

Projeto Empreendedor

# Modelo do Negócio

**FARMA ACHEI**

Marília  
2023

**MODELO DE NEGÓCIOS** | Técnico em Administração  
Relatório Final

Projeto Empreendedor

# Modelo do Negócio

*FARMA ACHEI*

Amanda Alves  
Ana Clara Januario  
Gabriel Teles  
Mayara Modesto  
Miguel Agustin

Professor Orientador: Thais Yuri Matsumoto  
Mario Cesar Laurete Tedesco

Marília  
2023

# MODELO DE NEGÓCIOS

## APRESENTAÇÃO

---

Atualmente vivemos em um século em que as farmácias são essenciais para garantia da saúde e bem-estar da população, então o aplicativo e website FARMA ACHEI é uma revolucionária ferramenta de busca por medicamentos e produtos de bem-estar. O mesmo é pensado para que os clientes tenham uma experiência única de compra sempre priorizando a localização e preço dos produtos.

Suas funcionalidades principais são: Filtrar a localização do usuário com base na sua localização atual para que o app busque as farmácias mais próximas; filtrar para o usuário o preço do medicamento ou produto que o mesmo quiser com base no que desejar, seja o mais caro ou o mais barato.

O mesmo é benéfico para a população pois economiza o tempo dos clientes assim como seu dinheiro. Também há a extrema facilidade de uso e informações detalhadas dos produtos que são atualizados diariamente para que não haja divergências nos preços.

# SUMÁRIO

---

<b>SUMÁRIO</b> .....	<b>3</b>
<b>SUMÁRIO EXECUTIVO</b> .....	<b>5</b>
<b>Tópico 1   MOTIVAÇÃO</b> .....	<b>7</b>
1.1 Problema.....	7
1.2 Solução Potencial.....	7
1.3 Valor para o cliente .....	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação.....	7
1.5 Time de projetos.....	8
<b>Tópico 2   MODELO DO NEGÓCIO</b> .....	<b>9</b>
2.1 IDENTIDADE DA EMPRESA .....	9
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO .....	10
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR .....	11
2.4 FORMALIZAÇÃO DO NEGÓCIO .....	11
2.5 PIVOTAGEM DO MODELO DO NEGÓCIO .....	12
<b>Tópico 3   PRODUTO</b> .....	<b>14</b>
3.1 ESCOPO DO PRODUTO .....	14
3.2 MVP .....	14
3.2.1 Apresentação.....	15
3.2.2 Processo de Validação.....	17
3.3 PIVOTAGEM DO PRODUTO .....	17
<b>Tópico 4   MERCADO</b> .....	<b>19</b>
4.1 ANÁLISE SETORIAL.....	19
4.2 PESQUISA DE CAMPO.....	19
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo .....	20
4.2.2 Análise de Dados.....	22
4.3 COMPETIDORES .....	23
4.4 AMBIENTE INTERNO E EXTERNO .....	24
4.5 MARKETING E VENDAS.....	25
4.5.1 Composto de Marketing.....	25
4.5.2 Projeção de Vendas .....	26
4.6 PIVOTAGEM DO MERCADO .....	28
<b>Tópico 5   FINANÇAS</b> .....	<b>29</b>
5.1 PREMISSAS ECONÔMICO-FINANCEIRAS.....	Erro! Indicador não definido.
5.2 INVESTIMENTOS E FONTES DE RECURSOS.....	Erro! Indicador não definido.

<b>5.3 CUSTOS E DESPESAS</b> .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>5.4 ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO</b> .....	<b>30</b>
<b>5.5 RELATÓRIOS ECONÔMICO-FINANCEIROS</b> .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>5.6 ANÁLISE DE VIABILIDADE</b> .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>5.7 VALUATION</b> .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>5.8 PIVOTAGEM DAS FINANÇAS</b> .....	<b>31</b>
<b>PITCH</b> .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>

# SUMÁRIO EXECUTIVO

---

## **Propósito:**

O aplicativo de geolocalização das farmácias mais próximas e menores tem como objetivo fornecer aos usuários uma ferramenta conveniente e única, ajudando a encontrar farmácias próximas e farmácias próximas com preços, custos distantes e comparativos, medicamentos e medicamentos que podem ser encontrados de forma mais conveniente.

## **Definição do Negócio:**

O negócio consiste em desenvolver e operar um aplicativo de geolocalização que permite aos usuários encontrar farmácias próximas com base em sua localização atual. O aplicativo fornecerá informações sobre os produtos disponíveis nas farmácias, inclusive preços, permitindo que o usuário compare e escolha a opção que melhor se adapta às suas necessidades. Além disso, o aplicativo pode oferecer funcionalidades adicionais como avaliações de usuários, horário de funcionamento, serviços de entrega, promoções especiais, entre outros.

## **Time de Projeto:**

Amanda Alves, Ana Clara Januário, Gabriel Teles, Mayara Modesto, Miguel Agustin.

## **Produtos e Serviços:**

O aplicativo oferece os seguintes produtos e serviços:

- Localização geográfica da farmácia: o aplicativo permite que os usuários encontrem farmácias próximas com base em sua localização atual.
- Informações do produto: Os usuários podem visualizar informações detalhadas sobre os produtos disponíveis em qualquer farmácia, incluindo preço, marca, dosagem e muito mais.
- Comparação de preços: O aplicativo oferece uma função de comparação de preços, permitindo que os usuários indiquem uma farmácia que ofereça o produto desejado pelo menor preço.
- Avaliações dos usuários: os usuários podem deixar avaliações sobre as farmácias e seus produtos, fornecendo informações úteis para outros usuários.

