detalhes	Curso de Testes de Software	6 meses
Gerente de Projetos	Gestão de Projetos, Liderança	Treinamento em PMBOK	1 ano
Gerente de Marketing	Estratégias de Marketing, Análise de Mercado	Curso de Marketing Digital	6 meses
Técnico de Suporte	Atendimento ao Cliente, Conhecimentos Técnicos	Treinamento de Suporte Técnico	1 ano
Assistente Administrativo	Organização, Gestão de Documentos	Rotinas Administrativas Curso de Administração	6 meses

5.4 Plano de Cargos e Salários

Cargo: Desenvolvedor de Software
<p>Descrição do Cargo: Descrição Sumária:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O Desenvolvedor de Software é responsável pelo desenvolvimento, implementação e manutenção dos sistemas de software da empresa, garantindo a qualidade e eficiência das soluções tecnológicas oferecidas. <p>Descrição Detalhada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisar requisitos e especificações técnicas para o desenvolvimento de novos sistemas. • Escrever, testar e manter códigos eficientes e reutilizáveis. • Colaborar com outros desenvolvedores e equipes multifuncionais para definir e implementar soluções. • Realizar manutenção e atualização de sistemas existentes. • Identificar e corrigir bugs e problemas de desempenho.
<p>Análise de Conhecimentos e Habilidades:</p> <p>Conhecimentos específicos necessários:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Linguagens de programação como Java, Python, C#, etc. • Desenvolvimento de software ágil. • Ferramentas de versionamento de código (Git). • Conhecimentos em banco de dados (SQL, NoSQL).

Habilidades e características pessoais desejáveis:

- Habilidades de resolução de problemas.
- Capacidade de trabalhar em equipe.
- Atenção aos detalhes.
- Proatividade e capacidade de aprendizado contínuo.

Avaliação do Cargo:

Escolaridade:

- Graduação em Ciência da Computação, Engenharia de Software ou áreas relacionadas.

Experiência:

- Mínimo de 2 anos de experiência em desenvolvimento de software.

Complexidade das tarefas/responsabilidades:

- Alta complexidade, envolvendo a criação de soluções inovadoras e manutenção de sistemas críticos.

Cargo: Analista Qualidade de Software

Descrição do Cargo:

Descrição Sumária:

- O Analista de Qualidade de Software é responsável por garantir que os produtos de software desenvolvidos atendam aos padrões de qualidade definidos, por meio de testes e revisões detalhadas.

Descrição Detalhada:

- Planejar e executar testes de software (funcionais, regressão, performance, etc.).
- Criar e manter casos de teste e documentação relacionada.
- Reportar e monitorar defeitos encontrados durante os testes.
- Colaborar com a equipe de desenvolvimento para resolver problemas de qualidade.
- Participar de revisões de código e reuniões de planejamento de projetos.

Análise de Conhecimentos e Habilidades:

Conhecimentos específicos necessários:

- Ferramentas de automação de testes (Selenium, JUnit, etc.).
- Metodologias de desenvolvimento ágil (Scrum, Kanban).
- Conhecimentos em linguagens de programação usadas para testes (Python, Java, etc.).

Habilidades e características pessoais desejáveis:

- Atenção aos detalhes.
- Habilidades analíticas e de resolução de problemas.
- Boa comunicação e capacidade de trabalhar em equipe.
- Capacidade de aprendizado contínuo.

Avaliação do Cargo:

Escolaridade:

- Graduação em Ciência da Computação, Engenharia de Software ou áreas relacionadas.

Experiência:

- Mínimo de 2 anos de experiência em desenvolvimento de software.

Complexidade das tarefas/responsabilidades:

- Alta complexidade, envolvendo testes detalhados e trabalho conjunto com desenvolvedores.

Cargo: Gerente de Projetos**Descrição do Cargo:**

Descrição Sumária:

- O Gerente de Projetos é responsável por planejar, executar e finalizar projetos de acordo com prazos, orçamento e escopo, gerenciando recursos e coordenando as atividades da equipe.

Descrição Detalhada:

- Definir o escopo, objetivos e entregas dos projetos.
- Planejar e gerenciar cronogramas de projeto.
- Identificar e gerenciar riscos e problemas de projeto.
- Gerenciar comunicação entre stakeholders e a equipe de projeto.
- Monitorar e relatar o progresso do projeto, garantindo a conformidade com os requisitos.

