
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA – MINISTRO RALPH BIASI
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Giovanna da Silva Gomes
Juscélio Rocha Dias

APLICATIVO ACHAPET



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA- MINISTRO RALPH BIASI
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Giovanna da Silva Gomes

Juscélio Rocha Dias

APLICATIVO ACHAPET

Elaboração de um Plano de Negócio desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Gestão Empresarial, sob a orientação da Professora Especialista Liliana Aparecida de Oliveira Scafi Vulcano.

Área de concentração: Inovação e Empreendedorismo

Americana

2019

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

G614a GOMES, Giovanna da Silva

Aplicativo AchaPet. / Giovanna da Silva Gomes, Juscélio Rocha Dias. –
Americana, 2019.

78f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) - -
Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação
Tecnológica Paula Souza

Orientador: Profa. Esp. Liliana Aparecida de Oliveira Scafi Vulcano

1. Empreendedorismo 2. Dispositivos móveis - aplicativos I. DIAS,
Juscélio Rocha II. VULCANO, Liliana Aparecida de Oliveira Scafi. III. Centro
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de
Americana

CDU: 658.3-05
681.519

Giovanna da Silva Gomes

Juscélio Rocha Dias

APLICATIVO ACHAPET

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

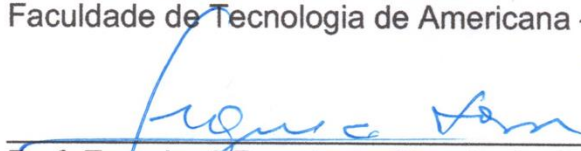
Área de concentração: Inovação e Empreendedorismo.

Americana, 12 de junho de 2019.

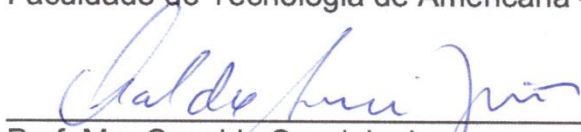
Banca Examinadora:



Prof. Esp. Liliana Aparecida de Oliveira Scafi Vulcano
Faculdade de Tecnologia de Americana – FATEC



Prof. Esp. José Renato de Siqueira Lopes
Faculdade de Tecnologia de Americana – FATEC



Prof. Me. Osvaldo Succi Junior
Faculdade de Tecnologia de Americana – FATEC

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Quantidade de animais perdidos	16
Figura 2 - Questionário 1. Cidades dos prováveis usuários do aplicativo	22
Figura 3 – Questionário 1. Disposto a ajudar a reencontrar um animal perdido?.....	22
Figura 4 – Questionário 1. Disposto a usar um aplicativo para ajudar a reencontrar animal perdido?	23
Figura 5 – Questionário 1. Interesse na utilização do aplicativo em caso de brindes	23
Figura 6 - Questionário 2. Cidades onde as pessoas que perderam algum animal moram	24
Figura 7 - Questionário 2. Tipo de animal perdido	24
Figura 8 - Questionário 2. Encontrou seu animal?	25
Figura 9 - Questionário 2. Quanto tempo o animal está perdido?	25
Figura 10 - Questionário 2. Qual meio o ajudou a encontrar seu animal?	26
Figura 11 - Questionário 2. Utilizaria um aplicativo?	26
Figura 12 - Questionário 2. Estaria disposto a contribuir?.....	27
Figura 13- Questionário 2. Disposto a contribuir com alguma quantia?	27
Figura 14 - Questionário 3. Cidade onde a empresa se localiza	28
Figura 15 – Questionário 3. Tipo de estabelecimento	28
Figura 16 - Questionário 3. Quanto estaria disposto a pagar?	29
Figura 17 - Questionário 3. Quanto estaria disposto a pagar se a empresa tiver exclusividade?.....	29
Figura 18 - Matriz <i>SWOT</i> da empresa AchaPet	33
Figura 19 - <i>Instagram</i> do AchaPet.....	37
Figura 20 - Página no <i>Facebook</i>	38
Figura 21- <i>Flyer</i> do AchaPet.....	38
Figura 22- Logotipo do AchaPet.....	39
Figura 23 - <i>Android Studio</i>	42
Figura 24 – Tela: Perdi/ Encontrei um <i>pet</i>	43
Figura 25 - Tela: Cadastro	43
Figura 26 - Tela: Pesquisa	44
Figura 27- Tela adoção.	45
Figura 28 - Quadro de Requisitos Funcionais	46
Figura 29 - Organograma do AchaPet	49

Figura 30 - Investimento com equipamentos.....	51
Figura 31 - Investimento com móveis e utensílios.....	52
Figura 32 - Investimentos pré-operacionais	53
Figura 33 - Investimento total.....	53
Figura 34 - Custos fixos operacionais mensais	55
Figura 36 - Projeção do Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE)	56
Figura 37 - Índice de lucratividade	57
Figura 38- Rentabilidade	58
Figura 39 - Quadro dos cenários.....	59
Figura 40 (A) - <i>Site</i> do AchaPet.....	70
Figura 40 (B) - <i>Site</i> do AchaPet.....	70
Figura 40 (C) - <i>Site</i> do AchaPet	71
Figura 41 (A) - Modelo do aplicativo no papel	72
Figura 41 (B) - Modelo do aplicativo no papel	73
Figura 41 (C) - Modelo do aplicativo no papel.....	74
Figura 42 - Modelo do aplicativo no Desenhos <i>Google</i>	75
Figura 43 – Perdi um animal	76
Figura 44 – Encontrei um animal.....	77
Figura 45 - Adotar um animal.....	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANDA - Agência de Notícias de Direitos Animais;

