**SUMÁRIO EXECUTIVO**

A cada ano mais e mais pessoas criam estabelecimentos fechados para o consumo seja de comida, vestuário ou outro tipo. Esses estabelecimentos podem ser até shopping que muitos são enormes e assim é muito fácil se perder, principalmente idosos e pessoas com deficiência física visual e auditiva. Por isso, a minha ideia é um aplicativo para ajudar as pessoas acharem mais rápido o que elas precisam no momento, seja comer ou comprar algum produto.

Quando a pessoa decidir o que precisa no momento, ela abrirá o aplicativo, o qual irá mostrar o mapa com os comércios, a pessoa irá filtrar a categoria que quer e assim o aplicativo irá mostrar a direção que a pessoa deve seguir.

**Dados do empreendedor:**

Nome completo: Daniel Felipe

Endereço: Rua Jorge Augusto Emilio Muller

Joinville/SC

Telefones: 47 34370047

E-mail: daniel.felipe012@hotmail.com

**Dados do empreendimento**

Razão social: Danfel Indoor

Nome fantasia: Danfel Indoor

Endereço: Rua Jorge Augusto Emilio Muller

Cidade: Joinville

Estado: SC

**Visão**: Alcançar o maior número de cidades e automaticamente estabelecimentos cadastrados e assim gerar lucro através de anúncios.

**Missão**: Facilitar e ajudar a vida das pessoas focando em achar a localização mais rápida e assim poupando tempo.

**Valores**: Simplificação da sua vida, comunicação direta, respeito ao cliente e economizar seu tempo.

**Setor de atividade**: Negócios Digitais

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

**Enquadramento Tributário**: Simples

**Capital Social:** 15.000,00 a ser integralizado pelo sócio

|  |
| --- |
|  |

**ANÁLISE MERCADO**

Nos dias de hoje, existem vários estabelecimentos enormes, como shoppings e aeroportos, assim, muitas pessoas acabam se perdendo, principalmente deficientes e idosos. Por isso, Danfel Indoor será um benefício para as pessoas, mas para que ele seja desenvolvido, é preciso parcerias de pessoas que trabalham no ramo, patrocinadores e investidores para ajudar a arcar com os custos, pois para desenvolver o aplicativo é preciso de algumas atividades chave para que ele funcione. Depois do aplicativo pronto, é preciso de um bom relacionamento com o cliente e utilizar os canais de distribuição para divulgar o aplicativo.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| PARCERIAS PRINCIPAIS  Os parceiros principais são as pessoas que trabalham no ramo de idosos e deficientes, os fornecedores são os investidores e a parceria dos comerciantes é fundamental para o financeiro. | ATIVIDADES CHAVE  Desenvolvimento de mapas, conhecimento em ondas de rádio, campos magnéticos, sensores e soluções para as principais dificuldades que os clientes enfrentam. | PROPOSTA DE VALOR  Muita gente se perde fácil nos estabelecimentos que muitos são enormes, então o aplicativo facilita a localização dos estabelecimentos. | RELACIONAMENTO COM CLIENTES  Chat online 24 horas tirando dúvidas dos clientes, | SEGMENTO DE CLIENTES  Idosos e deficientes físicos/visuais entre outros e anunciantes que querem expor seu estabelecimento no meu aplicativo. |
| RECURSOS CHAVES  É preciso de investidores, patrocínios, parceria com as pessoas que trabalham no ramo, pessoas especializadas para responder as dúvidas dos clientes, servidor para o site e aplicativo. | CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO  Sites de vendas anunciando o aplicativo, anuncio nos sites dos comerciantes, também através de parceiros que trabalham no ramo dos idosos e deficientes. |
| **CUSTOS**  **Custos com os recursos e atividades principais, com os investidores, servidor para o site e parceria com os comerciantes e estabelecimentos.** | | | **RECEITAS**  **Com o anúncio dos comerciantes, quanto maior o anúncio, maior a taxa que terão que pagar e do próprio estabelecimento que terá que se cadastrar para ser mais um local com acesso ao GPS.** | |

**Público-alvo**:

O público alvo da minha ideia é em geral, todas as pessoas que se perdem ou se confundem facilmente quando o assunto é localização e direcionamento de rotas sendo de lojas e outros estabelecimentos, mas o enfoque, com certeza, são os idosos e pessoas com deficiência, seja física, auditiva ou visual.