Análise de Conhecimentos e Habilidades:

Conhecimentos específicos necessários:

- Metodologias de gerenciamento de projetos (PMBOK, Agile, Scrum).
- Ferramentas de gerenciamento de projetos (MS Project, Trello, Jira).
- Conhecimentos básicos de orçamento e controle financeiro de projetos

Habilidades e características pessoais desejáveis:

- Excelentes habilidades de comunicação e liderança.
- Habilidades de resolução de problemas e tomada de decisão.
- Capacidade de gerenciar múltiplos projetos simultaneamente.
- Orientação para resultados e cumprimento de prazos.

Avaliação do Cargo:

Escolaridade:

- Graduação em Gestão da Tecnologia Da Informação, Administração ou áreas afins; certificações em gerenciamento de projetos (PMP, Scrum Master) são desejáveis.

Experiência:

- Mínimo de 3 anos de experiência em gerenciamento de projetos.

Complexidade das tarefas/responsabilidades:

- Alta complexidade, exigindo coordenação de múltiplas atividades e comunicação com diversos stakeholders.

Cargo: Gerente de Marketing

Descrição do Cargo: Descrição Sumária:

- O Gerente de Marketing é responsável por planejar e executar estratégias de marketing para promover os produtos e serviços da empresa, aumentando a visibilidade da marca e alcançando o público-alvo.

Descrição Detalhada:

- Desenvolver e implementar campanhas de marketing digital e offline.
- Analisar dados de mercado e performance de campanhas.
- Gerenciar redes sociais e conteúdo de marketing.
- Coordenar atividades de marketing com outras equipes internas e parceiros externos.
- Monitorar tendências de mercado e concorrência.

Análise de Conhecimentos e Habilidades:

Conhecimentos específicos necessários:

- Ferramentas de marketing digital (Google Analytics, SEO, SEM).
- Conhecimento em design gráfico e ferramentas de edição (Adobe Creative Suite).
- Técnicas de pesquisa de mercado.

Habilidades e características pessoais desejáveis:

- Excelentes habilidades de comunicação.
- Criatividade e inovação.
- Capacidade analítica.
- Habilidade para trabalhar sob pressão e cumprir prazos.

Avaliação do Cargo:

Escolaridade:

- Graduação em Marketing, Publicidade e Propaganda ou áreas afins.

Experiência:

- Mínimo de 2 anos de experiência em marketing

Complexidade das tarefas/responsabilidades:

- Média a alta complexidade, exigindo criatividade e análise de dados para tomada de decisões estratégicas.

Cargo: Técnico de Suporte

Descrição do Cargo: Descrição Sumária:

- O Suporte Técnico é responsável por prestar assistência técnica aos clientes, solucionando problemas relacionados aos produtos e serviços oferecidos pela empresa, garantindo a satisfação e fidelização dos clientes.

Descrição Detalhada:

- Atender e resolver chamados técnicos.
- Realizar diagnóstico e solucionar problemas de hardware e software.
- Orientar os clientes sobre o uso correto dos produtos e serviços.
- Manter registros detalhados das interações com os clientes.
- Colaborar com a equipe de desenvolvimento para identificar e corrigir problemas recorrentes.

Análise de Conhecimentos e Habilidades:

Conhecimentos específicos necessários:

- Conhecimentos em sistemas operacionais (Windows, Linux, macOS).
- Familiaridade com redes e infraestrutura de TI.
- Ferramentas de suporte remoto

Habilidades e características pessoais desejáveis:

- Habilidades de comunicação e atendimento ao cliente.
- Paciência e empatia.
- Capacidade de resolver problemas rapidamente.
- Organização e atenção aos detalhes.

Avaliação do Cargo:

Escolaridade:

- Graduação em Tecnologia da Informação, Ciência da Computação ou áreas correlatas.

Experiência:

- Mínimo de 1 ano de experiência em suporte técnico.

Complexidade das tarefas/responsabilidades:

- Média complexidade, exigindo conhecimento técnico e habilidades de atendimento ao cliente.

Cargo: Assistente Administrativo

Descrição do Cargo:

Descrição Sumária:

- O Assistente Administrativo é responsável por fornecer suporte administrativo e operacional para diversas áreas da empresa, garantindo o funcionamento eficiente das atividades diárias.

Descrição Detalhada:

- Realizar tarefas administrativas, como gerenciamento de correspondências, arquivamento e organização de documentos.
- Preparar relatórios e apresentações.
- Agendar reuniões e organizar eventos internos.
- Manter o controle de estoque de materiais de escritório.
- Auxiliar no atendimento telefônico e recepção de visitantes.

