O Plano de Negócio deverá ser elaborado utilizando a seguinte estrutura:

Preencha Inicialmente as atividades que estão grifadas com Azul

O que estiver destacado em verde, será a segunda etapa.

**SUMÁRIO EXECUTIVO**

A minha ideia de negócio, é desenvolver tanto um aplicativo como um site na web que combata o roubo de objetos, tais como, carteira, notebook, mochilas e etc. O motivo de criar tanto um app quanto um site é porque caso a pessoa perca o seu celular, a mesma pode acessar a internet em qualquer lugar, entrar na sua conta e ver onde o seu aparelho está.

Quando a pessoa se der conta de que perdeu algum pertence seu, ela abrirá o aplicativo ou o site da empresa, fará o *login* e então poderá através de um mapa, rastrear o seu pertence perdido.

**Dados do empreendedor:**

Nome completo: Matheus Rambo da Roza

Endereço: Rua Inácio de Oliveira, Nº350, Bloco D, Apto 04.

Joinville/SC

Telefones: (47)9963-1867 / (47)3028-6045

E-mail: matheus.rambinho@gmail.com

**Dados do empreendimento**

Razão social: opps-locked

Nome fantasia: oops-locked

Endereço: Rua Inácio de Oliveira, Nº350, Bloco D, Apto 04.

Cidade: Joinville

Estado:Santa Catarina

**Visão**: Alcançar o maior número de cidades e automaticamente um maior numero de pessoas e assim gerar lucro através da venda do aplicativo e através de anúncios.

**Missão**: Ajudar as pessoas a encontrar os seus pertences e tentar diminuir a taxa de roubos.

**Valores**: Valorização e segurança dos seus pertences são a nossa prioridade, comunicação efetiva e com respeito sempre ao cliente.

**Setor de atividade**: Negócios Digitais

**Forma Jurídica**: EPP (Empresa de Pequeno Porte)

**Enquadramento Tributário**: Simples

**Capital social**: - Determinar o valor do capital social e como irá integralizar.

**ANÁLISE MERCADO**

O mercado de aplicativos esta crescendo, e muito. Conforme uma pesquisa o mercado de aplicativos crescerá 300% até 2017. Tudo isso porque hoje em dia as pessoas têm mais acesso a internet pelo seu celular/tablete do que por um computador Desktop. A mesma também aponta que as pessoas gastam 6x mais tempo em aplicativos do que em sites, então essa é a razão de utilizar um aplicativo como plano de negócio.

Outra pesquisa realizada mostra que o Brasil é o terceiro país com o maior índice de roubo na América latina. Conforme a imagem a seguir, é possível perceber que esse índice só vem aumentando.

Com o Brasil em 3º no ranking de países com maior índice de roubo, e o mercado de aplicativos crescendo cada vez mais, é uma ótima ideia unir “útil ao agradável” e criar um aplicativo para combater esse índice de roubo

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PARCERIAS PRINCIPAIS**    **As principais parcerias irão ser aquelas empresas que já trabalham no ramo da segurança** | **ATIVIDADES CHAVE**  **Rastrear o pertence roubado ou perdido através de um rastreador, esse mesmo rastreador tem que estrar cadastrado na sua conta.** | **PROPOSTA DE VALOR**  **Muitos tem seus pertences roubados, e muitos desses pertences são de grande importância, o aplicativo irá dificultar o roubo ou a perca do pertence.** | **RELACIONAMENTO COM CLIENTES**  **Através de um tipo de chat, onde a pessoa pode conversar e expor o seu “problema” até de uma maneira informal.** | **SEGMENTODE CLIENTES**  **Tanto pessoas normais que vivem seu dia-a-dia, quanto empresários donos do seus negócios, podem utilizar o aplicativo para proteger algum pertence seu.** |
| **RECURSOS CHAVES**  **Será necessário investidores, patrocínios, parceria com empresas que trabalham no ramo de segurança e um host para alocar o site.** | **CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**  **O aplicativo vai ser anunciado em sites, e nas lojas de venda de aplicativos como a App Store e a Play Store.** |
| **CUSTOS**  **Custos com a locação do site, com a compra de rastreadores (Porem ao vendê-los obterei lucro), com as parcerias para anunciar o meu negócio.** | | | **RECEITAS**  **Com os anúncios no aplicativo e site e com a venda do Produto.** | |

**Público-alvo:**

O público-alvo são tanto jovens e adolescentes, que constantemente ao sair do colégio/faculdade indo para suas casas tem seus pertences roubados, como também é direcionado à adultos que sofrem também com esse mal da sociedade que é o roubo. Mas pode ser direcionado também a crianças, seus pais podem colocar o rastreador por exemplo na mochila do seu filho e isso resolve dois problemas, tanto o de roubo (caso a mochila da criança seja roubada) quanto o problema de sequestro já que o brasil esta entre os 5 países registrados com o maior índice.