ABINPET - Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação;

CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas;

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social;

CPP - Contribuição para a Seguridade Social, destinada à Previdência Social, a cargo da Pessoa jurídica;

CSSL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido;

DAS - Documento de Arrecadação do Simples Nacional;

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística;

IDE - *Integrated Development Environment*;

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial;

IOS - *Iphone Operating System*;

IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica;

ISS - Imposto sobre Serviços

LTDA – Sociedade Limitada;

ONG - Organização Não Governamental;

PIS/PASEP - Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público;

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas;

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito;

SWOT – Do Inglês *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Análise do ambiente interno e externo da empresa.

SUMÁRIO

1	SUMÁRIO EXECUTIVO	11
1.1	Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio	11
1.2	Dados do Empreendimento.....	12
1.3	Formas e aspectos jurídicos e tributários.....	12
1.4	Core Business.....	13
1.4.1	Missão, Visão e Valores.....	13
1.5	Setor de atividade	14
2.	ANÁLISE ESTRATÉGICA E DE MERCADO	15
2.1	Cenário macro-ambiental	15
2.1.1	Fatores demográficos	15
2.1.2	Fatores econômicos.....	16
2.1.3	Fatores naturais	17
2.1.4	Fatores tecnológicos	17
2.1.5	Fatores político-legais.....	18
2.1.6	Fatores culturais	19
2.2	Fatores-chave de sucesso e desafios da empresa	19
2.3	Público-alvo.....	20
2.4	Pesquisa de mercado	21
2.4.1	Questionário 1 “Pesquisa sobre a disposição de usar um aplicativo de busca de animais perdidos”	22
2.4.2	Questionário 2 “Pesquisa direcionada às pessoas que perderam algum animal de estimação”	23
2.4.3	Questionário 3 “Pesquisa direcionada aos potenciais parceiros que atuam no mercado pet”	27
2.5	Estudo dos concorrentes.....	29
2.6	Estudo dos fornecedores	30
3	AValiação ESTRATÉGICA.....	32
3.1	Análise da Matriz SWOT	32
4	PLANO DE MARKETING	36
4.1	Descrição do serviço.....	36
4.2	Preço.....	36
4.3	Estratégias promocionais	36

4.3.1 <i>Slogan</i>	39
4.3.2 Definição da marca.....	39
4.4 Estrutura de comercialização.....	40
4.5 Localização do negócio.....	40
5 PLANO OPERACIONAL	41
5.1 <i>Layout</i> do aplicativo	41
5.1.1 Telas	42
5.2 Capacidade produtiva	45
5.3 Processos Operacionais	45
5.4 Necessidade de pessoal	49
6 PLANO FINANCEIRO	51
6.1 Estimativas dos investimentos fixos.....	51
6.1.1 Máquinas e equipamentos.....	51
6.1.2 Móveis e utensílios	51
6.1.3 Total dos investimentos fixos.....	52
6.2 Capital de giro	52
6.3 Investimentos pré-operacionais	52
6.4 Investimento total.....	53
6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa.....	54
6.6 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais.....	54
6.7 Fluxo de caixa	55
6.8 Demonstrativos de resultado.....	56
6.9 Indicadores de viabilidade.....	56
6.9.1 Ponto de equilíbrio	56
6.9.2 Índice de lucratividade	57
6.9.3 Rentabilidade	57
6.9.4 Prazo de retorno do investimento	58
7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	59
7.1 Plano de Contingência	60
8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
APÊNDICE A – Questionário 1 “Pesquisa sobre a disposição de usar um aplicativo de busca de animais perdidos”.....	66
APÊNDICE B – Questionário 2 “Pesquisa direcionada às pessoas que perderam	

algum animal de estimação”.....	67
APÊNDICE C – Questionário 3 “Pesquisa direcionada aos potenciais parceiros que atuam no mercado <i>pet</i> ”	69
APÊNDICE D – <i>Site</i> do AchaPet.....	70
APÊNDICE E – Aplicativo em desenho.....	72
APÊNDICE F – Fluxogramas de acesso ao sistema.....	76

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Devido a um expressivo número de animais de estimação que são perdidos nas cidades de Americana, Nova Odessa e Santa Bárbara D'Oeste, há um grande número de indivíduos e organizações trabalhando arduamente com o intuito de fazê-los retornarem aos seus donos. Porém eles atuam de maneira espalhada e com pouco contato com parceiros da mesma obra. Considerando este cenário, o caminho mais comum tem sido o uso de páginas e grupos nas redes sociais do *Facebook* para obtenção de informações dos animais perdidos e encontrados. Entretanto, dadas as limitações dos grupos do *Facebook*, tais informações aparecem de maneira desordenada e, além disso, há anúncios ainda ativos de animais já encontrados e muitas desavenças ocorrem entre os membros do grupo, fazendo com que muitos se desliguem das mesmas.