## **Localização:**

O aplicativo será desenvolvido e instalado para uso em dispositivos móveis, como smartphones e tablets, que suportem os sistemas operacionais iOS e Android. É acessível a partir de qualquer local com acesso à internet e serviços de geolocalização estão disponíveis.

### **Mercado e Competidores:**

#### **Consulta Remédios e Saúde Já**

Ambos os aplicativos têm como objetivo facilitar o acesso a medicamentos e informações relevantes para os usuários. Eles utilizam a tecnologia de geolocalização para fornecer resultados precisos e relevantes, com o intuito de ajudar os usuários a economizar tempo e dinheiro na busca por medicamentos. A competição nesse mercado é acirrada, e outros aplicativos regionais ou locais podem existir, oferecendo serviços similares. Uma análise mais aprofundada do mercado local ajudará a identificar os concorrentes diretos e indiretos, bem como suas respectivas características e posicionamento.

## **Tópico 1 | MOTIVAÇÃO**

---

### **1.1 Problema**

No entanto, após a pandemia houve uma escassez de medicamentos e produtos hospitalares nos centros de saúde e nas farmácias em massa. Portanto, as pessoas precisam procurar e comprar medicamentos prescritos, mas como o mesmo possui uma insuficiência em locais públicos, os consumidores compram agora e, alguns medicamentos são muito caros, os consumidores de baixa renda não podem comprá-los ou não podem encontrá-los

### **1.2 Solução Potencial**

Pensando neste problema, temos a ideia de uma plataforma online que os consumidores conseguiram fazer a procura de seu produto e ver a disponibilidade dele, valor e onde ele pode encontrar fazendo assim um comparativo de custo-benefício para eles já que conseguiram ter acesso a estas informações sem que precisem sair de casa.

### **1.3 Valor para o cliente**

Com a plataforma os consumidores não terão que passar horas procurando por um remédio que seja acessível e também próximo de sua residência, já que na plataforma terá como fazer a procura e ter disponível valor do produto a localização do estabelecimento e também se está disponível ou não para a compra, fazendo em si eles economizarem tempo dinheiro e não terá o estresse de não conseguir encontrar o produto.

### **1.4 Fator de inovação e ou diferenciação**

Há uma decorrente busca em relação a remédios e a escassez que vem ocorrendo, não tem muitos meios que ajudem as pessoas em relação a isso, pensando nos problemas de pessoas do grupo que passam por isso e outras pessoas também o site irá auxiliar o



consumidor de uma forma prática e rápida na procura de seus produtos e também indicará os locais mais próximos do cliente para que ele possa comprar seus produtos.

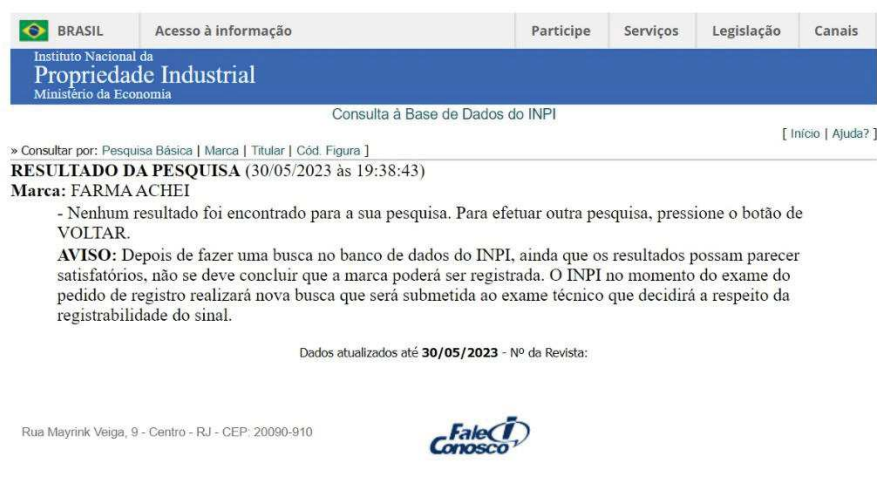
### 1.5 Time de projetos

Amanda Ana Clara	1. Pensamento Crítico; 2. Criatividade.
Gabriel	1. Comunicação efetiva; 2. Gerenciamento de tempo; 3. Liderança.
Mayara	1. Organização; 2. Competência Humano-Organizacional; 3. Criatividade
Miguel	1. Trabalho em equipe; 2. Comunicação efetiva.

## Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

### 2.1 Identidade da Empresa

O aplicativo FARMA ACHEI foi criado para facilitar a busca de farmácias por seus assinantes, para que assim eles ganhem tempo quando forem procurar medicamentos ou insumos sejam eles de baixo, médio ou alto custo. O objetivo não está nas entregas, mas sim em mapear a farmácia mais próxima também buscando priorizar o preço e praticidade.




