

Giovanni Kenji Shiroma - 40457  
Jean Rocha - 30124  
Matheus Marabesi - 30490  
Renato Oliveira França - 30674



**Aproximando pessoas que já estão perto de você**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à FIAP  
para a obtenção do título de  
**MBA em**  
**DESENVOLVIMENTO DE APLICAÇÕES E GAMES PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS -**  
**INTERNET DAS COISAS**

São Paulo  
2017

## RESUMO EXECUTIVO

**Mercado:** Mercado de entretenimento para eventos.

**Cliente:** Jovens entre 20 e 30 anos, usam redes sociais e tem uma vida social ativa.

**Problema:** Conhecer pessoas novas em um evento ou um local.

**Solução:** Será possível entrar em um chat aberto para pessoas que estão no mesmo evento para conversar entre eles, sendo possível depois criar um grupo privado para firmar um novo grupo de pessoas que conheceu.

**Modelo de negócio:** Após alcançar uma base de usuários considerável o modelo de negócio se dará por freemium e destaque para o evento.

**Concorrentes:** Periscope, Poppin, Happn, Grupos de eventos do Facebook

**Benchmarks:** Periscope faz transmissão ao vivo e permite interações com os seguidores.

Poppin tenta unir pessoas que estavam no mesmo evento a partir do aplicativo

Happn tenta conectar pessoas que cruzaram uma com as outras.

Grupo de eventos faz com que seja possível criar fórum para discussão no evento

# 1 Apresentação da Startup

Através do projeto de conclusão do curso de MBA em Desenvolvimento Mobile e Games da Faculdade Fiap, foi fundada a startup Niibo, rede social que ajuda a conhecer pessoas que estão ao seu redor.

As pessoas costumam ser mais desinibidas na internet do que na vida real e muita gente tem dificuldade de fazer novas amizades quando vão à eventos, festas, bares e afins, é muito comum você estar num lugar cheio e conversar sempre com as mesmas pessoas. O nosso aplicativo ajuda você a conhecer quem está no mesmo lugar que você, quem tiver o app vai ter acesso a um chat, como se fosse uma sala de bate-papo do local, com isso será mais fácil você conhecer as pessoas que estão ao seu redor.

A startup Niibo possui quatro co-fundadores:

- **Giovani Kenji Shiroma** - formado em design gráfico na universidade de belas artes, participante e medalhista da worldskills 2015 são Paulo na categoria web design & development, experiência de 2 anos na área de desenvolvimento front end para web. Atualmente atuando no núcleo de desenvolvimento do SENAI SP. Responsável pela UI e UX da Niibo e a parte de desenvolvendo front end.
- **Jean Rocha**, formado em Ciência da Computação na Universidade Presbiteriana Mackenzie, com mais de 3 anos de experiência com desenvolvimento para plataforma iOS e 5 anos em desenvolvimento de sistemas, atualmente atua Head da área de desenvolvimento mobile em uma startup fintech, é responsável pelo plano de negócio do Niibo e desenvolvimento do aplicativo.
- **Matheus Marabesi** - Formado em sistemas de informação e pós graduado em engenharia de software tem mais de 6 anos de experiência em desenvolvimento com foco em back-end. Na Niibo é responsável pela tecnologia e arquitetura.
- **Renato França** - formado em Sistemas para Internet na Universidade Nove de Julho com mais de 6 anos de experiência em desenvolvimento de sistemas Web, atualmente Desenvolvedor na Portal Educação da UOL trabalhando em projetos de iniciação de plataformas e-learning. Na Niibo é responsável pelo desenvolvimento dos serviços e backend do aplicativo.

## 1.1 Identificação

O nome "Niibo" é inspirado na palavra em inglês neighborhood, já que o fundamento básico do app é utilizar a localização para dar o contexto do chat. Vizinhança pode remeter a pessoas que estão ao seu redor, o que dá sentido ao nome do app.

Além de ser um nome curto e de fácil pronúncia, não é uma palavra que consta no dicionário, o que pode facilitar na criação de identidade.

## **1.2 Visão**

Ser internacionalmente conhecido como rede social que facilita realizar novas amizades de pessoas que estão perto de você.

## **1.3 Missão**

Aproximar as pessoas que estão perto uma das outras.

## **1.4 Vetores Estratégicos**

O plano de negócio de uma rede social tem como base a quantidade de usuários utilizando a plataforma, o foco sempre será crescer a base de usuários, para isso precisamos de eventos cadastrados e que façam sentido na nossa plataforma. Uma forma de rentabilizar é vender o destaque de um evento, ou seja, quando o usuário for explorar o aplicativo verá os destaques primeiros. Uma estratégia de crescimento que vamos adotar é fazer parceria gratuitas dentro no nosso app, assim o dono do evento teria o seu evento divulgado e a nossa plataforma alcançaria mais usuários.

# **2 Oportunidade de Negócio**

Quando pensamos que a mercado de redes sociais está estagnado, vem uma nova rede social e prova ao contrário. Para muitos, pela quantidade de usuários do facebook faria sentido que fotos seriam apenas compartilhadas nessa plataforma, veio e instagram e provou o contrário com os seus mais de 700 milhões de usuários ativos. O whatsapp parecia ser o única rede que conseguiria ser gigante com foco de troca de mensagens, com uma interação diferente veio o snapchat e conquistou o seu espaço, espaço que comporta mais de 160 milhões de usuários por dia, os quais geram 2.5 bilhões de snaps a cada 24 horas.

Esse cenário demonstra que uma rede social bem elaborada e com um contexto interessante, possa conseguir seu espaço e coexistir com as redes sociais já existente, um exemplo de coexistência é utilizado pelo aplicativo Tinder, o qual provavelmente não conseguiria tanto sucesso se não fosse a rápida criação de perfil, que só é possível com a utilização do facebook.