Buscando suprir esta demanda, propõe-se o desenvolvimento de um aplicativo para dispositivos móveis que disponibilizará anúncios de animais de estimação tanto perdidos quanto encontrados, oferecendo uma maior visibilidade e fazendo com que as informações não se percam ao longo do tempo.

O aplicativo AchaPet tem como objetivo possibilitar às pessoas que perderam seus animais de estimação, assim como aqueles que encontrem algum animal perdido, um meio de se cadastrar e inserir dados destes animais com o intuito de que os mesmos possam voltar para os seus lares. Se os dados de um animal perdido tiverem certa porcentagem de semelhança de um animal encontrado, o aplicativo irá alertar imediatamente a pessoa que o perdeu e esta poderá entrar em contato com a pessoa que compartilhou os dados do animal, possibilitando uma melhor comunicação para a verificação dos dados disponibilizados.

Uma vez encontrado o animal, o aplicativo possibilitará que o usuário tire o anúncio da plataforma, avalie como foi a sua experiência na sua utilização assim como realizar uma doação em dinheiro para manutenção e evolução do aplicativo.

Por ser um Plano de Negócio e a empresa ainda não está atuando no mercado, todas as informações serão dadas no futuro.

1.1 Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio

A empresa AchaPet inicialmente fará um investimento aproximado de R\$

17.308,00 que será dividido entre equipamentos, móveis e utensílios, investimentos pré-operacionais e o capital de giro da empresa. Através das três pesquisas de mercado feitas pelos autores do projeto, estima-se um faturamento de aproximadamente R\$ 4.000,00 por mês, sendo R\$ 3.500,00 oriundo de divulgações das marcas das empresas parceiras e R\$ 500,00 de doações dos usuários do aplicativo, obtendo um lucro líquido no primeiro ano de R\$ 8.219,05 e rentabilidade de 47%.

Se a empresa começar com 24 anúncios por mês de empresas parceiras no valor de 150,00 conseguirá se manter mensalmente. E para saber se o projeto seria viável ou não, foi utilizado o método *payback*, onde constatou-se que em 18 meses o proprietário conseguirá o retorno do investimento.

1.2 Dados do Empreendimento

Razão Social: AchaPet

Nome Fantasia: AchaPet.

Autores do projeto: Giovanna da Silva Gomes, Juscélio Rocha Dias.

Desenvolvedores do aplicativo: Danilo Fernandes Aguiar, Eduardo Akira Watanabe.

Sede: Rua Fioravante Chinellato, 675, Bloco B, apto 24- Vila Dainese, CEP: 13469-240, Americana- SP.

1.3 Formas e aspectos jurídicos e tributários

O empreendedor do projeto optará por se enquadrar como MEI (Microempreendedor Individual), pois será a opção mais viável no começo do negócio. O Microempreendedor Individual é um profissional autônomo ou aquele que tem um micro negócio, podendo se enquadrar em uma ou mais atividades em um único CNPJ e ter somente um empregado. Para pertencer a essa categoria, a empresa precisa ter um faturamento mensal de R\$ 6.750,00 ou R\$ 81.000,00 por ano (SEBRAE, 2019).

O MEI é uma modalidade de microempresa, com natureza jurídica de empresário individual optante pelo Simples Nacional, que é um regime diferenciado, simplificado e favorecido, aplicável às microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos definidos na Lei nº 9.317, de 1996, estabelecido em cumprimento ao que

determina o disposto no art. 179 da Constituição Federal de 1988 (SIMPLES NACIONAL, 2019).

Com o Simples Nacional o recolhimento dos tributos é mensal e ocorre mediante um documento único de arrecadação, o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional). Nessa arrecadação são recolhidos os seguintes impostos e contribuições:

- Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ);
- Imposto sobre Serviços (ISS);
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS);
- Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP);
- Contribuição para a Seguridade Social, destinada à Previdência Social, a cargo da Pessoa jurídica (CPP);

O AchaPet terá total responsabilidade dos deveres referente ao pagamento de impostos e tributos para o governo, a empresa encaminhará para o escritório contábil toda a documentação mensal para apuração dos valores devidos em prazo hábil para o recolhimento do Simples Nacional, que deve ser efetuado até o último dia útil da primeira quinzena do mês subsequente do período de apuração do tributo.

1.4 Core Business

Considerando o quanto cada vez mais animais de estimação são valorizados pela sociedade, o aplicativo AchaPet tem como objetivo viabilizar aos seus usuários, de maneira clara, simples e eficaz, criarem publicações de animais perdidos e encontrados para que sejam recuperados pelos seus respectivos donos. Os usuários serão criteriosamente avaliados uns pelos outros através de um sistema de reputação, que seguirá critérios de confiabilidade e honestidade das informações compartilhadas, clareza na comunicação, etc. Deste modo, a comunidade poderá ser fortalecida com o descobrimento de líderes da causa que passarão credibilidade a todos que precisarem usar os serviços do aplicativo.

