

Edmundo Vitor de Medeiros

Victor Sales Ribeiro

Vitor Oliveira Ropke

Plano de Negócio: Empresa de Jogos VGames

Mossoró/RN

14/12/2018

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O nosso negócio se propõe a desenvolver jogos para desktop e mobile, sendo os nossos principais serviços os desenvolvimentos desses softwares para android e iOS, além de jogos para desktop, que serão disponibilizados online para compra, que variam de jogo para jogo, uns sendo pagos e outros sendo gratuitos, mas com serviços pagos dentro, dependendo do tipo de jogo. Os principais clientes serão os amantes de jogos, e as empresas que desejam comprar algum tipo de jogo, caso seja lucrativo vender os direitos autorais. A empresa não possuirá um local especifico, de início já que é uma empresa independente, da qual disponibilizará os seus produtos online, os softwares serão produzidos nas residências, por seus desenvolvedores, após as primeiras arrecadações, será alugado um local para o desenvolvimento dos jogos, onde ficaram todos os desenvolvedores, desde a parte lógica até a parte gráfica. O capital investido para a consolidação da empresa será o montante dos investimentos dos sócios, cada sócio entrara no princípio com um capital de R$10.000 para cada um dos sócios, sendo três sócios ao todo, gerando um montante de R$30.000.

O faturamento mensal dependera da quantidade de vendas dos jogos que iremos produzir, a princípio produziremos jogos simples para androide pagos, ou com serviços extras pagos dentro, focando principalmene na qualidade dos jogos, para conquistar os clientes, sendo assim, o lucro dependera do tipo de jogo que será produzido, fazendo uma suposição de que cada jogo custasse uma média de 10 R$ cada, supondo que em um mês, fossem realizados 1000 downloads dos jogos, teríamos em um lucro bruto no primeiro mês de 10.000 R$. Dessa forma, esperando que o valor das compras se mantenham, levando em considerações os gastos mensais, esperamos que em quatro meses recuperemos o capital inicial investido.

* 1. Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

Sócio 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nome: | Vitor Oliveira Ropke | | |
| Endereço: | Avenida Alberto Maranhão | | |
| Cidade: | Mossoró | Estado: | Rio Grande do Norte |
| perfil: | | | |
| Bacharel em Ciência da Computação e Técnico em Informática | | | |
| Atribuição: | | | |
| Desenvolvimento da parte lógica, dos softwares (jogos) | | | |

Sócio 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nome: | Edmundo Vitor de Medeiros | | |
| Endereço: | Sítio São João da Base | | |
| Cidade: | Mossoró | Estado: | Rio Grande do Norte |
| perfil: | | | |
| Bacharel em Ciência da Computação, Técnico em Informática, Técnico em tecnologia da informação | | | |
| Atribuição: | | | |
| Desenvolvimento da parte Gráfica e de modelagem, dos softwares (jogos) | | | |

Sócio 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nome: | Victor Sales Ribeiro | | |
| Endereço: | Rua Luiz Colombo | | |
| Cidade: | Mossoró | Estado: | Rio Grande do Norte |
| perfil: | | | |
| Técnico em Informática, Licenciado em Geografia com Doutorado em Geografia Econômica | | | |
| Atribuição: | | | |
| Administração dos recursos da empresa e responsável pelo marketing | | | |

* 1. Dados do empreendimento

Nome da Empresa: VGames

CNPJ: 40.441.297/0001-45

1.4. Missão da empresa

A principal missão de nossa empresa é criar jogos divertidos, de conteúdos e categorias diversas, com instituto de satisfazer os jogadores, ou aqueles que nos contratarem para criar algum tipo de jogo específico.

1.5. Setores de atividade

[ ] Agropecuário

[ ] Comercial

[ ] Industrial

[ ] Serviços

[x] Outros

1.6. Forma jurídica

[ ] Empresário Individual

[ ] Empresário Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

[ ] Microempreendedor Individual – MEI

[x] Sociedade Limitada

[ ] Outros

1.7. Enquadramento tributal

Âmbito federal

[x] Sim

[ ] Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoal Jurídico

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento de Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IOI – Imposto sobre Produtos Industriais (apenas para indústria)

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS – Impostos sobre Serviços

1.8. Capital Social

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nome do Sócio | Valor (R$) | % de participação |
| Sócio 1 | Vitor Oliveira Ropke | 10.000 | 33% |
| Sócio 2 | Edmundo Vitor de Medeiros | 10.000 | 33% |
| Sócio 3 | Victor Sales Ribeiro | 10.000 | 33% |
| Total |  | 30.000 | 100 |

1.9. Fonte de recursos

A fonte de nossos recursos a princípio será própria. Cada um dos sócios irá investir um capital de 10.000. Após as primeiras vendas e possíveis sucessos, utilizaremos os recursos que ganharemos.