O número de idosos no Brasil é de aproximadamente 27 milhões. Em Santa Catarina é um pouco mais de 600 mil e Joinville possui mais de 45 mil idosos.

Falando em pessoas com deficiência, no Brasil são de aproximadamente 45 milhões. Entre as deficiências declaradas, a mais comum é a visual, atingindo 18,8% da população.  Em Santa Catarina, de acordo com o Censo de 2010 do IBGE existem 1.331.445 pessoas com deficiência, o que representa 31% da população do Estado. De acordo com o censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em Joinville existem 1.300 deficientes cegos e 12.500 com baixa visão.

**Concorrência**:

**Wifarer**

Descrição: Foi desenvolvido para melhorar a experiência de visitantes em locais muito grandes, oferecendo tours com navegação em tempo real. Enquanto isso, o aplicativo também oferece conteúdo multimídia baseado no local que você estiver visitando. Localização: Canadá. Clientes: Pessoas em geral, pequenas e grandes empresas.

**MapMkt**

Descrição: Espécie de GPS para locais fechados de grande dimensão, como shopping centers, aeroportos, arenas multiuso, e pavilhões de exposição. A ferramenta ajuda o visitante a encontrar o que precisa. Já no caso do shopping center, auxilia no relacionamento com o cliente, na gestão e geração de negócios do local. Localização: Suécia. Clientes: Para todos que utilizam iOS ou Android.

**In Loco Media**

Descrição: A empresa deu origem ao sistema de localização indoor, permitindo a segmentação precisa do público alvo de campanhas publicitárias mobile com base no comportamento online e offline dos usuários. Envia anúncio ideal para as pessoas certas, no momento e local corretos. Ou seja, ela enfoca mais na parte de marketing e anúncios. Localização: Brasil. Clientes: Empresários que querem anunciar seus comércios.

**MST-Smartsense**

Descrição: É um receptor GPS para smartphone. Basicamente, é um gps para espaços interiores, funciona por sensores que rastreiam os movimentos e posição de seu usuário em detalhes precisos. Localização: Alemanha Clientes: Desde empresas de eletrônicos internacionais para as PME mais pequenas que integram eletrônicos em seus produtos pela primeira vez.

**Penny - Movea**

Descrição: Sistema de navegação interior da Movea utiliza sinais de um acelerômetro, magnetômetro, giroscópio, sensor de pressão, Wi-Fi, GPS, e correspondência contra mapas conhecidos. Sem a ajuda de sistemas de posicionamento global (GPS) e sinais Wi-Fi confiáveis, proporcionando aos consumidores uma maneira eficaz para navegar dentro de edifícios, sistemas de transporte subterrâneos e outros locais fechados provou intransponível para empresas de tecnologia. Localização: França. Clientes: Todos que possuem acesso à celular.

**Matriz FOFA:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Fatores internos (controláveis) | Fatores externos (incontroláveis) |
| Pontos fortes | **Forças**  Relacionamento bom com o cliente, esclarecendo dúvidas e críticas para o melhoramento do aplicativo e site.  Ter o assunto da ideia na mídia e ser destacado, assim ser assunto de matérias. | **Oportunidades**  Influenciar outras empresas e pessoas a prestar mais atenção no público alvo que são os idosos e deficientes.  Ser reconhecidos através de prêmios como por exemplo de inovação |
| Pontos fracos | **Fraquezas**  Aspecto financeiro, no começo como tudo, será difícil sem patrocinadores e parceiros, assim não terá muitos comércios e estabelecimentos cadastrados e com isso, baixa taxa de lucro.  É preciso ter pessoas com conhecimento em diversas áreas por exemplo, ondas de rádio, campos magnéticos e sensores. | **Ameaças**  Fortes concorrentes de diversos lugares do Brasil que podem decrescer o número de comerciantes cadastrados.  A rejeição de algumas lojas em um estabelecimento grande como um shopping, assim deixando o aplicativo um pouco desorganizado, pois algumas lojas estarão cadastradas e outras não, dificultando a localização das lojas cadastradas. |