As plataformas para o desenvolvimento do aplicativo de segurança são Android e IOS. No Brasil 91,8% da população utiliza Aparelhos com Androide e 2,8% utiliza o IOS.

**Concorrência:**

**Wemp Locator**

Descrição: É um aplicativo de segurança de dados e localizador para android. Este aplicativo somente lhe ajuda caso você perca seu telefone ou tablet (ambos android).  
Localização: Brasil.  
Clientes: usuários de android.

**WAY GPS Phone Tracking**

Descrição: Aplicativo que controla situações ao seu redor, ou seja, te ajuda a manter informado sobre a localização dos seus familiares, bens ou funcionários. De fato essa é uma das maiores concorrentes para a oops-locked  
Localização: Brasil  
Clientes: usuários de android.

Cerberus

Descrição: É um aplicativo que oferece proteção a seu android através de um sistema anti roubo.  
Localização: Brasil  
Clientes: usuários de android.

Android Lost

Descrição: É um aplicativo que tem um simples objetivo: Localizar seu dispositivo em caso deperda ou roubo.  
Localização: Brasil  
Clientes: usuários de android.

Where’s My Droid

Descrição: É um aplicativo simples para localizar o seu dispositivo android.  
Localização: Brasil  
Clientes: usuários de android.

**Matriz FOFA**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORÇAS** | **OPORTUNIDADES** |
|  |  |
| **FRAQUEZAS** | **AMEAÇAS** |
|  |  |

**O que é matriz F.O.F.A.?**

**(Fonte: Sebrae)**

A matriz F.O.F.A. é um instrumento de análise de negócio simples e valioso. Sua finalidade é detectar pontos fortes e fracos de uma empresa, com o objetivo de torná-la mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências.

O nome é um acrônimo para **F**orças, **O**portunidades, **F**raquezas e **A**meaças. Também conhecida como análise F.O.F.A. ou análise F.F.O.A, a matriz deriva da análise SWOT (**S**trenghts, **W**eaknesses, **O**pportunities e **T**hreats).

Realizar uma análise F.O.F.A. leva a empresa a pensar nos aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio, dos seus proprietários e do mercado.

O uso dessa ferramenta visa alcançar os seguintes objetivos principais:

* Ter uma visão interna e externa do negócio.
* Identificar os elementos-chave para a gestão da empresa.
* Estabelecer prioridades de atuação e de decisões a serem tomadas.
* Ter um “diagnóstico” da saúde da empresa: os pontos positivos, os potenciais competitivos nos quais se pode investir para aumentar o crescimento e os principais pontos críticos e de falha.
* Definir posturas a fim de resolver ou minimizar os riscos e problemas levantados.

A matriz F.O.F.A. é sempre feita em quadrantes, ou seja, em quatro quadrados iguais. Em cada quadrado são registrados fatores positivos e negativos para a implantação do negócio.

A tarefa principal é levantar o maior número possível de itens para cada área (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Quanto mais completo for esse levantamento, mais precisa será a análise e melhores são as chances de desenvolver soluções eficazes.

**Dica de sucesso:** é importante que as informações levantadas sejam extremamente honestas. O foco deve estar na realidade e não em como seria “o negócio ideal”. Não seja nem muito otimista, nem muito pessimista.

Você deve levar em consideração os pontos fortes e fracos de seus concorrentes, que você já fez.

**Diferenciais da oops-locked em relação aos concorrentes**

A oops-locked não foca em proteger somente um tipo de pertence, como os concorrentes, protegemos todos os seus pertences, tanto celulares, notebooks, chaves, pendrives, carteiras, mochilas e etc.