2 ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Estudo do cliente

* Público-alvo

A nossa empresa se propõe a fabricar jogos para mobile e desktop. Esse tipo de produto, dessa forma, é mais popular entre crianças, jovens e adultos, depende do tipo de jogo, e qual sua plataforma, por isso não podemos presumir com exatidão qual a faixa etária de nossos clientes. Além disso, criamos jogos por encomenda, se o cliente tiver alguma ideia, sendo assim depende do cliente.

Antigamente os jogos eram mais acessados por homens, entretanto, atualmente esse mercado de apresenta bastante variado, atingindo tanto o grupo masculino como o feminino, principalmente os jogos para celular. Sendo assim, nos jogos são criados para atingir todas as pessoas independentes do sexo.

Em relação ao perfil socioeconômico dos nossos clientes, em sua maioria sendo jovens, nossas vendas dependeram de seus pais. Contudo, isso não é um problema, afinal se isso não fosse lucrável, grandes empresas como a Sony e a Microsoft não fariam tanto sucesso no mercado, além de que também não existiria tantos jogos pagos com milhões de downloads existentes em plataformas com a Play Store e a App Store.

* Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Em relação ao comportamento de nosso público alvo, podemos dizer que são bem ativos em suas compras quando o aplicativo ou jogo em questão o agrada. As quantidades de jogos na Play Store que são pagos por exemplo, são bastante altos, e mesmo os não pagos, porém que possuem funções dentro deles, ou benefícios extras que só podem ser acessadas ao realizar uma compra são bastante elevados.

Como já mencionado, os jogos que pretendemos criar serão disponibilizados na Play Store e na App Store, que são os maiores mercados de jogos para celular do planeta, podendo até mesmo serem acessados por pessoas de outros países.

O preço do jogo varia bastante, dependendo da fama do game em questão, ou a aceitação, em média os jogos da Play Store custam cerca de 10 reais, porém existem aqueles mais baratos. Entretanto, não é só de vendas que vivem esses aplicativos afinal, existem muitos outros aplicativos gratuitos nestas plataformas citadas, sendo o seu lucro retirado de propagandas, e de funções extras existentes neles.

* Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Um ponto muito interessante do mercado de vendas de aplicativos para celular é o fato de não precisar está em um local específico, ou ir diretamente atrás dos clientes, pois o seu produto estará exposto na plataforma desses aplicativos (Play Store e App Store), sendo torna-se mais fácil o contato com os clientes. Sendo assim, nossa área de abrangência de clientes é o país todo, ou até mesmo outros países.

2.2 Estudo dos concorrentes

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Qualidade | Preço | Condição de Pagamento | Localização |
| Vgames | Em fase de testes. Os produtos ainda não foram testados, ou avaliados | R$ 0,99 a R$5,99 | Cartão de credito, vale presente e saldo google Play | Brasil: Mossoró |
| Ubisoft | 3,8 estrelas | R$ 6,90 | Cartão de credito, vale presente e saldo google Play | França: Paris |
| AGaming+ | Uma média de 4,2 estrelas | R$ 0,99 | Cartão de credito, vale presente e saldo google Play | Ukraine: Kiev region |

No momento, a empresa AGaming+ sai na frente devido à sua gama de jogos e preços acessíveis para a grande maioria de usuários, disponibilizando vários jogos dentro do seu nicho, com jogos bem avaliados (em média 4,2 estrelas). Enquanto a Ubisoft passa por um momento não muito agradável, com apenas um jogo, recebendo uma avaliação de apenas 3,8 estrelas, além de possuir um valor superior aos demais jogos aqui comparados.