1.4.1 Missão, Visão e Valores

A Missão, Visão e os Valores foram definidos com base nos objetivos principais da empresa: trazer animais de estimação de volta aos donos de maneira rápida e eficaz e, se possível, devolver à sociedade contribuições para ONGs que cuidam de animais abandonados.

Missão:

“Possibilitar às pessoas que perderam seus animais de estimação encontrá-los o mais rápido possível”.

Visão:

“Sermos reconhecidos nacionalmente como o melhor aplicativo para encontrar animais de estimação, para que haja menos animais perdidos”.

Valores:

- Amor e respeito aos animais;
- Integridade;
- Empatia;
- Mentalidade caridosa e altruísta;
- Senso de pertencimento ao serviço em prol da comunidade;
- Comprometimento pessoal.

1.5 Setor de atividade

O AchaPet, por se tratar de um aplicativo móvel atuará no setor terciário da economia, na prestação de serviços de informação ao consumidor final. Especificamente, trabalhará no setor de aplicativos móveis, que de acordo com a Classificação Nacional das Atividades Exercidas (CNAE), a atividade principal da empresa se enquadra na classe 6399-2/00 - Outras atividades de prestação de serviços de informação.

2. ANÁLISE ESTRATÉGICA E DE MERCADO

Segundo Kotler e Keller (2006) o desenvolvimento e a implementação de um plano de marketing envolvem diversas decisões que deveriam ser tomadas após estudo das tendências macro ambientais e os efeitos específicos a seu negócio.

2.1 Cenário macro ambiental

As empresas e seus fornecedores, clientes, concorrentes e público operam em um macroambiente que se caracteriza pelas forças que representam fatores não controláveis aos quais a empresa precisa monitorar e reagir. Kotler, Keller (2006) destacam seis forças importantes: a demográfica, a econômica, a natural, a tecnológica, a político-legal e a sociocultural.

2.1.1 Fatores demográficos

Kotler, Keller (2006, p. 78) afirmam que a principal força demográfica que os profissionais monitoram é a população, cujos aspectos de maior interesse são o seu tamanho e a sua taxa de crescimento, a distribuição das faixas etárias e sua composição étnica, os graus de instrução e os padrões familiares.

A população de Americana - SP no ano de 2010 era de 210.638 e a estimativa de crescimento para o ano de 2018 era de 237.112 pessoas. A população da cidade de Santa Bárbara D'Oeste era de 180.009 no ano de 2010 e a estimativa de crescimento para o ano de 2018 era de 192.536 pessoas. E a população da cidade de Nova Odessa no ano de 2010 era de 51.242 e a estimativa de crescimento para o ano de 2018 era de 59.371 pessoas (IBGE, 2018).

Não foi possível chegar a um número verdadeiro de animais domésticos que desaparecem mensalmente nas cidades onde o aplicativo atuará, pois, entidades governamentais e ONGs, que cuidam de animais abandonados, não fazem pesquisa sobre esse tema. Sendo assim os autores do projeto optaram por estudarem as comunidades “Cães e gatos perdidos- Americana e Região” e “Cães Perdidos SBO e região” do *Facebook*, onde pessoas criam anúncios dos seus animais para que outros membros possam ajudá-las, para levantar o número aproximado de animais perdidos (FACEBOOK 2018).

Foram estudados nestas comunidades os meses de agosto e setembro de 2018 para saber a quantidade de animais perdidos nessas cidades, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 - Quantidade de animais perdidos

Cidades	Agosto	Setembro	Total
Americana	32	38	70
Nova Odessa	3	12	15
Santa Barbara D'Oeste	32	27	59
Total	67	77	144

Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa foi feita através dos anúncios dos donos desses animais perdidos nestas comunidades. A cada dia os autores do projeto contabilizaram quantos animais desapareciam nos dois grupos e verificavam se os mesmos não eram encontrados ao longo da semana. Como demonstra a Figura 1 foram perdidos nos dois meses um total de 144 animais nas três cidades.

2.1.2 Fatores econômicos

Para que existam mercados, é preciso que haja pessoas e poder de compra, que depende da renda, dos preços, da poupança, do endividamento e da disponibilidade de crédito. (KOTLER, KELLER, 2006, p. 84)

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação, o Brasil tem a quarta maior população de animais de estimação do mundo, somando um total de 132 milhões de animais no país. O presidente executivo da Abinpet José Edson Galvão de França, afirma que o setor pet corresponde a 0,38% do PIB brasileiro e teve um faturamento de 19,2 bilhões de reais, com uma expansão de quase 7% neste mesmo ano (ABINPET, 2018).

Uma pesquisa feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em todas as capitais do país revelou que em média o brasileiro gasta R\$ 189,00 todos os meses, sendo que esse valor aumenta para R\$ 224 entre os consumidores das classes A e B (SPC Brasil, 2017).