**Fornecedores**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Fornecedor | Produto | Preço médio | Prazo Pagamento | Pontos Fortes | Pontos Fracos |
| Dell | Computadores | R$2000 | Taxa de uso | Ótimo desempenho, assistência impecável. | Preço alto |
| trackr | Trackr bravo | R$180 | Taxa de uso | Ótimo desempenho. | Sensível |
| Vivo | Internet | R$200 | Mensal | Preço bom e justo | Instável |

**PLANO DE MARKETING**

**Produtos ou serviços**

A oops-locked oferece planos de proteção ao seu pertence.

**Estratégias promocionais**

O aplicativo será gratuito para baixar, porém se quiser contratar os serviços da empresa para rastrear algum pertence, será necessário efetuar um plano.

Plano básico: 1 trackr Bravo+ assistência 24Horas= R$300

Plano médio: 5 trackrs Bravo+ assistência 24Horas= R$1300

Plano extreme:10 trackrs Bravo+ assistência 24Horas= R$2400

**Estrutura de comercialização**

A venda será efetuada através do aplicativo ou site, e o envio através de correios.

**Localização**

Joinville-SC, pois é onde moro atualmente, e é uma boa cidade para se realizar os primeiros testes.

**PLANO OPERACIONAL**

**Layout ou arranjo físico**

Faça um desenho da sua empresa e explique

**Capacidade produtiva e comercial**

Qual é a sua capacidade de produzir e vender°

**Processo operacional**

Detalhe minuciosamente como funcionará o seu processo. Desde a criação do produto até o pós-vendas. Pode fazer um fluxograma ilustrativo, mas deve ter textos explicativos.

Funções que devem fazer parte de seu processo operacional:

- Desenvolvimento do Produto

- Venda (como o cliente comprará e pagará)

- Pós Vendas

- Compras

- Administração de Recursos Humanos

- Financeiro

- Contabilidade.

- Customização

- Acesso a novas versões.

-Compra dos Trackrs Bravo;

-Desenvolvimento do aplicativo e do site;

-Testes em objetos diversos;

-Venda através do aplicativo e do site;

-Após as vendas o contato com o cliente será feito através do site ou do aplicativo, 24 Horas.

-Para o acesso a novas versões Pelo aplicativo e pelo site, o usuário será notificado a cada atualização que pode ser mensal ou a cada 3 messes dependendo da necessidade de correção de bugs

**Necessidade de Pessoal:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Necessidade de Pessoal** | | | | |
| **Função** | **Trabalho a ser executado** | **Qtde** | **Qualificação** | **Tipo** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **TOTAL MÃO DE OBRA** | |  |  |  |

(\*) Se será contratado, terceirizado, sócio.....

**PLANO FINANCEIRO**

Baseado na planilha financeira em excel

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **INVESTIMENTO INICIAL** | | | |
| **DESCRIÇÃO** | **QT** | **R$ Unitário** | **R$ Total** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  | - |
| **TOTAL** |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL** | | | |
| **CENÁRIO PESSIMISTA** | | | |
| **PRODUTO/SERVIÇO** | **QUANTIDADE** | **R$ UNITÁRIO** | **FATURAMENTO** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  | - |
| **TOTAL RECEITA BRUTA** | | | **00** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CENÁRIO PROVÁVEL** | | | |
| **PRODUTO/SERVIÇO** | **QUANTIDADE** | **R$ UNITÁRIO** | **FATURAMENTO** |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL RECEITA BRUTA** | | |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CENÁRIO OTIMISTA** | | | |
| **PRODUTO/SERVIÇO** | **QUANTIDADE** | **R$ UNITÁRIO** | **FATURAMENTO** |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL RECEITA BRUTA** | | |  |