The screenshot shows the INPI website interface. At the top, there is a navigation bar with the Brazilian flag and the text 'BRASIL', followed by menu items: 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. Below this is the INPI logo and the text 'Instituto Nacional da Propriedade Industrial' and 'Ministério da Economia'. The main heading is 'Consulta à Base de Dados do INPI' with a link '[ Início | Ajuda? ]'. The search results section shows: '» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura ]', 'RESULTADO DA PESQUISA (30/05/2023 às 19:38:43)', and 'Marca: FARMA ACHEI'. The results indicate: '- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.' and an 'AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.' At the bottom, it says 'Dados atualizados até 30/05/2023 - Nº da Revista:' and provides the address 'Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910' along with the 'Fale Conosco' logo.

A logo foi desenvolvida pensando na criatividade e agilidade com qual nós queremos abordar que seja nosso site e aplicativo. A cor escolhida foi o verde pois o mesmo é utilizado pela área da saúde. Tivemos várias divergências na escolha do nome pois o mesmo já foi chamado de Life Farma, Farma Já! Farma Live, porém, o que foi do encanto de todos foi a junção das palavras **farmácia** e **achei**. O próprio é autoexplicativo pois o nosso APP se refere a encontrar medicamentos e insumos de forma rápida, eficaz, que seja em uma localidade perto do consumidor e que possa ser barato independente de ser de baixo, médio ou alto custo.



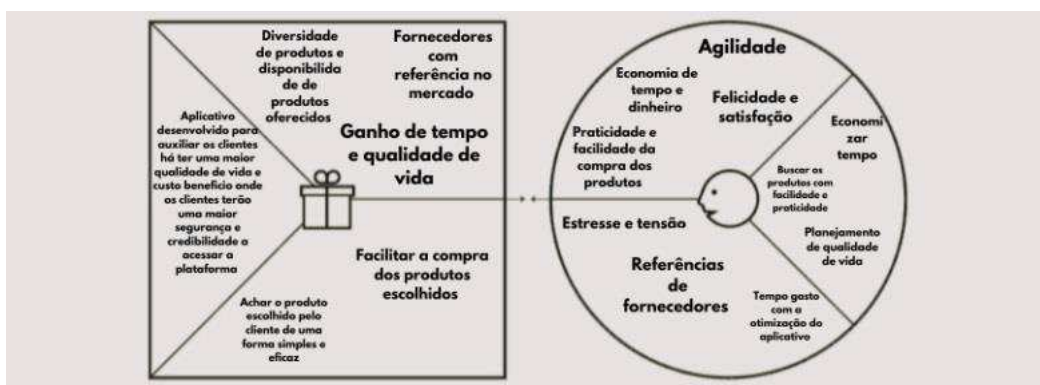
## 2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO

### Modelo Canvas

<b>Parcerias chave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Farmácias</li> <li>• Entregadores</li> <li>• Design</li> </ul>	<b>Atividades chave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa de localidade mais próxima</li> <li>• Preço</li> <li>• Consulta de disponibilidade</li> </ul>	<b>Oferta de valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acesso rápido e prático a preços, disponibilidade e localidade</li> </ul>	<b>Relacionamento</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suporte</li> <li>• Auxílio para os clientes</li> </ul>	<b>Segmentos de clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidores</li> <li>• Ramo farmacêutico</li> </ul>
	<b>Recursos chave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataforma moderna</li> <li>• Pesquisa de produtos</li> </ul>		<b>Canais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicativo</li> <li>• Site</li> </ul>	
<b>Estrutura de custos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento da plataforma (app/site)</li> <li>• Pesquisa de mercado</li> </ul>			<b>Fontes de receita</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregas</li> <li>• Vendas de serviços</li> <li>• Taxas de publicação dos produtos </li> </ul>	

## 2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR

O design de proposta de valor da **FARMA ACHEI** contém o benefício de procurar seus remédios sem que o cliente saia de sua residência, sendo assim, o mesmo ganha tempo e qualidade de vida pedindo seus medicamentos de maneira online visando que seja feita a entrega em sua casa ou se for de a vontade do cliente ir presencialmente buscar seu produto.



## 2.4 Formalização do Negócio

### Dados da Empresa

<b>Razão Social:</b>	MAGMA SOLUCOES DE BUSCA LTDA
<b>Nome Fantasia:</b>	FARMACHEI
<b>Ramo de Atividade:</b>	DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARES
<b>Site:</b>	<a href="https://farmaachei.my.canva.site/">https://farmaachei.my.canva.site/</a>
<b>Endereço</b>	COWORKING
<b>Prédio Próprio/Alugado</b>	ALUGADO

<b>Enquadramento Tributário:</b>	SIMPLES NACIONAL
<b>CNAE:</b>	6201-5/01

<b>Forma Jurídica:</b>	Sociedade por cotas limitadas
------------------------	-------------------------------

### Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
AMANDA ALVES	20%	R\$ 40.000,00
ANA CLARA JANUARIO	20%	R\$ 40.000,00
GABRIEL TELES	20%	R\$ 40.000,00
MAYARA MODESTO	20%	R\$ 40.000,00
MIGUEL AGUSTIN	20%	R\$ 40.000,00
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 200.000,00</b>