Considerando esses fatores econômicos, o AchaPet não terá obstáculos ao

entrar no mercado, visto que atualmente esse ramo está em crescimento, pois as pessoas estão criando mais animais de estimação e conseqüentemente gastam mais com o bem-estar dos mesmos. O AchaPet irá capitalizar recursos através de patrocinadores, e além disso oferecerá aos usuários a oportunidade de fazer doações, para a manutenção do aplicativo.

2.1.3 Fatores naturais

As empresas precisam estar conscientes das ameaças e das oportunidades associadas a quatro tendências do ambiente natural: a escassez de matérias-primas, especialmente de água, o custo mais elevado de energia, os níveis mais altos de poluição e a mudança no papel dos governos. (KOTLER, KELLER, 2006, p. 88).

Um dos fatores que pode influenciar na demanda do aplicativo é o sinal das operadoras, que por meio delas os usuários têm acesso a rede 3G, ligações e mensagens, e sem esses fatores uma vez que o aplicativo necessita de internet para operar de maneira adequada.

2.1.4 Fatores tecnológicos

Cada nova tecnologia é uma força de “destruição criativa”. Em vez de migrar para as novas tecnologias, muitas empresas antigas lutaram contra elas ou as desprezaram, e seus negócios minguaram. (KOTLER, KELLER, 2006, p. 90)

Cada vez mais as pessoas estão conectadas à internet através de celulares inteligentes, prova disso é um estudo feito pelo professor titular de TI Fernando S. Meirelles (2018) da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) onde afirma que o Brasil teria em maio deste ano aproximadamente 220 milhões de smartphones, ou seja, mais de 1 celular inteligente por habitante.

Conforme um estudo do departamento de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, para que o aplicativo tenha uma aceitação no mercado, ele deve atender algumas exigências dos usuários como as funcionalidades de um aplicativo e a reputação de seus desenvolvedores são alguns critérios que influenciam as pessoas a aceitarem disponibilizar seus dados pessoais. (DIAS, 2018). Além disso, eles também levam em consideração as opiniões de

outros usuários e o sistema operacional do aplicativo.

O AchaPet terá como diferencial, para cativar os usuários, a capacidade de coletar informações de animais perdidos para facilitar a busca dos mesmos.

2.1.5 Fatores político-legais

Ambiente formado por leis, órgãos governamentais e grupos de pressão que influenciam e limitam várias organizações e indivíduos, no entanto novas leis podem criar oportunidades para a empresa. (KOTLER, KELLER, 2006, p. 91)

É importante destacar que ao criar uma empresa é imprescindível que o empreendedor conheça e obedeça às leis que se aplicam ao seu negócio para que esteja seguro e seus devidos direitos protegidos, e na criação de um aplicativo não é diferente.

Segundo Luiz Fernando de Medeiros (2017) os aplicativos recebem proteção através do Registro do Software (Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998), que assegura comprovar a autoria do aplicativo em caso de plágio. Outro ponto interessante é fazer o registro de sua marca (Lei nº 9.270, de 14 de maio de 1996) logo após seu desenvolvimento. O registro ocorre no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) conseguindo assim exclusividade total. A marca é o que irá diferenciá-lo dos concorrentes, além de ser parte do patrimônio da organização, portanto, é fundamental que se faça proteção.

O autor fala que também é necessário conhecer o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965, de 22 de abril de 2014), que estabelece que o usuário tem sua vida pessoal preservada e não violada e que seus dados serão repassados a outros se assim desejar, ou em casos judiciais.

Há também os Termos de Uso e Política de Privacidade que são instrumentos jurídicos que determina a relação do aplicativo e seus usuários, sendo vital sua elaboração. As informações anexadas nos termos de uso explicam as regras de conduta, limita as responsabilidades tanto do aplicativo quanto do usuário, bem como o objetivo do aplicativo. A Política de Privacidade trata sobre como serão utilizadas as informações pessoais dos usuários, por exemplo, se estas serão compartilhadas com sites/empresas parceiras ou utilizadas para pesquisas para melhorar o desempenho do aplicativo.

O aplicativo assegurará que todas as leis aplicáveis ao negócio sejam cumpridas e obedecidas, e certificará que seus clientes (usuários) estejam informados por meio dos Termos de Uso e protegidos pela Política de Privacidade prevenindo que seus dados pessoais sejam repassados indevidamente a terceiros.

2.1.6 Fatores culturais

A sociedade molda crenças, valores e normas que definem, em grande parte, esses gostos e preferências. As pessoas absorvem, quase que inconscientemente, a visão de mundo que define seu relacionamento consigo mesmas, com outras pessoas, com organizações, com a sociedade, com a natureza e com o universo. (KOTLER, KELLER, 2006, p. 86)

Nos últimos anos a relação das famílias com os animais de estimação vem mudando completamente, as pessoas passaram a proteger e a dedicar-se mais aos seus animais. Segundo uma pesquisa elaborada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil 2018) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) revelou que 61% dos entrevistados consideram seus animais de estimação como parte da família ou como um integrante fundamental nos lares e que 41% dos donos de pets participam de eventos e comunidades ligadas ao universo pet, seja por meio de redes sociais (29%) ou encontros presenciais (10%).