Análise de Conhecimentos e Habilidades:

Conhecimentos específicos necessários:

- Conhecimento em ferramentas de escritório (Microsoft Office, Google Workspace).
- Noções básicas de contabilidade e finanças.
- Técnicas de arquivo e organização de documentos.

Habilidades e características pessoais desejáveis:

- Organização e atenção aos detalhes.
- Habilidade para multitarefas.
- Boa comunicação verbal e escrita.
- Proatividade e iniciativa.

Avaliação do Cargo:

Escolaridade:

- Ensino Médio completo; desejável curso técnico ou superior em Administração ou áreas afins.

Experiência:

- Mínimo de 1 ano de experiência em funções administrativas.

Complexidade das tarefas/responsabilidades:

- Média complexidade, exigindo organização e habilidades administrativas.

Planilha de Cargos e Salários				
Cargo/função	I	II	III	IV

Desenvolvedor de Software	R\$ 4.500,00	R\$ 5.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 7.500,00
Analista de Qualidade de Software	R\$ 4.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 7.000,00
Gerente de Projetos	R\$ 6.500,00	R\$ 7.500,00	R\$ 8.500,00	R\$ 9.500,00
Gerente de Marketing	R\$ 3.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 5.500,00	R\$ 6.500,00
Técnico de Suporte	R\$ 2.500,00	R\$ 3.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 5.500,00
Assistente Administrativo	R\$ 2.000,00	R\$ 2.500,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.500,00

5.4.1 Salários e Encargos

Considerando os seguintes encargos trabalhistas:

- INSS (Empresa): 20% sobre o salário bruto.
- FGTS: 8% sobre o salário bruto.
- Vale Transporte: 6% sobre o salário bruto (deduzido do salário do funcionário, então não adiciona ao custo da empresa).
- 13º Salário e Férias: Aproximadamente 8,33% e 11,11% sobre o salário bruto (provisões mensais).

Cargo/função	Salário Bruto (R\$)	Encargos (%)	Encargos (R\$)	Custo To
Desenvolvedor de Software	R\$ 4.500,00	47,44%	2.134,80	6.634,80
Analista de Qualidade de Software	R\$ 4.000,00	47,44%	1.897,60	5.897,60
Gerente de Projetos	R\$ 6.500,00	47,44%	3.083,60	9.583,60
Gerente de Marketing	R\$ 3.500,00	47,44%	1.660,40	5.160,40
Técnico de Suporte	R\$ 2.500,00	47,44%	1.186,00	3.686,00
Assistente Administrativo	R\$ 2.000,00	47,44%	949,20	2.949,20

TOTAL	33.911,60
-------	-----------

INVESTIMENTO TOTAL:

Nesta etapa, estimamos o total de recursos necessários para que o GETRAP inicie suas operações.

6.1 Estimativa dos investimentos fixos

O investimento fixo refere-se a todos os bens e equipamentos essenciais para o funcionamento da empresa. Abaixo estão detalhados os itens que devem ser adquiridos:

A) Máquinas e equipamentos				
	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Computadores	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
2	Impressora	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
3	Roteador	1	R\$ 750,00	R\$ 750,00
4	TV/Monitor	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Sub-total				R\$ 7.750,00
B) Móveis e utensílios				
	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Mesa de Trabalho	2	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00
2	Mesa de reunião	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
3	Cadeiras	6	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
4	Armário	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
Sub-total				R\$ 5.500,00
C) Veículos/ Imóveis				
	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1				
Sub-total				R\$
Total de Investimentos Fixos			Sub-total	R\$ 13.250,00

6.2 Capital de Giro

O capital de giro é o montante necessário para manter o negócio funcionando no curto prazo.

Capital de giro (resumo)

Capital de giro	R\$
A – Estoque inicial	R\$ 734,33
B – Caixa mínimo	R\$ 2.382,53
Total do capital de giro (A +B)	R\$ 3.116,86

6.2.1 Estimativa do estoque inicial

A) Estimativa de Estoque inicial				
	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Licença Google Play	1	R\$ 143,42	R\$ 143,42
2	Licença Apple Store	1	R\$ 567,96	R\$ 567,96
3	Firebase Mensalidade	12	R\$ 22,95	R\$ 22,95
Sub-total				R\$ 734,33

6.2.2 Caixa mínimo

	Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média Ponderada em dias
1	15 dias	100 %	15	15
Prazo médio total (dias)				15

2º passo: Contas a pagar – Cálculo do prazo médio de compras

	Prazo médio de compras	%	Número de dias	Média Ponderada em dias
1	À vista	100 %	0	0
Prazo médio total (dias)				0