2.3 Estudo dos fornecedores

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ordem | Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços) | Nome do fornecedor |
| 1 | Base de desenvolvimento de jogo | Unity |
| 2 | Plataforma online de jogos | PlayStore |
| 3 | Plataforma online de jogos | AppStore |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Preço | Condições de pagamento | Prazo de entrega | Localização (estado e/ou município) |
| Para pro U$125/mês | Boleto bancário | Na hora | São Francisco / Califórnia |
| U$25 | Cartão de credito, vale presente e saldo google Play | 4 horas em média | San Diego / Califórnia |
| Para enterprise program são U$299/ano | Cartão de crédito, boleto bancário | 15 dias em média | Cupertino / Califórnia |

3 PLANO DE MARKETING

3.1 Descrição dos principais produtos e serviços

Os principais produtos de nossa empresa, são jogos para mobile e desktop. Os jogos que pretendemos criar são de caráter variado. A princípio não iremos nos prendermos com um estilo de jogo em especial, principalmente por nossa empresa ainda estar em desenvolvimento e focar em uma única categoria poderia ser arriscado. O primeiro jogo desenvolvido consiste em um jogo do gênero Corrida sem fim chamado Run Penguin (Figura 1).

Figura: Logo Run Penguin



Fonte: elaborado pelo autor

3.2 Preço

Provavelmente, o preço aplicado será em torno de R$0,99. Um preço justo levando em consideração o tempo de desenvolvimento, manutenção e correção de bugs e um suporte legal para os jogos. Além disso é um preço para derrubar a concorrência e conseguir vários internautas.

3.3 Estratégias promocionais

Iremos focar na divulgação através das redes sociais. Grupos do Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram. Para convencer o público de que nosso jogo é bom, iremos utilizar a estratégia do “inédito”. O jogo seria uma novidade para o ramo de jogos.

3.4 Formas de comercialização e distribuição

Por se tratar de jogos para mobile e desktop, nossas principais formas de distribuição de nossos produtos são as plataformas da App Store e Play Store para jogos de smartphone e iphone, e Steam para desktop.

3.5 Localização do negócio

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Endereço | | |
| Bairro: Belo Horizonte | Cidade: Mossoró | Estado: Rio Grande do Norte |
| Fone 1: (84) 99819-9470 | Fone 2: (84) 98887-9096 | E-mail: vitorropke@hotmail.com |

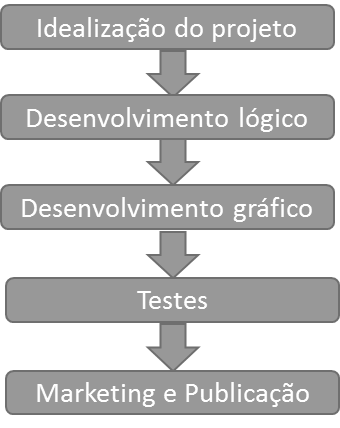
O local escolhido como sede da nossa empresa foi escolhido com base nas nossas produções, sendo assim, o local escolhido não necessariamente está próximo dos clientes, pois, não é algo necessário, já que criamos jogos, sem a necessidade de contato direto com os clientes, com exceção de possíveis clientes que desejam criar um jogo em específico.

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Processos operacionais

Nossa empresa sendo uma desenvolvedora de jogos, é dividida em um conjunto de etapas para a produção dos jogos tanto para mobile quanto desktop. As primeiras tarefas a serem desenvolvidas serão as de construção do código fonte para criação dos jogos, do qual ficará encarregado o sócio Vitor Oliveira Ropke. A segunda parte a ser desenvolvida é o designe gráfico para a utilização nos jogos, o sócio encarregado dessa tarefa será Edmundo Vitor de Medeiros, além disso é feito testes antes de ir para as plataformas de venda. Por fim, a questão administrativa dos aplicativos, referentes a sua parte financeira e seu marketing, ficar a encargo do sócio Victor Sales Ribeiro. Abaixo segue um modelo gráfico das etapas de desenvolvimento dos jogos (Figura 2), e a divisão hierárquica da empresa (Figura 3).