Num momento onde redes sociais são bem difundidas, a maioria das pessoas possuem smartphones, a tecnologia de GPS está embarcada na maioria dos smartphones e com a necessidade do ser humano de ser social e conhecer novas pessoas, com essas circunstâncias surge a idéia do aplicativo Niibo, onde facilitará a interação de pessoas que estão ao seu redor, participando da mesma festa, do mesmo evento ou até na sua faculdade. A idéia principal é criar uma sala de bate papo para o local onde você está, por exemplo, você está em uma balada e gostaria de conhecer novas pessoas, é só abrir o aplicativo Niibo e você poderá conversar com quem está na mesma festa, ver o perfil das pessoas e até criar um grupo com o pessoal que você mais curtiu.

E para executar a oportunidade de negócio temos uma equipe multidisciplinar, desde especialista em desenvolvimento de aplicações mobile até designers, de aplicação front-end até back-end. Todos os quatro co-fundadores são especialistas em áreas diferentes, o que agrega a equipe e é um diferencial.

Hoje não encontramos outro aplicativo com a mesma ideia proposta pelo Niibo, uma interação diferente e uma execução bem feita, pode fazer da nossa ideia uma startup lucrativa, totalmente escalável e referência em poucos anos de vida.

### 3 Análise de Mercado

Nosso mercado tem foco em pessoas que utilizam redes sociais. Este mercado é gigantesco e está em expansão contínua. O sucesso de redes sociais como Facebook, Twitter e Whatsapp demonstram a aceitação do público em geral.

#### 3.1 Caracterização do Mercado Alvo

O Brasil é o país que mais usa rede social da América Latina, atualmente possui 97.8 milhões de pessoas utilizando redes sociais de forma ativa, ou seja, acessam seus perfis no mínimo uma vez por mês. A projeção para 2020 é de 105.2 milhões de pessoas ativas em redes sociais, o que demonstra um mercado favorável e em ascensão.

| <b>Social Network Users in Latin America, by Country, 2014-2020</b>  |              |              |              |                   |              |              |              |
|--|--------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|
|  | 2014         | 2015         | 2016         | 2017              | 2018         | 2019         | 2020         |
| <b>Social network users (millions)</b>   |              |              |              |                   |              |              |              |
| Brazil   | 78.1         | 86.5         | 93.2         | 97.8              | 100.6        | 103.1        | 105.2        |
| Mexico   | 43.7         | 49.5         | 56.0         | 61.6              | 65.9         | 69.8         | 72.1         |
| Argentina  | 19.2         | 20.8         | 21.7         | 22.5              | 23.3         | 23.9         | 24.3         |
| Other  | 69.0         | 81.0         | 89.3         | 95.9              | 102.0        | 107.7        | 111.9        |
| <b>Latin America</b>   | <b>210.0</b> | <b>237.8</b> | <b>260.1</b> | <b>277.8</b>      | <b>291.8</b> | <b>304.4</b> | <b>313.6</b> |
| <b>Social network user growth (% change)</b>   |              |              |              |                   |              |              |              |
| Mexico   | 16.7%        | 13.2%        | 13.1%        | 10.0%             | 7.0%         | 6.0%         | 3.3%         |
| Brazil   | 12.5%        | 10.7%        | 7.8%         | 5.0%              | 2.8%         | 2.4%         | 2.1%         |
| Argentina  | 9.9%         | 8.5%         | 4.2%         | 3.8%              | 3.4%         | 2.6%         | 2.0%         |
| Other  | 16.2%        | 17.5%        | 10.3%        | 7.3%              | 6.4%         | 5.6%         | 3.9%         |
| <b>Latin America</b>   | <b>14.3%</b> | <b>13.2%</b> | <b>9.4%</b>  | <b>6.8%</b>       | <b>5.0%</b>  | <b>4.3%</b>  | <b>3.0%</b>  |
| <i>Note: internet users who use a social network via any device at least once per month; numbers may not add up to total due to rounding</i> |              |              |              |                   |              |              |              |
| <i>Source: eMarketer, June 2016</i>  |              |              |              |                   |              |              |              |
| 209337   |              |              |              | www.eMarketer.com |              |              |              |

1. Usuários de redes sociais na América Latina. (Foto: Divulgação/eMarketer)

A princípio vamos focar o lançamento da plataforma Niibo no Brasil, e vamos supor que em 2019 cheguemos a marca de 1% do mercado, com essa suposição teríamos mais de 1 milhão de pessoas utilizando nossa plataforma, o que daria maturidade suficiente para expandir para América Latina e as principais cidades do mundo, com isso o mercado aumentaria exponencialmente.

### **3.2 Cenário Competitivo**

Qualquer pessoa com acesso à internet é uma potencial usuária de rede social, para atender essa demanda há centenas de aplicativos com os mais variados assuntos, sejam eles trabalho, paqueras, compartilhamento de fotos, grupos de estudos entre outros.

O que diferencia uma rede social de outra é o seu contexto e a forma de interação.

Nossa plataforma atende o nicho de pessoas que querem conhecer pessoas novas, seja para os mais diversos fins, como namoro ou apenas um novo amigo ou um grupo de pessoas para aproveitar mais sobre o evento no qual todos estejam juntos. A troca de mensagens é onde iremos atuar, existem diversos outros apps que já fazem isso, porém, acreditamos que o Niibo possa ser diferente na interação, sempre tendo em foco o evento no qual o nosso usuário está participando no momento.

Mesmo com diversos tipos de redes sociais, atualmente não há um concorrente direto que faça exatamente o que o Niibo propõe, nisso se uma pessoa que use um aplicativo parecido com o Niibo, não necessariamente deixará de ser um potencial usuário Niibo, pelo contrário, já que esta pessoa está adaptada ao uso de redes sociais.

Mas como parâmetro de mercado, um potencial competidor para o Niibo poderia ser aplicativos de paqueras, tais como Tinder e Happn, já que o Niibo poderia ser utilizado para o mesmo fim.

Outra plataforma competidora pode ser o Periscope, aplicativo que permite transmissão de vídeo em tempo real. As duas plataformas se assemelham em utilizar o local como contexto, inclusive o Niibo pode ter como inspiração o Periscope, na parte de navegação entre locais e afins. Porém as duas plataformas oferecem distintas formas de os usuários interagir entre si, sendo o Periscope utilizando os vídeos e o Niibo por meio de chat.