### Registros Necessários

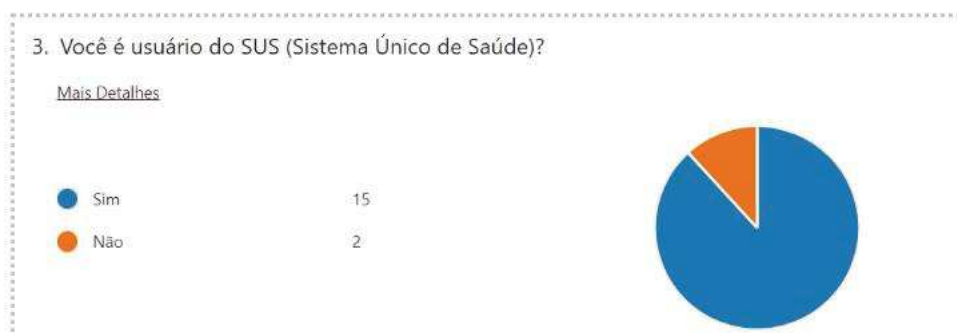
<b>Âmbito Municipal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ISS</b> Imposto Sobre Serviço</li> </ul>
<b>Âmbito Estadual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ICMS</b> Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços</li> </ul>
<b>Âmbito Federal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>IPI</b> Imposto sobre Produtos Industrializados</li> <li>• <b>IRPJ</b> Imposto de Renda Pessoa Jurídica, sobre a renda de CNPJ</li> <li>• <b>IOF</b> Imposto sobre operações financeiras</li> </ul>

### 2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

Para dar sequência a esse trabalho foi realizado uma pesquisa pelo site Microsoft Forms, com pessoas de diversas faixas etárias ao todo obteve-se respostas que conseguimos ter a noção que a nossa proposta é viável e teria a adesão dos consumidores. Segue abaixo as perguntas feitas e as respostas do formulário.

- Nome;
- Idade;
- Você é usuário do SUS (Sistema Único de Saúde);

- Qual é a probabilidade de você recomendar esse aplicativo para seus amigos ou a um colega;
- Qual é a probabilidade de você usar esse aplicativo.



6. Qual é a probabilidade de você utilizar esse aplicativo?

[Mais Detalhes](#)

Promotores	11
Passivos	3
Detratores	3



7. Qual é a probabilidade de você nos recomendar a um amigo ou a um colega?

[Mais Detalhes](#)

Insights

Promotores	10
Passivos	4
Detratores	3



## Tópico 3 | PRODUTO

---

### 3.1 Escopo do Produto

O site FARMA ACHEI tem como objetivo facilitar a busca por insumos e medicamentos que são disponibilizados por farmácias, no qual, o cliente terá a total disponibilidade de procurar o produto de sua escolha.

O mesmo possui funcionalidades práticas pois utiliza uma Inteligência Artificial para “rastrear” as farmácias que estão ao em torno do consumidor e também com o menor preço.

A FARMA ACHEI estará disponível para acesso pelo site para computadores, tablets, smartphones e desktops.