**Diferenciais da Danfel em relação aos concorrentes**

Terá um contato com uma boa comunicação, o que não existe hoje em dia, os textos em vários idiomas e fazer o cliente se sentir um sócio também, dando conselhos e críticas construtivas para a melhora do aplicativo e site.

**PLANO DE MARKETING**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Fornecedor | Produto | Preço médio | Prazo Pagamento | Pontos Fortes | Pontos Fracos |
| HP | Servidor | R$7000 | Taxa de uso | Fidelidade, crescente popularidade, inovações. | Preço alto |
| Vivo | Internet | R$200 | Mensal | Preço justo, bons aparelhos. | Instável |
| Google Maps | Mapa | Limitado por dados API | Taxa de uso | Confiança, moderno. | Preço alto |

**Estratégias promocionais**

Através dos anúncios dos próprios comerciantes, site de vendas e parceiros que trabalham com idosos e deficientes, como comunidades e afins, o preço deverá ser combinado com quem fornece o espaço para propaganda. Procurar ser bem reconhecido para que surjam notícias também é um bom ponto.

**Estrutura de comercialização**

Pelo aplicativo na play store, no meu site e nos sites dos comerciantes com opção de download, com os parceiros que trabalham com idosos e deficientes, com ajuda deles será melhor disseminar para o público alvo, o cliente receberá pelo celular na play store e pelo site.

**Localização**

Joinville-SC, pois é onde moro atualmente e para começar, é uma boa cidade com shoppings e outros estabelecimentos que poderei usar na fase teste.

**PLANO OPERACIONAL**

**Layout ou arranjo físico**



**Capacidade produtiva e comercial**

Um contrato com vinte comerciantes e acesso simultâneo.

**Processo operacional**

- Desenvolvimento do Produto

Será desenvolvido no Android na linguagem Java e o site em HTML, CSS.

- Venda (como o cliente comprará e pagará)

Através do site, aplicativo e por parceiros que trabalham com o público alvo.

- Pós-Vendas

Depois de o produto ser vendido, o contato com os clientes será ainda mais sólido para o melhoramento do produto e tira-dúvidas.

- Administração de Recursos Humanos

Para que não tenha mais uma pessoa na empresa, eu mesmo irei contratar e demitir.

- 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:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Função | Trabalho a ser executado | Quantida  de | Qualificação | Tipo(\*) |
| Técnico | Suporte | 1 | Técnico em informática | Contratado |
| Programador | Programar | 2 | Superior incompleto | Sócio |
| Designer | Desenhar | 1 | Superior incompleto | Contratado |
|  |  |  |  |  |