### 3.3 Concorrência

|           | Nacional | Internacional                        |
|-----------|----------|--------------------------------------|
| Produto 1 | N/A      | Periscope                            |
| Serviço 1 | N/A      | Transmissão de vídeos em tempo real. |

### 3.4 Avaliação da Startup em relação aos seus principais Concorrentes

|                           | + / 0 / - | Por quê   |
|---------------------------|-----------|---|
| Gama de Produtos/Serviços | +         | A criação de grupos de conversa utilizando o local como contexto é algo que traz valor para o usuário.                                    |
| Qualidade dos Serviços    | 0         | Nossa aplicação backend ficará disponível 24 horas 7 dias na semana.  |
| Serviços complementares   | 0         | Anúncio de organizadores do evento no chat..  |
| Dimensão                  | -         | Como estamos apenas no início, outras redes sociais que já estão rodando possuem maior quantidade de usuários.                            |
| Notoriedade               | -         | Ainda não somos conhecidos, porém os empreendedores possuem conhecimento complementar, o que ajuda a executar o negócio de forma correta. |
| Preço                     | 0         | A nossa plataforma será gratuita para o usuário comum, prática que já é aplicada na maioria das redes sociais disponíveis.                |
| Rapidez de execução       | +         | Como a startup já nasce com empreendedores com conhecimentos complementares, será mais rápida a execução.                                 |

|           |   |   |
|-----------|---|---|
| Garantias | 0 | As políticas de uso serão parecidas com as praticadas por outras redes sociais. |
|-----------|---|---|

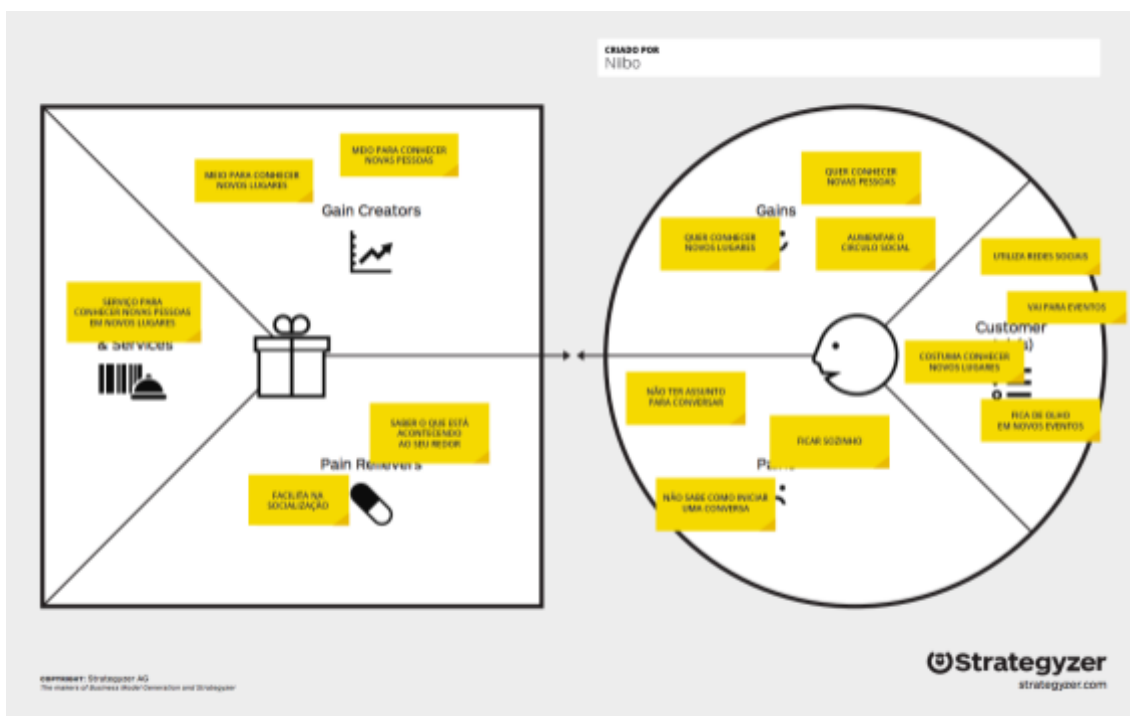


## 4 Desenvolvimento do negócio

As pessoas quando querem socializar saem de casa, vão a uma festa, a um evento, mas mesmo assim muitas vezes não fazem novos amigos, só conversam com as pessoas que estão a acompanhando, mas como facilitar fazer novos amigos? A partir desta questão surgiu a ideia do Niibo.

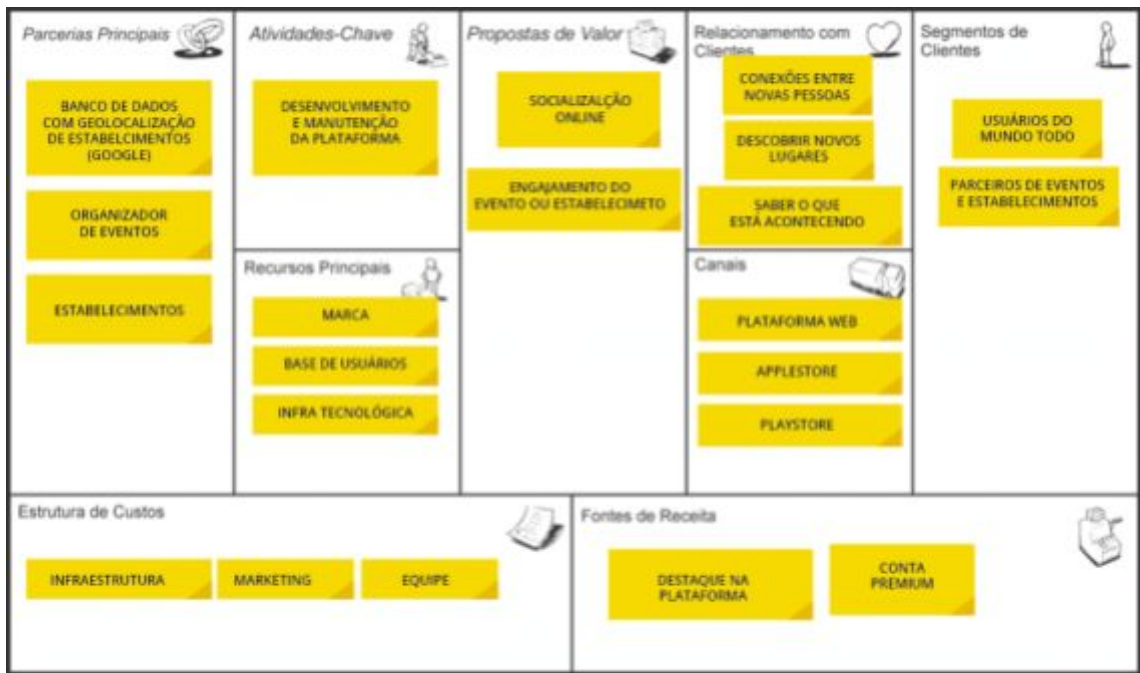
Além da pesquisa, para validar a ideia do negócio realizamos o canvas do modelo de negócio e proposta de valor.