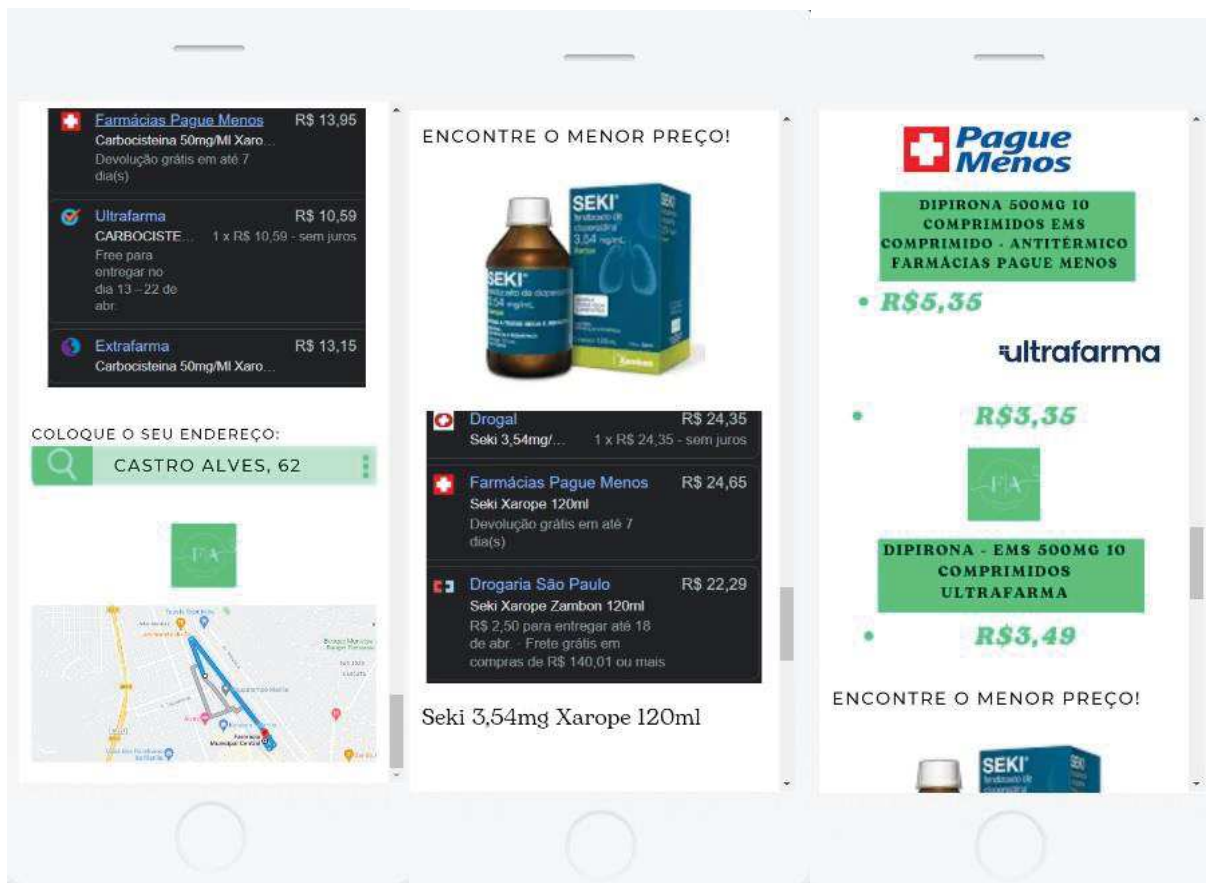
### 3.2 MVP

O Mínimo Produto Viável é uma versão do produto que apresenta um conjunto mínimo de suas características necessárias e fundamentais, visando colocá-lo “no ar” e fazer com que ele seja submetido aos testes necessários para validar sua viabilidade e também como método de aprimoramento da ideia original. Será apresentado um protótipo do aplicativo e site FARMA ACHEI para testar o modelo de negócios do startup,

permitindo a análise das demandas dos usuários, adequando o projeto às necessidades dos usuários afim de potencializar os resultados futuros.

### **3.2.1 Apresentação**







### 3.2.2 Processo de Validação

Para validar se o aplicativo é viável de ser utilizado foi criado um formulário com os as telas acima para que se comprove a praticidade do aplicativo o mesmo obteve 20 respostas colocando em consideração pessoas de diversas faixas etárias e classes sociais. Ao todo foi recolhido 85% de aprovação.

### 3.3 Pivotagem do Produto

A indústria farmacêutica é muito popular, por isso decidimos explorar esta área e tornar mais fácil para nossos usuários a pesquisa de seus medicamentos com apenas um

clique. Forneceremos a farmácia onde podem obter o produto que desejam e a farmácia onde inseriremos o medicamento e seu valor e o usuário poderá comprar e atender às suas necessidades em um local mais viável. Na nossa logo escolhemos a cor verde que representa saúde, seguida pela junção da palavra farmácia com o sinônimo “encontrar” colocando assim FARMA ACHEI.

## Tópico 4 | MERCADO

---

### 4.1 Análise Setorial

Partindo do ponto em que se sucede a criação de um aplicativo para auxiliar a compra de insumos e medicamentos pode-se colocar que em fator setorial há de relatar quantas farmácias há em uma determinada região. Sendo assim, na cidade de Marília onde o mesmo será criado e instituído encontra-se aproximadamente 163 farmácias, no qual, são inscritas por meio da geolocalização da ferramenta de busca “Google Maps”.

Contudo, não é possível quantificar quantas dessas farmácias vendem um produto X ou Y ou qual é a sua média de preços de medicamentos genéricos e/ou de insumos como por exemplo vitaminas que são muito pesquisadas nas mesmas. Por conta disso a escolha de ser criado um aplicativo que seja capaz de ligar informações como o preço, a localização e o melhor custo-benefício são uma das soluções mais benéficas para pessoas que possuem dificuldade em achar esses insumos por um preço amigável e que esteja próximo ao mesmo.

Além disso juntar o fator tecnológico com a saúde e bem-estar das pessoas é um parâmetro que tem crescido muito no mercado após o período pandêmico, onde a imensa maioria está priorizando cuidar da saúde física e mental. Podendo citar o aumento de 25% do consumo do suplemento Whey Protein no Brasil, insumo esse que é facilmente encontrado em farmácias, mas com preços totalmente diferentes.

Sendo assim, um aplicativo intuitivo que possa fornecer a localidade, preço, agilidade e praticidade ao cliente será visto como uma “mão na roda” para aqueles que usufruem de seus smartphones para realizar consultas de preços e para compra de medicamentos.

### 4.2 Pesquisa de Campo

Objetivos:	Identificar as oportunidades de mercado e a aceitação do uso do aplicativo para auxiliar na busca de insumos e medicamentos de pessoas de qualquer faixa etária.
------------	--

Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Potenciais usuários do aplicativo e farmácias que queiram usar o mesmo como meio de automação e facilidade de compra e venda de suas mercadorias.
Tamanho do Universo:	213.000.000
Tamanho da Amostra:	69
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	90%

#### 4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

### PESQUISA DE MERCADO

Olá! Somos estudantes do curso Técnico em Administração na Etec Antônio Devisate - Centro Paula Souza. Estamos fazendo uma pesquisa de campo para concluir o nosso Texto de Conclusão de Curso (TCC). Contamos com a sua colaboração!

1. Idade

- menos que 18 anos
- 18 a 40 anos
- 41 a 60 anos
- acima de 60 anos

2. Você possui um Smartphone?

- SIM
- NÃO

3. Com que frequência você pesquisa medicamentos?

- SEMPRE

- QUASE SEMPRE
- RARAMENTE
- NUNCA

4. Você conhece ou possui algum APP (aplicativo) que tenha a funcionalidade de pesquisar preço, geolocalização e medicamentos no geral?

- SIM
- NÃO
- NÃO SEI

5. Quando você procura por medicamentos, qual (is) os critérios de escolha são mais relevantes? Selecione até três opções.