**PLANO FINANCEIRO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DESCRIÇÃO** | **QT** | **R$ Unitário** |
| Computador | 1 | 2.500,00 |
| Notebook | 1 | 1.500,00 |
| Impressora | 1 | 500,00 |
| Mesas | 1 | 200,00 |
| Cadeiras | 5 | 70,00 |
| Reforma do imóvel | 1 | 1.500,00 |
| TOTAL |  | 6.550,00 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL** | | | |
| **CENÁRIO PESSIMISTA** | | | |
| **PRODUTO/SERVIÇO** | **QUANTIDADE** | **R$ UNITÁRIO** | **FATURAMENTO** |
| Danfel Indoor Anúncio | 28.000 | 0,65 | 18.200,00 |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL RECEITA BRUTA** | | | **18.200,00** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CENÁRIO PROVÁVEL** | | | |
| **PRODUTO/SERVIÇO** | **QUANTIDADE** | **R$ UNITÁRIO** | **FATURAMENTO** |
| Danfel Indoor Anúncio | 40.000 | 0,65 | 26.000,00 |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL RECEITA BRUTA** | | | **26.000,00** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CENÁRIO OTIMISTA** | | | |
| **PRODUTO/SERVIÇO** | **QUANTIDADE** | **R$ UNITÁRIO** | **FATURAMENTO** |
| Danfel Indoor Anúncio | 68.000 | 0,85 | 57.460,00 |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL RECEITA BRUTA** | | | **57.460,00** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO** | | |
| **RECEITA BRUTA** | 26.000,00 |  |
|  |  |  |
| Imposto SIMPLES | 6% | 1.560,00 |
| Comissão Vendas | 5% | 1.300,00 |
| Propaganda | 4% | 1.040,00 |
| **TOTAL CUSTO COMERCIALIZAÇÃO** | | 3.900,00 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUSTO COM MÃO DE OBRA** | | | | | |
| **ENCARGOS SOCIAIS** |  | 12% |  |  |  |
| **CARGO** | **QTDE** | **R$ MENSAL** | **TOTAL MÊS** | **CUSTO ENCAR GOS** | **TOTAL** |
| Técnico | 1 | 1.500,00 | 1.500,00 | 180,00 | 1.680,00 |
| Programador | 2 | 2.000,00 | 4.000,00 | 480,00 | 4.480,00 |
| Designer | 1 | 2.000,00 | 2.000,00 | 240,00 | 2.240,00 |
|  |  |  | - | - | - |
|  |  |  | - | - | - |
|  |  |  | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
|  |  | - | - | - | - |
| **CUSTO TOTAL COM MÃO DE OBRA** | | | | | **8.400,00** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DEPRECIAÇÃO** | | | | |
| **INVESTIMENTO** | **VALOR TOTAL** | **VIDA UTIL - ANOS** | **DEPRECIAÇÃO ANUAL** | **DEPRECIAÇÃO MENSAL** |
| Computador | 2.500,00 | 2 | 1.250,00 | 104,17 |
| Notebook | 1.500,00 | 2 | 750,00 | 62,50 |
| Impressora | 500,00 | 2 | 250,00 | 20,83 |
| Mesas | 200,00 | 5 | 40,00 | 3,33 |
| Cadeiras | 350,00 | 5 | 70,00 | 5,83 |
| Reforma do imóvel | 1.500,00 | 5 | 300,00 | 25,00 |
|  |  | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
|  | - | 1 | - | - |
| **TOTAL CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO** | | | | **221,67** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS OU MERCADORIAS VENDIDAS** | | | |
| **CENÁRIO PESSIMISTA** | | | |
| **PRODUTO** | **QTD VENDA** | **CUSTO UNITÁRIO** | **CMD/CMV** |
| Danfel Indoor Anúncio | 28.000 | 0,01 | 280,00 |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL CUSTO CMD/CMV** | | | 280,00 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS OU MERCADORIAS VENDIDAS** | | | |
| **CENÁRIO PROVÁVEL** | | | |
| **PRODUTO** | **QTD VENDA** | **CUSTO UNITÁRIO** | **CMD/CMV** |
| Danfel Indoor Anúncio | 40.000 | 0,01 | 400,00 |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL CUSTO CMD/CMV** | | | 400,00 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **CUSTO DOS MATERIAIS DIRETOS OU MERCADORIAS VENDIDAS** | | | |
| **CENÁRIO OTIMISTA** | | | |
| **PRODUTO** | **QTD VENDA** | **CUSTO UNITÁRIO** | **CMD/CMV** |
| Danfel Indoor Anúncio | 68.000 | 0,01 | 680,00 |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
|  |  |  | - |
| **TOTAL CUSTO CMD/CMV** | | | 680,00 |

|  |  |
| --- | --- |
| **CAPITAL DE GIRO** | |
| Vendas | 30 dias |
| Estoque | 1 |
| Compras | 30 dias |
| Custo Fixo | 10.761,67 |
| Caixa Mínimo | 3.900,00 |
| Capital de Giro | 14.661,67 |