### 4.1 Canvas da Proposta de Valor



2. Clique na imagem para ver detalhes

## 4.2 Canvas do Modelo de Negócio



3. Clique na imagem para ver detalhes

## 5 Análise da Viabilidade Econômica e Financeira

As redes sociais foi e é até hoje um ramo promissor, com receitas bilionárias e com muitos caminhos a serem explorados. O Facebook sozinho teve o faturamento de 6 bilhões de dólares em 2016 e a projeção é ainda maior para 2017.

O Periscope segue a mesma linha, apesar de em seu primeiro ano não ter obtido um número significativo em receita.

Com esses dados em mãos e com a seção 3.1 Caracterização do público alvos, podemos assumir que existe o usuário que utiliza redes sociais e que gasta com isso, seja nos jogos embutidos na plataforma ou em itens para benefício próprio.

### 5.1 Custos fixos

No primeiro ano de vida da startup iremos distribuir os custos entre o time, estrutura física e estrutura tecnológica sendo que será necessário rever os conceitos anualmente.

O primeiro custo que teremos é a estrutura física para garantir uma melhor comunicação, maior credibilidade e também para contratos fechados com futuros parceiros - contratos, CNPJ entre outros necessitam de um endereço.

| Item                  | Custo (Total) |
|-----------------------|---------------|
| Time                  | R\$ 20,000    |
| Estrutura física      | R\$ 5,300     |
| Estrutura tecnológica | R\$ 33,900    |

O maior custo que teremos de começo será o próprio time que será responsável por desenvolver toda a plataforma da Niibo, um dos pontos positivos é que os fundadores possuem conhecimento em programação e em diferentes aspectos sendo assim não será necessário a contratação de mão de obra específica para o desenvolvimento do software.

- Time
  - a. Giovanni kenji - Desinger e UX/UI - R\$ 5,000
  - b. Jean Rocha - Mobile developer/Negócios - R\$ 5,000
  - c. Matheus Marabesi - Developer - Tecnologia e arquitetura - R\$ 5,000
  - d. Renato França - Developer - Serviços e back-end - R\$ 5,000

A média de custo por cada integrante da equipe foi calculada a partir de uma base para que cada um consiga se manter. O que significa que a média é o mínimo necessário para cada um pagar as contas básicas do mês como luz, telefone e comida.

- Estrutura física
  - a. Aluguel - R\$ - 2,500
  - b. Pelo menos 2 links dedicados de internet (R\$ 1000,00)
  - c. Condomínio - R\$ 700,00
  - d. Ar condicionado - R\$ 2,500 + contrato de manutenção R\$ 500,00
  - e. Seguro contra roubos e defeitos em equipamentos eletrônicos - R\$ 600,00
  - f. 4 Mesas para escritório - R\$ 800,00
  - g. 6 Cadeiras para escritório (2 backups) - R\$ 800,00

O primeiro escritório precisa ter no mínimo 60 metros quadrados, e deve ser equipado com os itens listados acima além de ser em um prédio comercial. Na visão dos fundadores um prédio com uma localização boa (mesmo que pequeno) traz uma confiança maior na hora de fechar novas parcerias.

- Estrutura tecnológica
  - a. 2 roteadores (um para backup) - R\$ 300,00
  - b. Cabos e acessórios para passar os fios da estrutura de rede (R\$ 500,00 + mão de obra R\$ 500,00)
  - c. 4 macbook pro late 2016, 13" - R\$ 27,000
  - d. 4 monitores samsung full HD, - R\$ 5,000
  - e. Serviço EC2 Amazon com 3 diferentes servidores (desenvolvimento, teste, produção) - R\$ 500,00
  - f. Serviços extras como cache, Domínio, backups e ferramentas de deploy na Amazon - R\$ 500,00
  - g. Licença do JIRA para acompanhar o andamento do projeto - R\$ 100,00

A estrutura tecnológica foi dividida com tudo o que é preciso para a plataforma da Niibo se sustentar fisicamente através da rede que precisamos no escritório e também através de serviços como a AWS que iremos utilizar para hospedar a plataforma inteira.

## **5.2 Custos variáveis**

Dependendo do número de vendas ou de investimento podemos criar campanhas através de marketing para alavancar o negócio. Estratégias como postagens pagas no Facebook ou links patrocinados no Google são algo que podemos destinar uma parte da receita.

| Item                        | Custo (Total)                          |
|-----------------------------|--|
| Marketing digital           | R\$ 1000,00                            |
| Material físico (panfletos) | R\$ 1000,00                            |
| Comissão de venda           | 10% sobre cada venda(contrato) fechado |

Marketing digital é uma das ferramentas que mais cresce nos últimos anos e as empresas do ramo esperam crescer 30% a mais em 2017 comparado com 2016 onde o mercado movimentou milhões.