Alguns estudos revelam que ter um animal em casa pode proporcionar vários benefícios, dentre eles o de solucionar problemas de solidão e diminuir os níveis de estresse, auxiliar na terapia junto a deficientes, ajudar na prevenção de acidentes vasculares, infarto e outras doenças cardiovasculares e proporcionar contato social.

O fato de os donos estarem se preocupando cada vez mais com os animais de estimação é favorável à aceitação do aplicativo no mercado, pois assim há uma forte tendência de as pessoas optarem por usar o aplicativo para resgatar os seus animais ou de terceiros perdidos.

2.2 Fatores-chave de sucesso e desafios da empresa

Para uma empresa de aplicativo ter sucesso no seu negócio, como para qualquer empreendimento, é imprescindível ter uma gestão qualificada e

empenhada, uma organização eficiente dos processos operacionais e um bom planejamento e controle financeiro. Também é importante estabelecer e manter relacionamentos de confiança com os parceiros, provedores de serviços terceirizados e fornecedores, fortalecendo assim a sua cadeia de suprimento.

Um dos principais fatores-chave de sucesso é conhecimento do mercado no qual a empresa atua, que pode ser atingido através dos estudos iniciais e recorrentes; da análise e armazenamento das informações sobre os usuários no banco de dados; e das interações pessoais com os consumidores.

Todavia, para que o aplicativo tenha sucesso, é preciso ter um número considerável de usuários e que os mesmos estejam engajados com a causa, por isso é necessário que a empresa participe de feiras de animais de estimação e outros eventos relacionados ao tema. Deve-se também fazer uma grande e incessante divulgação em *petshops* e mídias sociais, com foco maior nas comunidades de animais perdidos existentes no *Facebook* das cidades nas quais o aplicativo irá atuar.

Uma vez que o estabelecimento de uma organização no mercado depende da observação da qualidade do seu produto, é essencial disponibilizar boas funcionalidades, facilidade de uso e interface atraente, além de sustentar a confiabilidade do aplicativo e uma plena proteção dos dados dos usuários.

A inexperiência no mercado digital do proprietário pode levar ao fracasso do projeto. Portanto, antes de lançar o produto no mercado, além dos testes para detectar possíveis erros do software, também serão realizados testes de usabilidade, portabilidade, segurança.

Como qualquer novo serviço ou produto, o AchaPet enfrentará o desafio de fazer com que os usuários acreditem na sua eficiência. Por isso a moderação entre os usuários é muito importante para inibir a falta de respeito e desavenças entre eles, o que faria com que muitos deixassem de usar o aplicativo.

2.3 Público-alvo

O público-alvo foi estudado através da aplicação de questionários aos potenciais consumidores e parceiros. A pesquisa de campo revelou que o público-alvo se encontra nas cidades de Americana, Santa Bárbara D'Oeste e Nova Odessa, todas no estado de São Paulo e pode ser subdividido em dois grupos: os tutores de

animais de estimação que os consideram como um membro da família e as pessoas que se importam pela causa, mesmo não possuindo um animal de estimação. São pessoas de todos os gêneros e idades, bastam apenas terem conhecimentos necessários para o manuseio de telefones celulares inteligentes e de aplicativos.

2.4 Pesquisa de mercado

Mattar (2001) afirma que o pesquisador precisa saber exatamente o que pretende com a pesquisa e ter conhecimento pleno do que se pesquisa. Levando isso em consideração, a aplicação do questionário teve como objetivo identificar o público alvo da empresa, utilizando-se de questões relacionadas ao tema estudado e divulgado em *petshops*, feiras de adoções, comunidades de relacionamentos de animais perdidos e grupos de *WhatsApp*.

Foram criados três questionários com o intuito de estudar o mercado e público-alvo e verificar a aceitação do uso do aplicativo, tanto para encontrar os animais perdidos, como para ajudar pessoas que os perderam. As pesquisas foram aplicadas através da ferramenta “Google Formulário” e tiveram duração de um mês, desde o dia 29 de março até o dia 30 de abril de 2019.

O Questionário 1, intitulado “Pesquisa sobre a disposição de usar um aplicativo de busca de animais perdidos”, contém quatro perguntas e tem o intuito de verificar se as pessoas estariam dispostas a utilizarem o aplicativo para criar cadastros de animais perdidos.

O Questionário 2, com o título “Pesquisa direcionada às pessoas que perderam algum animal de estimação” possui oito perguntas e tem como objetivo descobrir se as pessoas estariam dispostas a usarem o AchaPet na tentativa de encontrar seus animais perdidos e, também saber, caso as respostas delas fossem positivas, se estariam dispostas a contribuir com alguma quantia em dinheiro para a divulgação e manutenção do aplicativo.