Figura 2: etapas do desenvolvimento dos jogos



Fonte: elaborado pelo autor

Figura 3: Divisão Hierárquica da empresa

Fonte: elaborada pelo autor

4.2 Necessidade de pessoal

|  |  |
| --- | --- |
| CARGO/FUNÇÃO | QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS |
| Revisador de Erros | Saber programar para Unity |
| Design extra para a parte lógica | Saber programar para Unity |
| Design extra para a parte gráfica | Habilidades com imagem |

5 PLANO FINANCEIRO

5.1. Estimativa dos investimentos fixos

* Máquinas e equipamentos

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Descrição | | Qtde | Valor Unitário | Total |
| 1 | Computador Gamer Vyper | 1 | 8.340,75 R$ | 8.340,75 R$ |
| 2 | Computador Gamer Smart | 1 | 1.269,00 R$ | 1.269,00 R$ |
| 3 | Ar condicionado Split Hi-Wall 12000 BTUs | 1 | 1300 R$ | 1300 R$ |
| SUB-TOTAL (B) | | | | 10.909,75 R$ |

5.2 Capital de giro

* Contas e outras despesas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Descrição | | Qtde | Valor Unitário | Total |
| 1 | Plataforma Unity | 1 | 97,70 R$ | 97,70 R$ |
| 2 | Energia elétrica | 1 | 500 R$ | 500 R$ |
| 3 | Limpeza | 1 | 600 R$ | 600 R$ |
| 4 | Água | 1 | 150 R$ | 150 R$ |
| SUB-TOTAL (B) | | | | 1197,90 R$ |

5.3 Investimentos pré-operacionais

* Gastos antes da empresa abrir

|  |  |
| --- | --- |
| Investimentos pré-operacionais | R$ |
| Despesas de legalização | 484,54 |
| Divulgação | 1900,30 |
| Total | 2384,84 |

5.4 Investimento total (resumo)

* Soma de tudo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Descrição dos investimentos | Valor (R$) | (%) |
| 1. Investimentos fixos | 10.909,75 | 75,27 |
| 2. Capital de giro | 1197,90 | 8,27 |
| 3. Investimentos Pré-Operacionais | 2384,84 | 16,46 |
| TOTAL (1 + 2 + 3) | 14.492,49 | 100 |
| Fontes de recursos | Valor (R$) | (%) |
| 1. Recursos próprios | 23440,54 | 100 |
| 2. Recursos de terceiros | 0 | 0 |
| 3. Outros | 0 | 0 |
| TOTAL (1 + 2 + 3) | 23440,54 | 100 |

5.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

* Quanto iremos ganhar por mês

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produto/Serviço | Quantidade (Estimativa de Vendas) | Preço de Venda Unitário (em R$) | Faturamento Total (em R$) |
| 1. Run Penguim | 12000 | 0,99 | 11.880 |
| 2. Jogo sem nome | 44000 | 2,30 | 101.200 |
| TOTAL | 56000 | 3,29 | 113.080 |

5.6 Estimativa dos custos de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

* O que usamos para fazer os jogos

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Materiais/insumos usados | Quantidade | Custo Unitário (R$) | Total (R$) |
| Energia elétrica | 1200 kWh | 0,527 | 632,40 |
| TOTAL | 1200 kWh | 0,527 | 632,40 |

5.7 Estimativa dos custos de comercialização

* Gastos com impostos e comissões

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Descrição | % | Faturamento Estimado | Custo Total (R$) |
| 1. Impostos | | | |
| Impostos Federais | | | |
| SIMPLES | 12 | 113.080 | 13569,60 |
| Impostos Estaduais | | | |
| ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços | 12 | 113.080 | 13569,60 |
| Impostos Municipais | | | |
| ISS – Imposto sobre Serviços | 3 | 113.080 | 3392,40 |
| Subtotal 1 | - | - | 30.531,60 |
| 2. Gastos com vendas | | | |
| Comissões | 2 | 113.080 | 2261,60 |
| Propaganda | 5 | 113.080 | 5654 |
| Taxa de administração do cartão de crédito | 1 | 113.080 | 1130,80 |
| Subtotal 2 | - | - | 9046,40 |
| TOTAL (Subtotal 1 + 2) | - | - | 39.578 |

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

* Representa o valor que deverá ser baixado dos estoques pela sua venda efetiva.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produto/Serviço | Estimativa de Vendas (em unidades) | Custo Unitário de Materiais/Aquisição (R$) | CMD/CMV (R$) |
| 1. Run Penguin | 12000 | 0,527 | 6.324 |
| 2. Jogo sem nome | 44000 | 0,527 | 6.324 |
| TOTAL | 56000 | 1,054 | 12.648 |