- Marketing Digital
  - a. Publicações patrocinadas no Facebook - R\$ 1000,00

A Niibo pode aproveitar dessa expertise que as empresas e plataformas oferecem para divulgar. Inicialmente a principal plataforma será o Facebook onde a maioria dos estabelecimentos possuem presença marcada com as páginas e é a rede em que o nossos possíveis usuários mais utilizam.

- Material físico
  - a. Panfletos - R\$ 1000,00

Como parcerias com estabelecimentos são presentes na Niibo a utilização de presença física através de divulgação se faz presente.

- Comissão de vendas
  - a. 10% do valor fechado de cada contrato

Eventualmente como parte de estratégia podemos contratar vendedores temporários para captar mais recursos e por consequência a receita da empresa. Para isso iremos compartilhar uma porcentagem de cada contrato fechado. Um contrato representa uma área de destaque dentro do Niibo, esse destaque é aonde os estabelecimentos ficam mais visíveis para os usuários.

### 5.3 Despesas de construção de negócio

A fim de viabilizar o negócio legalmente, é necessário abrir uma empresa de acordo com as regras estipuladas pelo governo brasileiro. Embora seja desgastante o processo de abertura de uma empresa e burocrático Niibo irá começar com a empresa mais simples possível, a ME (Micro empreendedor).

Diversos documentos são necessários e também várias etapas precisam ser cumpridas, a fim de agilizar o processo os fundadores decidiram terceirizar a contabilidade ficando a cargo de um escritório.

| Item                        | Custo (Total) |
|-----------------------------|---------------|
| Escritório de contabilidade | R\$ 500,00    |

Sabemos que de início para a abertura e construção do negócio serão gastos R\$ 500,00 porém isso pode mudar de acordo com o tipo da empresa. No futuro será preciso negociar de acordo com a receita da empresa.

## 5.4 Precificação unitária do produto/serviço

Niibo possui duas formas distintas de comercializar o seu serviço, o primeiro é através de destaques em seu aplicativo onde os estabelecimentos que desejam ter uma visibilidade maior consigam expor isso aos usuários.

A segunda forma é a conhecida como Freemium, uma nomenclatura adotada pelo mercado de aplicativos para indicar que um conjunto de funcionalidades do aplicativo e o seu uso é de graça, mas para determinadas funcionalidades é necessário pagar uma quantia.

### 5.4.1 Regras para destaque

1. A forma de destaque é permitida apenas para estabelecimentos físicos que possuam algum fluxo de pessoas, como por exemplo shoppings, casa de eventos, casa de shows, bares restaurantes e afins.
2. O estabelecimento deve ser devidamente cadastrado na plataforma Niibo, não será aceito pessoa física apenas pessoas jurídicas para esse contrato.
3. CNPJ, Razão social, Logradouro, link das mídias sociais(Facebook, Twitter, instagram)

### 5.4.2 Planos para destaque

| Plano               | Preço  |
|---------------------|--------|
| Destaque anual      | 1,440  |
| Destaque mensal     | 130,00 |
| Destaque por 7 dias | 10,00  |

- Plano anual
  - Fornece ao estabelecimento a possibilidade de ficar em destaque por 1 ano na Niibo a diferença desse plano para os outros é o seu preço, pois

é vantajoso comparado com o plano mensal onde o estabelecimento gastará no mesmo período R\$ 1560,00.

- O plano mensal é indicado para quem deseja ter mais controle sobre os gastos, pois ao contrário do anual onde é necessário pagar de uma vez por 1 ano, no mensal é possível pagar por mês no estilo "on demand" (sobre demanda)
- O destaque por 7 dias é indicado para estabelecimentos que desejam apenas testar o poder de engajamento da Niibo.

#### 5.4.3 Regras para Freemium

A forma de Freemium permite que o usuário possua diversos itens especiais dentro do aplicativo fornecendo assim uma sensação de "status" diferenciado dos demais.

| Itens  | Preço      |
|--|------------|
| Kit de emojis especiais 1                            | R\$ 10,00  |
| Kit de emojis especiais 2                            | R\$ 10,00  |
| Kit de emojis especiais 3                            | R\$ 10,00  |
| Habilidade de criar grupos privados ilimitado        | R\$ 10,00  |
| Explorar estabelecimentos em um raio maior que 10 km | R\$ 10,00  |
| Explorar estabelecimentos em um raio maior que 20 km | R\$ 20,00  |
| Explorar estabelecimentos em um raio ilimitado       | R\$ 100,00 |

Os considerados concorrentes da Niibo possuem estratégias totalmente diferentes, o que agrega valor ao nosso negócio. O Periscope não possui um modelo definido, primeiramente foi criado com o intuito de compartilhar informação em tempo real e até hoje não possui um modelo claro e que se compare com o Niibo.

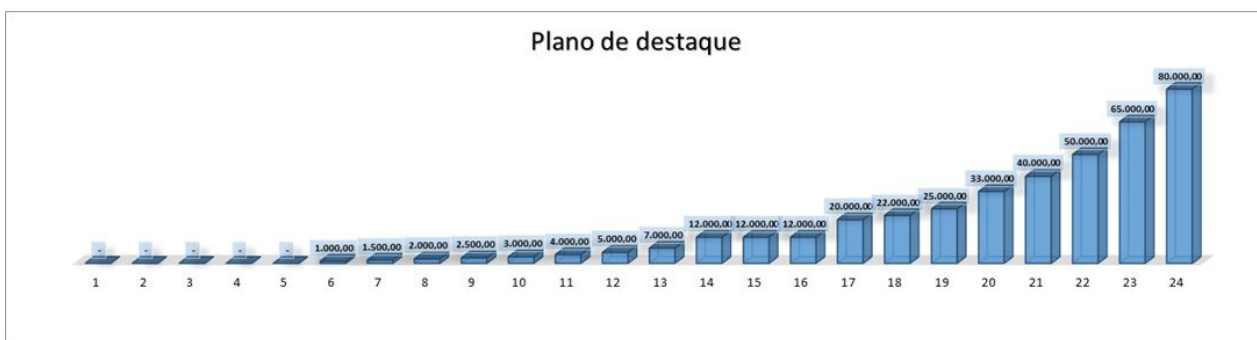
Facebook por outro lado possui um negócio onde é possível atingir mais pessoas da rede aplicando dinheiro. Além de ter o seu market place de games e aplicativos onde uma porcentagem de tudo que é gerado é enviado diretamente ao Facebook.