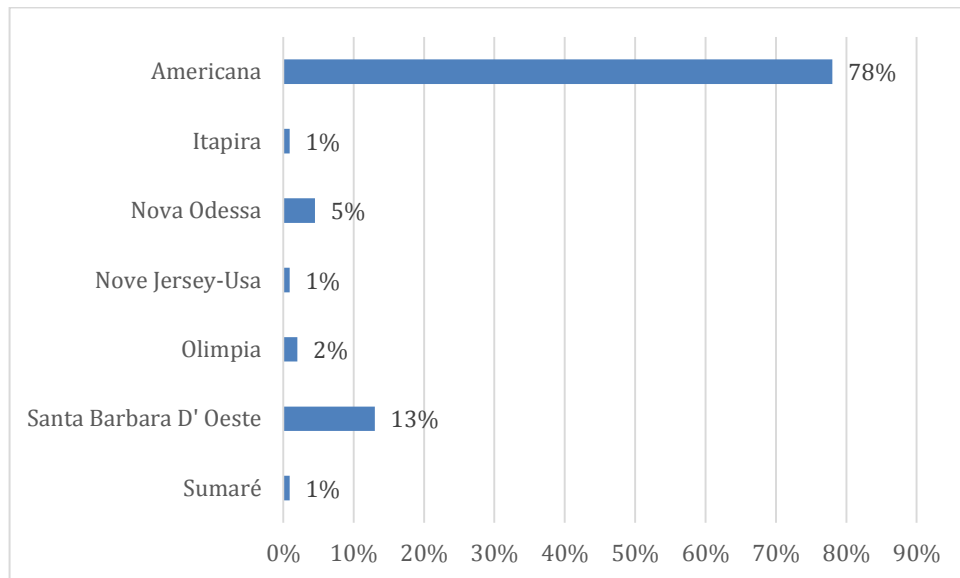
O Questionário 3 “Pesquisa direcionada aos potenciais parceiros que atuam no mercado pet” possui quatro perguntas e tem como intuito saber se empresas que atuam no setor de mercado pet estariam dispostas a investirem na divulgação das suas marcas no aplicativo.

Os formulários dos três questionários podem ser encontrados nos Apêndices A, B e C respectivamente. Os resultados das pesquisas são apresentados nos capítulos 2.4.1, 2.4.2 e 2.4.3.

2.4.1 Questionário 1 “Pesquisa sobre a disposição de usar um aplicativo de busca de animais perdidos”

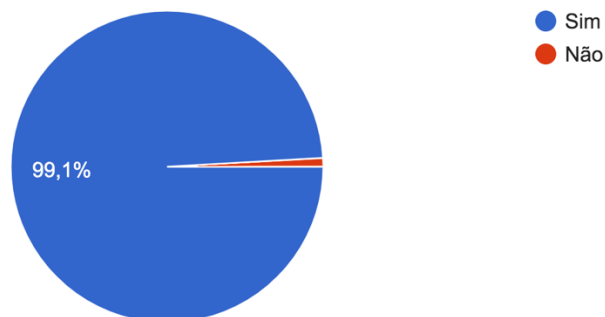
Segue os resultados obtidos a partir de 112 respondentes para o questionário 1, sendo que cada figura corresponde a uma pergunta.

Figura 2 - Questionário 1. Cidades dos prováveis usuários do aplicativo



Fonte: Elaborado pelos autores.

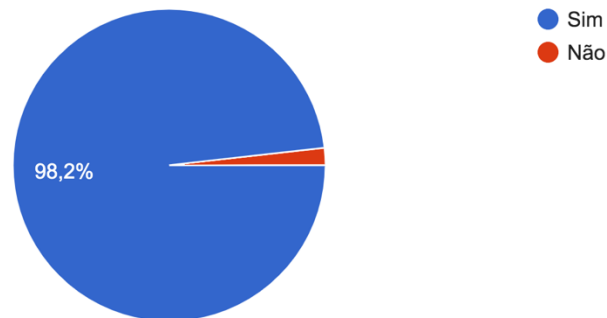
Figura 3 – Questionário 1. Disposto a ajudar a reencontrar um animal perdido?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como pode ser observado nas Figuras 2 e 3, a maioria das pessoas (99%) estão dispostas a ajudar alguém a encontrar seu animal de estimação. Dentre elas 79% são da cidade de Americana, 13% de Santa Bárbara d’Oeste e 5% da de Nova Odessa.

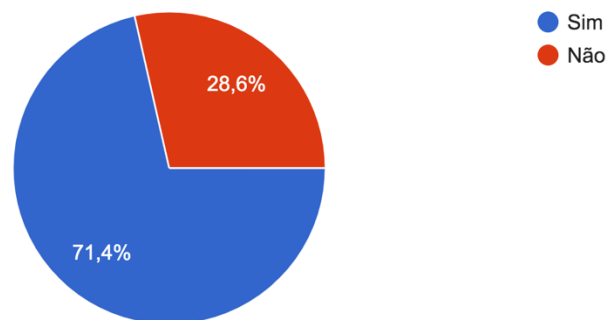
Figura 4 – Questionário 1. Disposto a usar um aplicativo para ajudar a reencontrar animal perdido?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Desse total como pode ser visto na Figura 4, 98% das pessoas estariam dispostas a utilizarem um aplicativo gratuito e somente 2% responderam não para esta pergunta.