3º passo: Estoques – Cálculo da necessidade média de estoques

	Média Ponderada em dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
Necessidade média de estoques	
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	15

2. Estoques – necessidade média de estoques	0
Subtotal 1 (item 1+2)	15
Recursos de terceiros no caixa da empresa	0
3. Fornecedores – prazo médio de compras	0
Subtotal 2	0
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	15

B) Caixa mínimo	
1. Custo fixo mensal (Quadro 5.11)	R\$ 4.650,00
2. Custo variável mensal (Subtotal 2 do quadro 5.12)	R\$ 115,06
3. Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 4.765,06
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$ 158,84
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior)	15
Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$ 2.382,53

6.3 Investimentos pré-operacionais

Investimento pré-operacional	R\$
Despesas de legalização	R\$ 1.500,00
Obras civis e ou reforma	R\$
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 2.400,00
Outras despesas	R\$ 290,00
Total	R\$ 5.190,00

6.4 Investimento total - Resumo

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimento fixo	R\$ 13.250,00	61%
2. Capital de Giro	R\$ 3.116,86	14%
3. Investimento pré-operacional	R\$ 5.190,00	24%
Total (1+2+3)	R\$ 23.440,00	100%

Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	R\$ 40.000,00	86%
2. Recursos de terceiros	R\$ 6.687,86	14%
3. Outros		
Total (1+2+3)	R\$ 46.687,86	100%

6.5 Estimativa de faturamento mensal da empresa

Produto/ Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	10	R\$ 19,90	R\$ 199,00
2			
3			
4			
5			
Total			

6.6 Estimativa dos custos de comercialização

Produto/ Serviço 1			
Material/insumos	Qtd.	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Firestore	1	R\$ 22,95	R\$ 22,95
Apple store	1	R\$ 47,33	R\$ 47,33
Flutter	1	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Total			R\$ 70,28

6.7 Estimativa dos custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento estimando	Custo total
1. Imposto			
Impostos Federais			
SIMPLES	15,5%	R\$ 199,00	R\$ 30,85
IRPJ			
PIS			
COFINS			
CSLL			
Impostos Estaduais			
ICMS			
Impostos Municipais			
ISS			
Subtotal 1			R\$ 30,85
2. Gastos com vendas			
Comissões			
Propaganda	7%	R\$ 199,00	R\$ 13,93
Taxa de administração do cartão de crédito			
Subtotal 2			
TOTAL (Subtotal 1+ 2)			R\$ 44,78

6.8 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Produto/ Serviço	Estimativa de Vendas (em unidade)	Custo Unitário de Materiais/ Aquisição (R\$)	CMD/CMV (R\$)
1	10	R\$ 7,03	R\$ 70,30
Total			R\$ 70,30

6.9 Estimativa dos custos com mão de obra

6.10 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	R\$ 290,00
Condomínio	
IPTU	
Água	
Energia Elétrica	
Telefone	R\$ 60,00
Honorários do Contador	R\$ 250,00
Pró-labore	R\$ 3.000,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 300,00
Salários + encargos (Anexo 2)	
Material de Limpeza	
Material de Escritório	R\$ 100,00
Combustível	R\$ 450,00
Taxas diversas	R\$ 100,00
Serviços de terceiros	R\$ 100,00
Depreciação	
Outras despesas	
Total	R\$ 4.650,00

6.11 Demonstrativo de Resultado - DRE

Quadro	Descrição	R\$	%
5.5	1. Receita total com vendas	R\$ 199,00	
	2. Custos variáveis totais	-R\$ 115,06	
5.8	(-) CMV(*)	-R\$ 70,28	
5.7	(-) Impostos sobre venda	-R\$ 30,85	
5.7	(-) Gastos com vendas	-R\$ 13,93	
	Subtotal 2	-R\$ 115,06	
	3. Margem de Contribuição	R\$ 83,95	

5.11	4. (-) Custos fixos totais	-R\$ 4.650,00	
	Resultado operacional	-R\$ 4.566,06	

(*)CMV – Custo Mercadoria Vendida

6.12 Indicadores de viabilidade

6.13.1 Ponto de equilíbrio

Foi identificado que no período de quatro anos, período esse que foi considerado para todos os cálculos subsequentes, o ponto de equilíbrio se dará após a comercialização de R\$293.458,30.

6.13.2 Lucratividade

Durante o período de quatro anos, a lucratividade calculada foi de -19,32%

6.13.3 Rentabilidade

No período de quatro anos, é esperado um prejuízo de 96,82%.

6.13.4 Prazo de retorno investido

Não foi possível chegar a um prazo para obter o retorno do investimento.