A Niibo não possui nenhum market place mas tem a ideia de engajar o usuário através de pequenas funcionalidades pagas.

## 5.5 Projeção de vendas

Como planejamento de lançamento do Niibo, nos 5 primeiros meses não iremos ter diferenças de planos para usar o aplicativo. Iremos lançar sem nenhum plano de monetização, adotamos essa estratégia para chamar a atenção do público e também para promover e mostrar os recursos do aplicativo aos usuários.

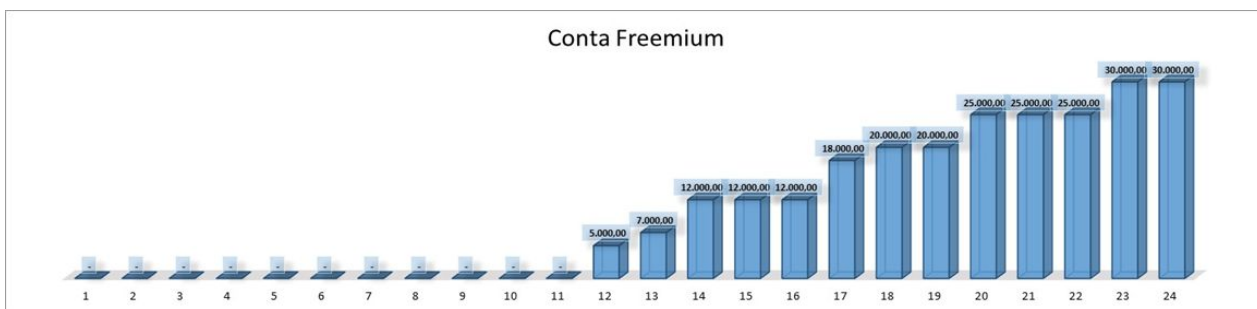
A Partir do sexto mês, iremos lançar o plano destaque que como foi explicado no item 5.4.2 é um plano dedicado a estabelecimentos (eventos, comércios etc), conforme os valores dos planos destaque temos estimado uma margem de vendas de R\$ 1.000,00 no sexto mês, R\$1.500,00 no sétimo mês e R\$ 2.000,00 no oitavo mês conforme gráfico abaixo:



4. Gráfico do plano de destaque

Nos dando uma margem de receita de R\$ 19.000,00 no primeiro ano, e uma margem de receita de R\$ 236.000,00 no segundo ano, isto somente para o plano destaque.

A partir do décimo segundo mês iremos lançar a conta Freemium que como foi explicado no item 5.4.3 é destinado a usuários finais que irão utilizar o aplicativo, conforme os valores dos pacotes da conta freemium temos estimado uma margem de vendas de R\$ 5.000,00 para o décimo segundo mês (seu mês de lançamento), R\$ 7.000,00 para o décimo terceiro mês e R\$ 12.000,00 para o décimo quarto mês conforme gráfico abaixo:



5. Gráfico conta freemium

Nos dando uma margem de receita de R\$ 241.000,00 no segundo ano de lançamento do aplicativo, isto somente para a conta freemium.



Sendo estimado no final do segundo ano uma receita bruta de R\$ 638.000,00.

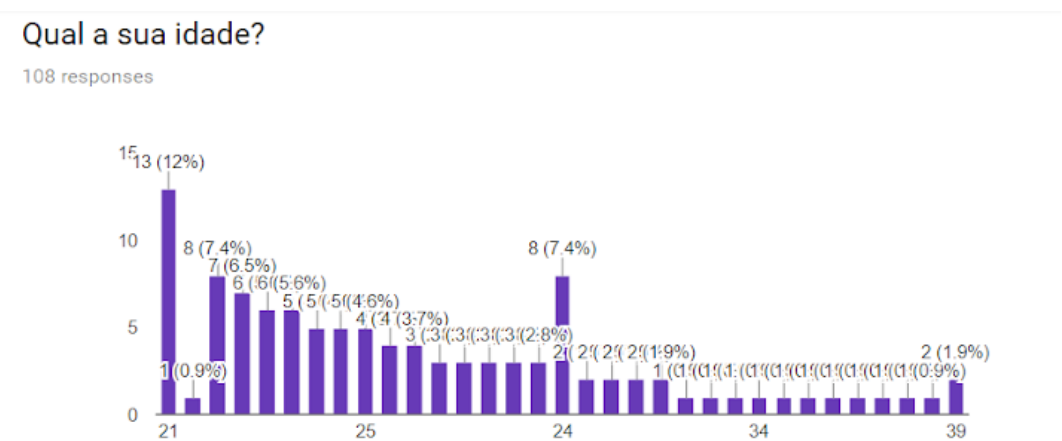
## 6 Validação e protótipo

### 6.1 Introdução

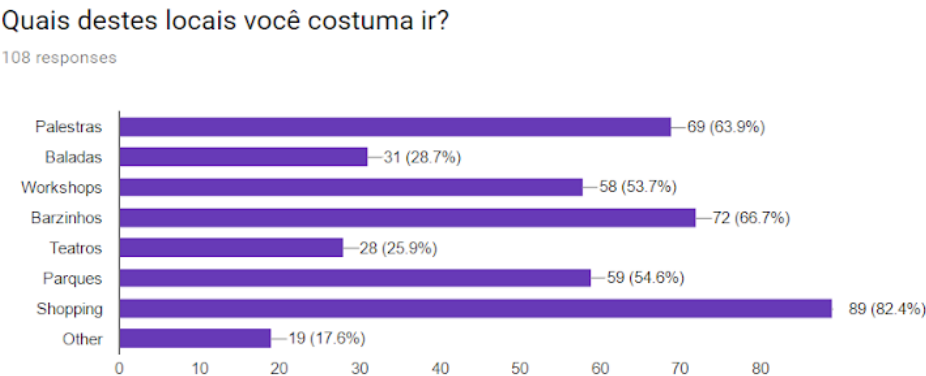
Adotamos inicialmente a utilização de formulários online mais conhecido como Google Form, para ter uma idéia geral e ver se o negócio era no mínimo viável.