- PREÇO
- LOCALIZAÇÃO
- DISPONIBILIDADE
- AGILIDADE NA ENTREGA
- OUTROS

6. Caso existisse um aplicativo que possibilitasse realizar compras de medicamentos disponíveis aos arredores da sua localização com os preços, você utilizaria esse aplicativo?

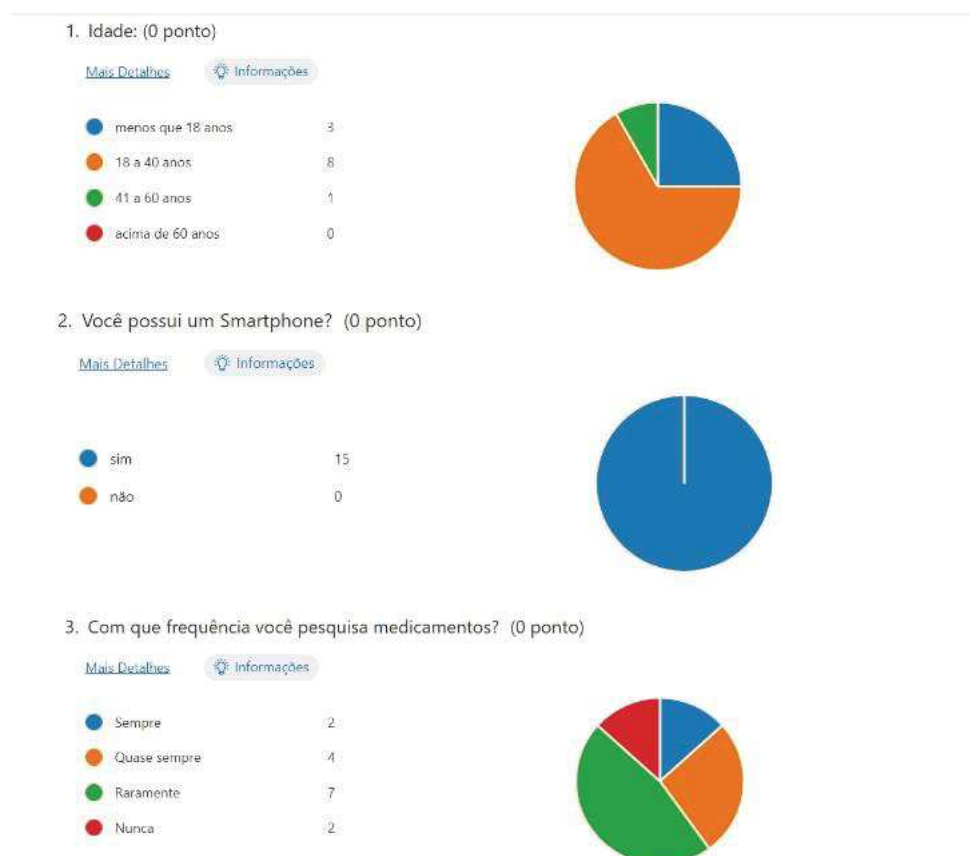
- SIM
- NÃO
- TALVEZ

7. Em uma escala de 0 a 10 o quanto você recomendaria a um amigo ou parente esse aplicativo?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10  
( )    ( )    ( )    ( )    ( )    ( )    ( )    ( )    ( )    ( )

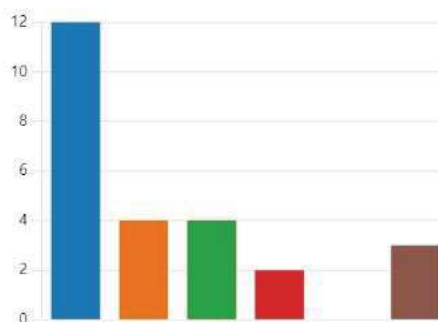
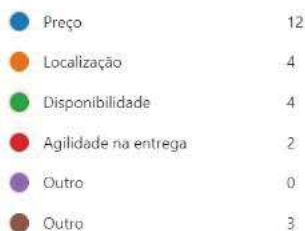
## 4.2.2 Análise de Dados

Com a análise na pesquisa de mercado que fizemos pela plataforma forms, tivemos resultados positivos que agregaram em nosso trabalho



5. Quando você procura por medicamentos, qual(is) os critérios de escolha são mais relevantes? Selecione até três opções.

[Mais Detalhes](#)



6. Caso existisse um aplicativo que possibilitasse realizar compras de medicamentos disponíveis aos arredores da sua localização com os preços, você utilizaria esse aplicativo?

[Mais Detalhes](#)

[Informações](#)

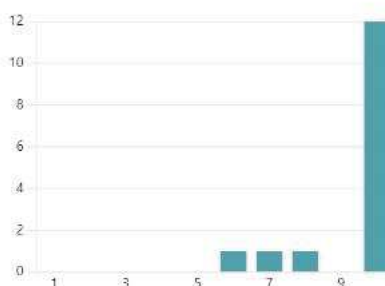


7. Em uma escala de 0 a 10 o quanto você recomendaria a um amigo ou parente esse aplicativo? (0 ponto)

[Mais Detalhes](#)

[Informações](#)

9.40  
Classificação Média



### 4.3 Competidores

O APP, ao oferecer um serviço único e sem concorrentes diretos no mercado, destaca-se como uma solução inovadora e diferenciada. No entanto, existem concorrentes indiretos que, apesar de não oferecerem exatamente o mesmo serviço, podem representar alternativas para os clientes em potencial.