**Custos variáveis:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **RECEITA BRUTA** |  |  |
|  |  |  |
| Imposto SIMPLES |  |  |
| Comissão Vendas |  |  |
| Propaganda |  |  |
| **TOTAL CUSTO COMERCIALIZAÇÃO** | |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS OU MERCADORIAS VENDIDAS** | | | |
| **CENÁRIO PESSIMISTA** | | | |
| **PRODUTO** | **QTD VENDA** | **CUSTO UNITÁRIO** | **CMD/CMV** |
|  |  |  |  |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL CUSTO CMD/CMV** | | | 3.000,00 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS OU MERCADORIAS VENDIDAS** | | | |
| **CENÁRIO PROVÁVEL** | | | |
| **PRODUTO** | **QTD VENDA** | **CUSTO UNITÁRIO** | **CMD/CMV** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **TOTAL CUSTO CMD/CMV** | | |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS OU MERCADORIAS VENDIDAS** | | | |
| **CENÁRIO OTIMISTA** | | | |
| **PRODUTO** | **QTD VENDA** | **CUSTO UNITÁRIO** | **CMD/CMV** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **TOTAL CUSTO CMD/CMV** | | |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUSTO COM MÃO DE OBRA** | | | | | |
| **ENCARGOS SOCIAIS** |  |  |  |  |  |
| **CARGO** | **QTDE** | **R$ MENSAL** | **TOTAL MÊS** | **CUSTO ENCAR GOS** | **TOTAL** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CUSTO TOTAL COM MÃO DE OBRA** | | | | |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DEPRECIAÇÃO** | | | | |
| **INVESTIMENTO** | **VALOR TOTAL** | **VIDA UTIL - ANOS** | **DEPRECIAÇÃO ANUAL** | **DEPRECIAÇÃO MENSAL** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **TOTAL CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO** | | | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **CUSTOS FIXOS** | |
| **DESCRIÇÃO** | **VALOR** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **TOTAL CUSTOS FIXOS** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **CAPITAL DE GIRO** | |
| Vendas |  |
| Estoque |  |
| Compras |  |
| Custo Fixo |  |
| Caixa Mínimo |  |
| Capital de Giro |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS** | |
| **INVESTIMENTOS** | **VALOR** |
| Despesas de Legalização |  |
| Obras civis ou reformas |  |
| Divulgação |  |
| Cursos e Treinamentos |  |
| Outras Despesas |  |
| **TOTAL** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **INVESTIMENTO TOTAL** | |
| **DESCRIÇÃO** | **VALOR** |
| Investimento Inicial |  |
| Capital de Giro |  |
| Investimentos pré-operacionais |  |
| **TOTAL** |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS** | | |
| RECEITA BRUTA | |  |
| CUSTOS VARÍAVEIS - CMV/CMD | |  |
| IMPOSTOS |  |  |
| DESPESAS COMERCIAIS |  |  |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO |  |  |
| CUSTOS FIXOS | |  |
| LUCRO LÍQUIDO | |  |
|  |  |  |
| **INDICADORES DE VIABILIDADE** | | |
| PONTO DE EQUILIBRIO |  |  |
| LUCRATIVIDADE |  |  |
| RENTABILIDADE |  |  |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS** | | |
| **PESSIMISTA** | | |
| RECEITA BRUTA | |  |
| CUSTOS VARÍAVEIS - CMV/CMD | |  |
| IMPOSTOS |  |  |
| DESPESAS COMERCIAIS |  |  |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO |  |  |
| CUSTOS FIXOS | |  |  |
| LUCRO LÍQUIDO | |  |  |
|  |  |  |
| **INDICADORES DE VIABILIDADE PESSIMISTA** | | |  |  |
| PONTO DE EQUILIBRIO |  |  |
| LUCRATIVIDADE |  |  |
| RENTABILIDADE |  |  |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO |  | meses |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **OTIMISTA** | | |
| RECEITA BRUTA | |  |
| CUSTOS VARÍAVEIS - CMV/CMD | |  |
| IMPOSTOS |  |  |
| DESPESAS COMERCIAIS |  |  |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO |  |  |
| CUSTOS FIXOS | |  |
| LUCRO LÍQUIDO | |  |
|  |  |  |
| **INDICADORES DE VIABILIDADE OTIMISTA** | | |
| PONTO DE EQUILIBRIO |  |  |
| LUCRATIVIDADE |  |  |
| RENTABILIDADE |  |  |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO |  | meses |

**PROPOSTA DE INOVAÇÃO**

Mais interatividade com os clientes através de uma clara e simples comunicação com eles que realmente funcionam e resolvem seus problemas. O produto estará disponível nas línguas principais. Dar espaço para os clientes contribuírem com depoimentos e afins para o aprimoramento do produto e recompensá-los por ajudar com erros e ideias para melhoramentos nas opções do produto

**AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS**

Faça um resumo de seu plano e venda agora a viabilidade de seu negócio.