### 6.2 Abordagem utilizada

O Google Forms nos fornece uma forma rápida e simples de criar formulários além de ser rápido a forma de compartilhamento é eficiente, após a criação do formulário basta um clique para espalhar a pesquisa para o público desejado. Com o formulário podemos extrair os seguintes dados:



6. Gráfico de resposta (da pergunta 1 realizada na pesquisa)



7. Gráfico de resposta (da pergunta 2 realizada na pesquisa)

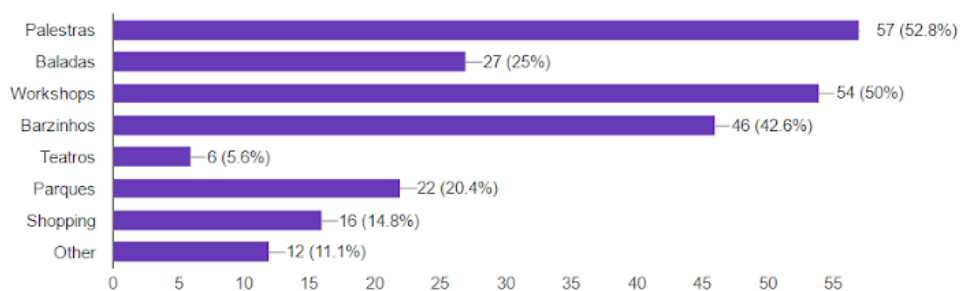
Em uma range entre 21 a 39 anos, podemos perceber que os locais que os usuários

mais frequentam são:

1. Shopping (82,4%)
2. Barzinhos (66,7%)
3. Palestras (63,9%)
4. Parques (54,6%)
5. Workshops (53,7%)
6. Baladas (28,7%)
7. Teatros (25,9%)
8. Outros (17,6%)

Dos eventos que selecionou, você costuma conhecer novas pessoas em quais eventos?

108 responses



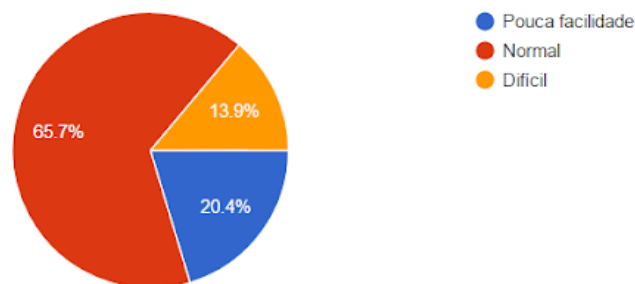
8. Gráfico de resposta (da pergunta 3 realizada na pesquisa)

1. Palestras(52,8%)
2. Workshops(50%)
3. Barzinhos(50%)
4. Baladas (25%)
5. Parques (20,4%)
6. Shopping(14,8%)
7. Outros (11,1%)
8. Teatros (5,6%)

Podemos concluir com este número, que apesar do Shopping ser o lugar que os usuários mais frequentam, não é o local onde as pessoas estão com intenção de socializar entre elas. O mesmo pode ser falado do Teatros onde a intenção do usuário ao ir a uma peça de Teatro não é de socializar com outras.

Você tem facilidade em fazer contato com pessoas fora do seu círculo social?

108 responses

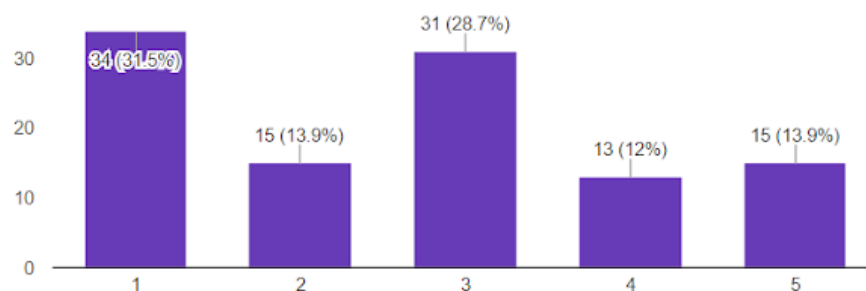


9. Gráfico de resposta (da pergunta 4 realizada na pesquisa)

Com estes números podemos extrair que **34,3%** ainda não tem muita facilidade para fazer contato com pessoas fora do círculo social delas.

De 1 a 5 o quanto "games"(beer pong, pebolim e etc) te ajuda a conhecer uma nova pessoa?

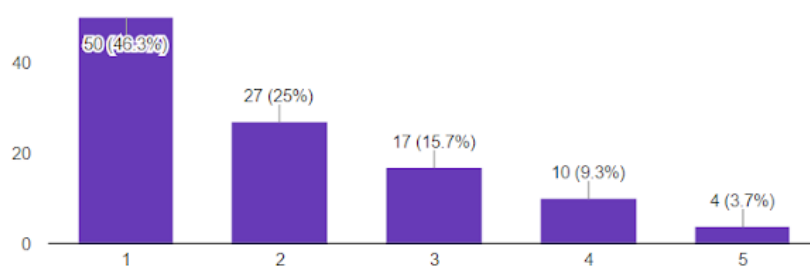
108 responses



10. Gráfico de resposta (da pergunta 5 realizada na pesquisa)

De 1 a 5 o quanto "forum do evento facebook" te ajuda a conhecer uma nova pessoa?