Concorrente	Fator 1	Fator 2	Fator 3
-------------	---------	---------	---------



	<b>Facilidade de navegação do usuário</b>	<b>Proteção de dados</b>	<b>Variedade de serviços</b>
<b>1. CONSULTA REMÉDIOS</b>	Avaliar a facilidade de uso e navegação do aplicativo.	Permite a compra de medicamentos diretamente pelo app, com a segurança de dados.	Consulta de preços de medicamentos no Brasil.
<b>2. SAÚDE JÁ</b>	Avaliar se os aplicativos possuem um bom suporte ao cliente, com canais de comunicação eficientes para resolver dúvidas ou problemas dos usuários.	Verificar se os aplicativos adotam medidas de segurança e proteção de dados dos usuários, garantindo a privacidade das informações pessoais.	Permite agendar consultas médicas e verificar preços de medicamentos em farmácias próximas.

O APP obtém por meio de parcerias com farmácias ou serviços de entrega próprios, com informações sobre preços, promoções e localização de farmácias mais próximas.

#### 4.4 Ambiente Interno e Externo

	<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<b>I N T E R N A S</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da demanda por serviços de saúde devido ao envelhecimento da população</li> <li>• Crescimento contínuo do mercado farmacêutico e cosmético</li> <li>• Aumento do uso de smartphones e dispositivos móveis, o que aumenta o alcance do aplicativo</li> <li>• Regulamentações governamentais que incentivam o uso de tecnologia para melhorar o acesso à saúde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A concorrência de outros aplicativos de farmácias pode reduzir a base de usuários do aplicativo</li> <li>• Mudanças nas políticas de saúde e seguros podem afetar negativamente a rentabilidade do aplicativo</li> <li>• A falta de confiança em aplicativos de saúde pode fazer com que alguns usuários hesitem em usar o aplicativo para comprar medicamentos</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas de segurança de dados podem prejudicar a reputação do aplicativo e reduzir a confiança do usuário</li> </ul>
	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<b>E X T E R N A S</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente demanda por serviços de saúde e produtos farmacêuticos;</li> <li>• Aumento do uso de dispositivos móveis e aplicativos relacionados à saúde;</li> <li>• Potencial para expandir para novos mercados, incluindo regiões geográficas e segmentos de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência de outros aplicativos de farmácias;</li> <li>• Mudanças regulatórias e políticas de saúde que podem afetar negativamente o mercado;</li> <li>• Preocupações com privacidade e segurança de dados dos usuários.</li> </ul>

## 4.5 Marketing e Vendas

### 4.5.1 Composto de Marketing

<b>Produto</b>	<p><b>Variedade:</b> em opções de farmácias “concorrentes” e comparações de preços de medicamentos</p> <p><b>Qualidade:</b> rapidez na busca, opções, preços variáveis, tempo, geolocalização.</p> <p><b>Designer:</b> Aprimoramos a concorrência e o produto em um mesmo site com base em suas buscas recentes com a inteligência artificial, layout com cores adequadas, fácil acesso, clareza nas informações, facilidade na navegação e praticidade para os usuários</p>
----------------	--

<b>Preço</b>	Nossa margem de lucro será a partir do marketing das farmácias associadas à nossa plataforma, na venda do produto, na visibilidade da maior dentro da plataforma com suas propagandas.
<b>Praça</b>	APP e SITE (REMOTO)
<b>Promoção</b>	Concorrência entre nossos vendedores adquirentes da plataforma, fazendo com que haja queda de preço entre os comércios.

#### 4.5.2 Projeção de Vendas

Estima-se, com base nas projeções e estratégias de marketing implementadas, que as vendas do aplicativo de busca de medicamentos e cosméticos nas farmácias mais próximas aumentem gradualmente ao longo dos meses.

Conforme o produto ganha reconhecimento e popularidade por meio de campanhas de divulgação, espera-se um crescimento consistente nas vendas. Prevê-se que o maior lucro seja alcançado no mês de dezembro, com um total estimado de R\$ 160.000,00. Essa estimativa leva em consideração o aumento da demanda durante as festas de fim de ano, quando as pessoas estão mais propensas a comprar medicamentos e cosméticos.

É importante ressaltar que essas são projeções aproximadas e estão sujeitas a diversas variáveis, como a eficácia das estratégias de marketing, a concorrência no mercado e fatores externos que possam afetar o comportamento do consumidor.

PROJEÇÃO DE VENDAS	
JANEIRO	R\$ 100.000,00
FEVEREIRO	R\$ 105.000,00
MARÇO	R\$ 110.000,00
ABRIL	R\$ 115.000,00
MAIO	R\$ 120.000,00
JUNHO	R\$ 125.000,00
JULHO	R\$ 130.000,00
AGOSTO	R\$ 135.000,00
SETEMBRO	R\$ 140.000,00
OUTUBRO	R\$ 145.000,00
NOVEMBRO	R\$ 155.000,00
DEZEMBRO	R\$ 160.000,00



#### 4.6 Pivotagem do Mercado

A seleção de mercado envolve o processo estratégico de direcionar um modelo de negócios para atender às necessidades do cliente, explorar oportunidades de mercado e se destacar da concorrência.

Com base nisso, nossa empresa foca em oferecer serviços médicos modernos por meio de um aplicativo e um site, com o objetivo de facilitar a busca por medicamentos e estreitar o relacionamento com nossos clientes.