5.9 Estimativa dos custos com mão-de-obra

* O salário de cada funcionário com 13º, INSS, horas-extras, férias, FGTS, etc)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Função | Nº de Empregados | Salário Mensal (R$) | Subtotal (R$) | (%) de encargos sociais | Encargos sociais (R$) | Total (R$) |
| Desenvolver código fonte | 1 | 10000 | 10000 | 5 | 500 | 10500 |
| Desenvolver design gráfico | 1 | 10000 | 10000 | 5 | 500 | 10500 |
| Financeiro e marketing | 1 | 10000 | 10000 | 5 | 500 | 10500 |
| TOTAL | 3 | 30000 | 30000 | 5 | 1500 | 31500 |

5.10 Estimativa do custo com depreciação

* Reparos e trocas de equipamentos/peças

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ativos Fixos | Valor do Bem (R$) | Vida útil em Anos | Depreciação Anual (R$) | Depreciação Mensal (R$) |
| Computador Gamer Vyper | 8.340,75 | 4 | 2085,18 | 173,76 |
| Computador Gamer Smart | 1.269,00 | 4 | 317,25 | 26,43 |
| Ar condicionado Split Hi-Wall 12000 BTUs | 1300 | 6 | 216,60 | 18,05 |
| TOTAL | 10909,75 | 14 | 2619,03 | 218,24 |

5.11 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

* Gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período.

|  |  |
| --- | --- |
| Descrição | Custo Total Mensal (em R$) |
| Água | 120,13 |
| IPTU | 34,34 |
| Energia elétrica | 632,40 |
| Telefone | 83,80 |
| Material de limpeza | 20,00 |
| Material de escritório | 80,00 |
| Depreciação | 218,24 |
| TOTAL | 1188,91 |

5.12 Demonstrativo de resultados

* Prevê o resultado da empresa

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Quadro | Descrição | (R$) | % |
| 5.5 | 1. Receita Total com Vendas | 113.080 | 100 |
| 5.8 | (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV | 12.648 | 11,1 |
| 5.7 (TOTAL) | (-) Impostos e gastos com vendas | 39.578 | 35 |
| 5.11 | (-) Custos Fixos Totais | 1.188,91 | 1,1 |
|  | Resultado Operacional | 59665.09 | 52,8 |

5.13 Indicadores de viabilidade

5.13.1 Ponto de equilíbrio

* Representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período.

Valor mensal:

|  |  |
| --- | --- |
| Receita Total: | R$ 113.080 |
| Custo Variável Total: | R$ 20.000 |
| Custo Fixo Total: | R$ 1.188,91 |

Índice da Margem de Contribuição =

PE =

5.13.2 Lucratividade

* Mede o lucro líquido em relação às vendas.

|  |  |
| --- | --- |
| Receita Total: | R$ 113.080,00/mês |
| Lucro Líquido: | R$ 91.891,09/mês |

Lucratividade =

5.13.3 Rentabilidade

* Mede o lucro líquido em relação ao investimento total.

|  |  |
| --- | --- |
| Lucro Líquido: | R$ 91.891,09/mês |
| Investimento Total: | R$ 23440,54 |

Rentabilidade =

5.13.4 Prazo de retorno do investimento

* Mede o investimento total em relação ao lucro líquido.

|  |  |
| --- | --- |
| Lucro Líquido: | R$ 91.891,09/mês |
| Investimento Total: | R$ 23440,54 |

Prazo de Retorno do Investimento =

6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

* Simulação para situações otimistas e pessimistas e ações contra as situações pessimistas

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Quadro | Descrição | Cenário provável | | Cenário pessimista | | Cenário otimista | |
| Valor (R$) | (%) | Valor (R$) | (%) | Valor (R$) | (%) |
| 5.5 | 1. Receita Total com Vendas | 113.080 | 100 | 50.000 | 100 | 225.654 | 100 |
| 5.8 | (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV | 12.648 | 11,1 | 34.330 | 68.66 | 5.457 | 2,41 |
| 5.7 (TOTAL) | (-) Impostos e gastos com vendas | 39.578 | 35 | 40.500 | 81 | 6.478 | 2,87 |
| 5.11 | 4. (-) Custos Fixos Totais | 1.188,91 | 1,1 | 1.188,91 | 2,37 | 1.188,91 | 0,52 |
|  | 5. Lucro/Prejuízo Operacional (3 – 4) | 59665.09 | 52,8 | -26.018,91 | -52,03 | 212.530,09 | 94,2 |

Caso o jogo não cative o público, iremos disponibilizar uma versão gratuita e iremos lucrar com base em propagandas (serão poucas propagandas que irão aparecer em lugares discretos da tela em uma baixa frequência para não irritar a jogabilidade do usuário), DLCs, skinse outros compráveis para complementar a renda.