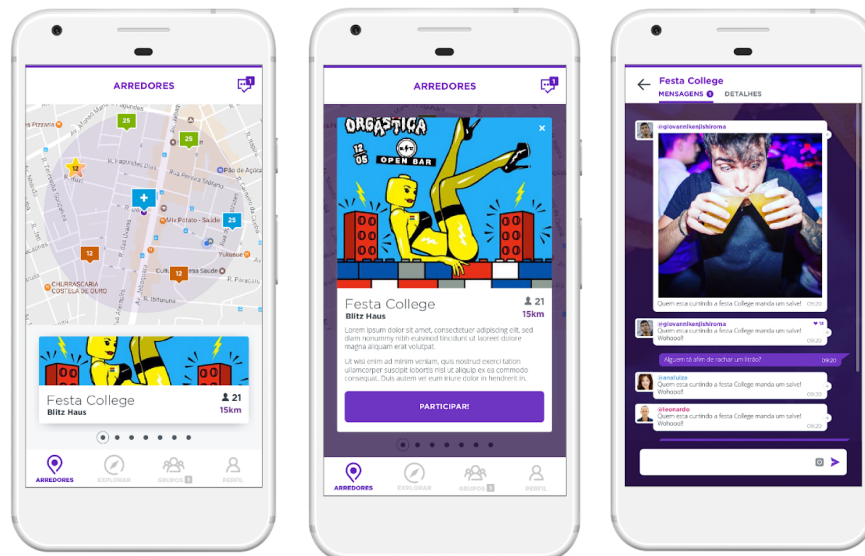
108 responses



11. Gráfico de resposta (da pergunta 6 realizada na pesquisa)

Com estes dados podemos observar que apesar do evento do facebook ser um local onde ficam confirmadas as pessoas de eventos, poucas pessoas firmaram uma rede social a partir dela.

### 6.3 Prototipação

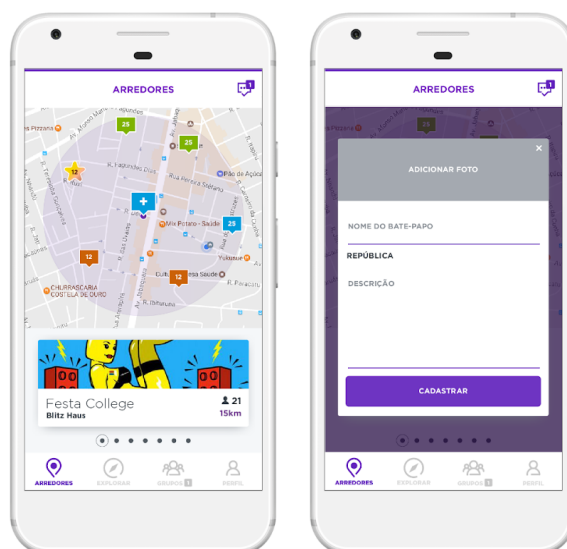


12. Imagem ilustrativa do aplicativo em execução - arredores e chat

Na fase de prototipação foram consideradas que as salas criadas para participar, podem ser:

- Lugares
- Eventos
- Festas

Em que a primeiro momento qualquer usuário pode criar uma sala. Para que o usuário sinta se empoderado e gerar mais movimento para o nosso aplicativo.



13. Imagem ilustrativa do aplicativo em execução - arredores

Para que o aplicativo seja mais explorado, não será necessário se autenticar para ver as salas ao arredores ou explorar, só será necessário autenticar quando o recurso acessado necessitar da autenticação, como exemplo participar de uma sala de bate papo.

## 7 Próximos passos

Niibo surgiu através do Startup One porém através de todo o desenvolvimento do projeto o grupo pretende levar essa ideia adiante, e que o Niibo vire uma referência de rede social de mercado de eventos sendo utilizado em grandes eventos dos mais diversos segmentos, como Brasil Game Show, Comic Con Experience, Shoppings entre outros.

O aplicativo inicialmente será lançado no Brasil e através de feedbacks dos usuários pretendemos adicionar novas funcionalidades ao aplicativo conforme a necessidade e até orientações dos próprios usuários.

Com a aceitação do público na utilização do Niibo iremos expandir seu lançamento na América Latina e assim sucessivamente para um lançamento mundial.

Para sucesso do projeto e melhor compreensão da necessidade do público alvo precisaríamos de pessoas experientes em lidar com desenvolvimento de aplicações de rede social, realizamos muitas pesquisas de mercado para compreender melhor esse mercado.

Seria interessante apresentar o trabalho para empresas que estão nesse ramo de desenvolver aplicativos baseados na necessidade de mercado, de pessoas. Empresas com experiências em rede sociais dos mais diversos segmentos como Facebook (que tem o Facebook, Whatsapp e Messenger), Twitter, entre outros.

Com isso conseguiremos um feedback de grandes empresas nesse ramo de redes sociais e saberíamos o melhor caminho para o Niibo seguir.

## 8 Bibliografia

SEBRAE. Passo a passo para o registro da sua empresa. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passa-a-passo-para-o-registro-da-sua-empresa,665cef598bb74510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 10 Maio. 2017

DINO DIVULGADOR DE NOTÍCIAS. Empresas do setor de Marketing Digital esperam crescimento mínimo de 30% em 2017. Disponível em:

<<http://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,empresas-do-setor-de-marketing-digital-esperam-crescimento-minimo-de-30-em-2017,70001640890>> Acesso em: 10 Maio. 2017

G1. Receita do Facebook supera estimativas e chega a US\$ 6 bilhões. Disponível em:

<<http://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,empresas-do-setor-de-marketing-digital-esperam-crescimento-minimo-de-30-em-2017,70001640890>> Acesso em: 10 Maio. 2017

How to start a social network. Social Network Business Plan. Disponível em:

<<http://howtostartasocialnetwork.com/social-network-business-plan>> Acesso em: 10 Maio. 2017

SMITH, CRAIG. 133 Amazing Snapchat Statistics and Facts (April 2017). Disponível em:

<<http://expandedramblings.com/index.php/snapchat-statistics>> Acesso em: 10 Maio. 2017

GOOGLE. The Design Sprint (Abril 2016). Disponível em: <<http://www.gv.com/sprint/>> Acesso em: 10 Maio