Nosso diferencial competitivo é fornecer uma plataforma intuitiva e completa, onde os usuários podem encontrar informações sobre medicamentos e cosméticos, consultar a disponibilidade nas farmácias próximas, comparar preços e fazer pedidos com antecedência. Nossa solução visa tornar o processo de compra de medicamentos mais fácil e eficiente para os clientes, proporcionando-lhes uma experiência melhor e mais confiável.

## Tópico 5 | FINANÇAS

	ACESSÓRIOS	QUANT		VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	
	<b>utensílios de uso diário</b>	CANETA	3	CAIXA	R\$ 36,80	R\$ 110,40
LÁPIS		1	CAIXA	R\$ 54,40	R\$ 54,40	
BORRACHA		1	CAIXA	R\$ 29,90	R\$ 29,90	
POST-IT		1	CAIXA	R\$ 83,00	R\$ 83,00	
AGENDA		6		R\$ 35,69	R\$ 214,14	
RÉGUA		2		R\$ 6,00	R\$ 12,00	
MARCA TEXTO		3	CAIXA	R\$ 28,00	R\$ 84,00	
GRAMPO		1	CAIXA	R\$ 30,73	R\$ 30,73	
GRAMPEADOR		6		R\$ 40,28	R\$ 241,68	
CLIPS		1		R\$ 18,74	R\$ 18,74	
CALCULADORA		6		R\$ 27,28	R\$ 163,68	
KIT ORGANIZADOR		6		R\$ 39,99	R\$ 239,94	
FOLHA SUFITE		10		R\$ 297,00	R\$ 2.970,00	
			<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 727,81</b>	<b>-R\$ 4.252,61</b>
<b>Material Eletrônico</b>		Computadores	6		R\$ 5.983,00	R\$ 35.898,00
	Celulares	2		R\$ 2.400,00	R\$ 4.800,00	
	Impressora	2		R\$ 5.627,00	R\$ 11.254,00	
	Fone	6		R\$ 87,90	R\$ 527,40	
	ar-condicionado	1		R\$ 2.259,00	R\$ 2.259,00	
	Micro-ondas	1		R\$ 650,00	R\$ 650,00	
	Notebook	1		R\$ 2.998,00	R\$ 2.998,00	
			<b>TOTAL</b>		<b>R\$ 20.004,90</b>	<b>R\$ 58.386,40</b>

<b>despesas de funcionamento</b>	alvará	R\$ 526,00
	programa de gestão (software) (depende) (mês)	R\$ 500,00
	wifi	R\$ 159,90
	aluguel	R\$ 3.000,00
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 4.185,90</b>
	<b>TOTAL INVESTIDO</b>	<b>R\$ 58.319,69</b>

A tabela apresentada mostra uma filtragem de despesas necessárias para nosso escritório geral e por funcionário, sendo assim apresentamos gastos variáveis e fixos, com preços unitários a aqueles que possuem e por caixa para aqueles que não são vendidos separadamente em nossos utensílios. Por último as despesas para nosso funcionamento.

DESPESAS GERAIS	CUSTO (MÉDIA)	TIPO
MARKETING	R\$ 2.500,00	FIXO
COMPUTADORES	R\$ 35.898,00	VARIÁVEL
MATERIAL DE ESCRITORIO	R\$ 14.786,81	VARIÁVEL
WI-FI	R\$ 159,90	FIXO
ALUGUEL COWORKING	R\$ 3.000,00	FIXO
SALÁRIO E ENCARGOS	R\$ 19.326,24	FIXO
MANUTENÇÃO	R\$ 1.700,00	VARÍAVEL
<b>TOTAL DAS DESPESAS</b>	<b>R\$ 77.370,95</b>	

## 5.2 Estratégias de precificação

Tendo como público-alvo pessoas com faixa etária entre 16 a 50 anos de idade, vamos criar algo facilitado e prático, com um baixo custo para assinantes e empresas associadas à nossa plataforma. Sendo assim o custo será para associados um plano mensal de \$129,99/mês e para assinantes uma taxa única no valor de \$3,00 na assinatura (pagamento único cobrado em cada cadastro), e uma taxa variável a cada associado pela nossa publicidade/propaganda.

### **5.3 Pivotagem das finanças**

Com base em nossos relatórios financeiros chegamos à conclusão de que o aplicativo se torna viável a todos os tipos de rentabilidade visto que, possuímos um preço fixo a ser cobrado das farmácias parceiras, para utilização do nosso sistema de busca. Além do ganho pela publicidade afiliada.

Portanto, ao visar os gastos com os investimentos e com as despesas necessárias para criação e manutenção do aplicativo podemos observar que, comparando com aplicativos que tem a mesma funcionalidade e ao analisar os mesmos concluímos que obtivemos um baixo fluxo de gastos fazendo com que nosso investimento retorne mais rápido ao caixa.



## REFERÊNCIAS

<https://negocios.cr.com.br/>

<https://www.gov.br/inpi/pt-br>

<https://saude.curitiba.pr.gov.br/atencao-primaria/saude-ja-curitiba.html>

<https://www.microsoft.com/pt-br/microsoft-365/online-surveys-polls-quizzes>

<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-12042019-152435/publico/OriginalTatiana.pdf>

UNIVEM. Relatório de Projeto *startup*. São Paulo: Univem, 2023. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Senso).