7 ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | FATORES INTETERNO (controláveis) | FATORES EXTERNOS (incontroláveis) |
| PONTOS FORTES | FORÇAS | OPORTUNIDADES |
| * Criação de jogos personalizados * Preço de venda competitivo * Equipe preparada e especializada * Disponibilidade dos sócios | * Poucos concorrentes que criam jogos personalizados próximos * Popularidade dos jogos entre jovens * Popularidade dos jogos estilo corrida continua |
|
|
|
|
|
|
|
| PONTOS FRACOS | FRAQUEZAS | AMEAÇAS |
| * Iniciantes no mercado de jogos * Jogos populares do mesmo estilo * Popularidade maior no início, e decida nos meses seguintes * Falta de experiências anteriores | * Concorrência mais especializada * Possível impopularidade dos jogos * Possível aumento das licenças de softwares |
|
|
|
|
|
|
|

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Tendo em vista que o mercado de jogos, principalmente para mobile está sempre em evidencia, nosso negócio nesta área possui um tempo de vida bastante longo, caso conseguirmos nos estabilizar no mercado de trabalho. De início se tivéssemos êxito conseguiríamos nos manter nesse mercado por bastante tempo, sendo assim, se tornaria fácil criar novos jogos e desenvolver os mais antigos. Contudo, se de início não tivéssemos existo na criação dos primeiros jogos, tornar-se-ia mais fácil criar novos jogos, pois, já possuiríamos os materiais adequados, tendo poucas coisas extremamente necessárias para a manutenção da empresa, sendo possível criar novos jogos até mesmo em casa.

Ao fazer uma análise financeira, segundo histórico de jogos que são razoavelmente conhecidos, há uma alta taxa de downloads desses aplicativos. Portanto, levando em consideração que a categoria que o nosso jogo está é bastante cativante, temos a esperança de que não seja diferente com nosso jogo. Além disso, nossos foram bastante satisfatórios, extrapolando nossas expectativas e instigando nosso interesse em investir em tais jogos. Conseguimos lucros líquidos de até mais de R$ 200.000 no cenário mais otimista e apenas R$ 20.000 de prejuízo no cenário pessimista, ou seja, seria apenas um decréscimo ínfimo. Porém, é bom lembrar que o lucro no início é bem maior do que nos meses consecutivos, sendo assim se torna necessário a criação de novos jogos para se manter no mercado, além do melhoramento dos já existentes para garantir novos downloads.

Fazendo uma análise de nossos pontos fortes e fracos, é preciso estar sempre atento, para que não aja nenhum problema que nos atinja a ponte de prejudicar nossas debilidades, de estarmos iniciando nesse mercado sem experiências antecessoras. Porem confiamos no nosso pessoal e sócios, para não ter nenhum tipo de prejuízo.

Por fim, fazendo uma análise geral do plano de negócios, podemos dizer que a criação de tal empresa de desenvolvimento de jogos, principalmente para mobile é extremamente lucrativa, com ressalvas no caso, pois se apresentam mais lucrativas no início. Dessa forma, a criação dessa empresa é ótima para quem necessita de lucros mais rápidos, porém é necessário estar sempre se atualizando e desenvolvendo novos jogos para continuar no mercado. Portanto, desenvolver um trabalho nessa área se apresenta bastante lucrativo caso aja sucesso. Lembrando que nossa empresa também desenvolve jogos por encomenda, o que se caracteriza como outro meio extra de lucratividade nesse meio.

REFERÊNCIAS

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócio**. 2009. Disponível em: <https://suap.ifrn.edu.br/media/edu/material\_aula/Plano\_de\_Neg%C3%B3cio\_Sebrae\_livro\_jyxlIoP.pdf-> Acessado em: 14 dez. 2018.

VEXELS. **Pinguim dos desenhos animados**. 2009. Disponível em: <https://br.vexels.com/png-svg/previsualizar/140960/pinguim-dos-desenhos-animados> Acessado em: 14 dez. 2018.