|  |  |
| --- | --- |
| **DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS** | |
| **INVESTIMENTOS** | **VALOR** |
| Despesas de Legalização | 1.200,00 |
| Obras civis ou reformas | 800,00 |
| Divulgação | 3.000,00 |
| Cursos e Treinamentos | 1.500,00 |
| Outras Despesas | 100,00 |
| **TOTAL** | **6.600,00** |

|  |  |
| --- | --- |
| **INVESTIMENTO TOTAL** | |
| **DESCRIÇÃO** | **VALOR** |
| Investimento Inicial | 6.550,00 |
| Capital de Giro | 14.661,67 |
| Investimentos pré-operacionais | 6.600,00 |
| **TOTAL** | **27.811,67** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS** | | |
| RECEITA BRUTA | | 26.000,00 |
| CUSTOS VARÍAVEIS - CMV/CMD | | 400,00 |
| IMPOSTOS |  | 1.560,00 |
| DESPESAS COMERCIAIS |  | 2.340,00 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | 83% | 21.700,00 |
| CUSTOS FIXOS | | 10.761,67 |
| LUCRO LÍQUIDO | | 10.938,33 |
|  |  |  |
| **INDICADORES DE VIABILIDADE** | | |
| PONTO DE EQUILIBRIO | 0,50 |  |
| LUCRATIVIDADE | 42,07% |  |
| RENTABILIDADE | 39% |  |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO | 1,12 | meses |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS** | | |
| **PESSIMISTA** | | |
| RECEITA BRUTA | | 18.200,00 |
| CUSTOS VARÍAVEIS - CMV/CMD | | 280,00 |
| IMPOSTOS | 6% | 1.092,00 |
| DESPESAS COMERCIAIS | 9% | 1.638,00 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | 83% | 15.190,00 |
| CUSTOS FIXOS | | 10.761,67 |
| LUCRO LÍQUIDO | | 4.428,33 |
|  |  |  |
| **INDICADORES DE VIABILIDADE PESSIMISTA** | | |
| PONTO DE EQUILIBRIO | 0,71 |  |
| LUCRATIVIDADE | 24,33% |  |
| RENTABILIDADE | 16% |  |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO | 6,28 | meses |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **OTIMISTA** | | |
| RECEITA BRUTA | | 57.460,00 |
| CUSTOS VARÍAVEIS - CMV/CMD | | 680,00 |
| IMPOSTOS | 6% | 3.447,60 |
| DESPESAS COMERCIAIS | 9% | 5.171,40 |
| MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | 84% | 48.161,00 |
| CUSTOS FIXOS | | 10.761,67 |
| LUCRO LÍQUIDO | | 37.399,33 |
|  |  |  |
| **INDICADORES DE VIABILIDADE OTIMISTA** | | |
| PONTO DE EQUILIBRIO | 0,78 |  |
| LUCRATIVIDADE | 65,09% |  |
| RENTABILIDADE | 134% |  |
| PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO | 0,74 | 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 em duas ou três 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. Estáveis contatos com a mídia, seja eletrônica, impressa ou digital, para que cada vez mais pessoas possam se informar sobre o produto e começar a utilizá-lo.

**Avaliação do plano de negócios**

A partir de decidir o público alvo, o recolhimento das estatísticas sobre ele, é possível pesquisar sobre os concorrentes e ver seus pontos fracos e fortes e assim tirar o que tem de ruim neles e acrescentar os pontos fortes na ideia. Em seguida, procurar parcerias para ajudar nos custos, pois para desenvolver o aplicativo é preciso de algumas atividades chave para que ele funcione. Depois do aplicativo pronto, é preciso de um bom relacionamento com o cliente e utilizar os canais de distribuição para divulgar o aplicativo. Depois, é preciso apontar os pontos fortes e fracos da ideia. A seguir, identificar os produtos/serviços que a ideia precisa, que no caso são o servidor, internet e mapa. Após isso, é preciso cuidar da parte financeira, como estratégias promocionais, decidir a localização e o mais importante, a questão de lucro e despesas. Por fim, utilizar um bom plano de inovação que no caso, consiste em focar na comunicação com os clientes.