Figura 5 – Questionário 1. Interesse na utilização do aplicativo em caso de brindes



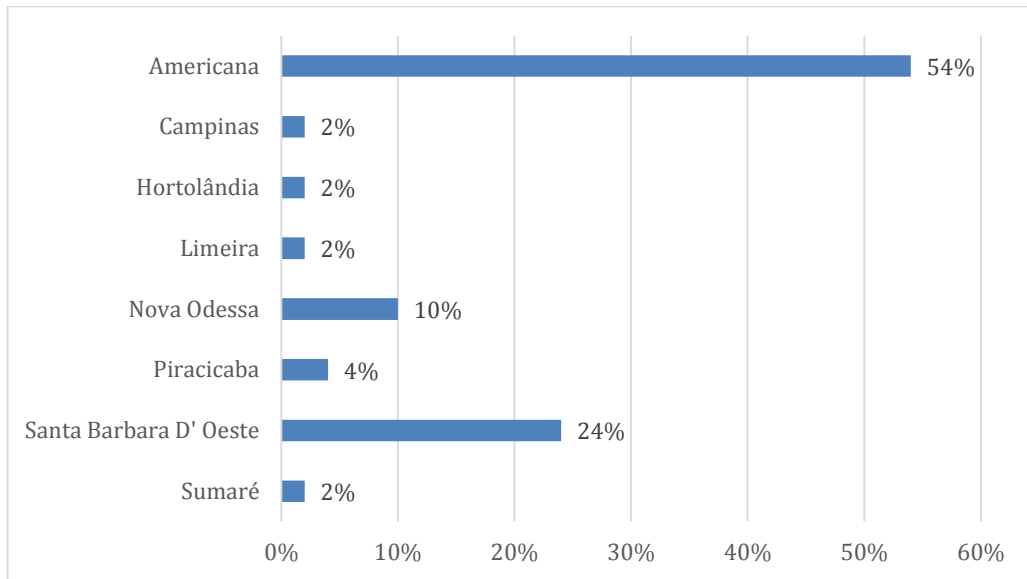
Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme pode ser observado na Figura 5, o questionário também mostrou que 71% das pessoas gostariam de receber brindes caso a publicação delas ajudassem algum animal perdido a voltar para seu lar

2.4.2 Questionário 2 “Pesquisa direcionada às pessoas que perderam algum animal de estimação”

O Questionário 2 teve o total de 50 respondentes. Abaixo seguem os resultados obtidos, sendo que cada figura corresponde a uma pergunta.

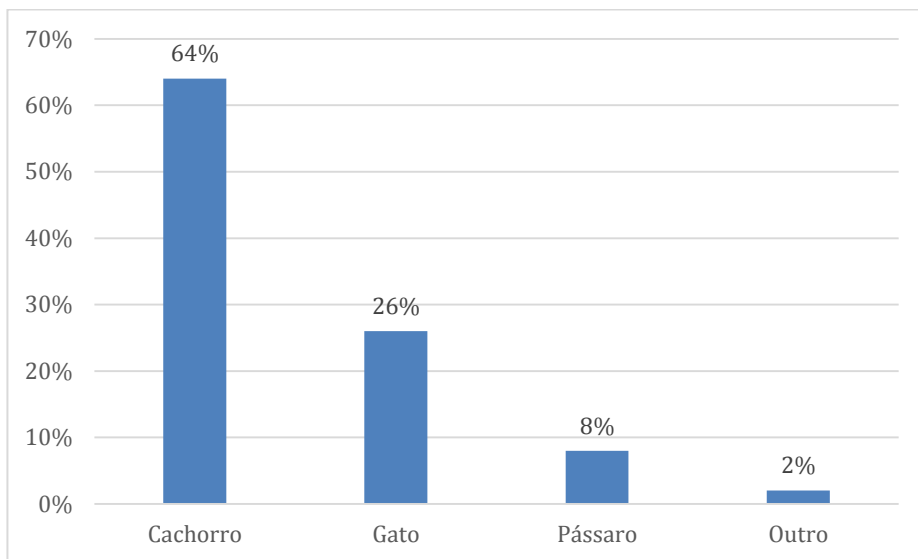
Figura 6 - Questionário 2. Cidades onde as pessoas que perderam algum animal moram



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como poder ser observado na Figura 6, 54% das pessoas que responderam o questionário são da cidade de Americana, 24% de Santa Barbara D'Oeste e 10% de Nova Odessa.

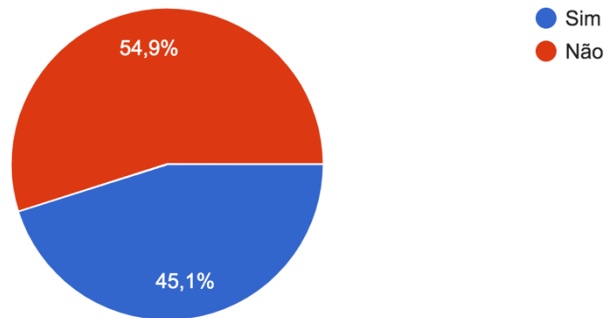
Figura 7 - Questionário 2. Tipo de animal perdido



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como apresenta a Figura 7, entre os respondentes, a maioria perdeu cachorros (64%) e gatos (26%), seguido com 8% de pessoas que perderam pássaros e 2% outros animais.

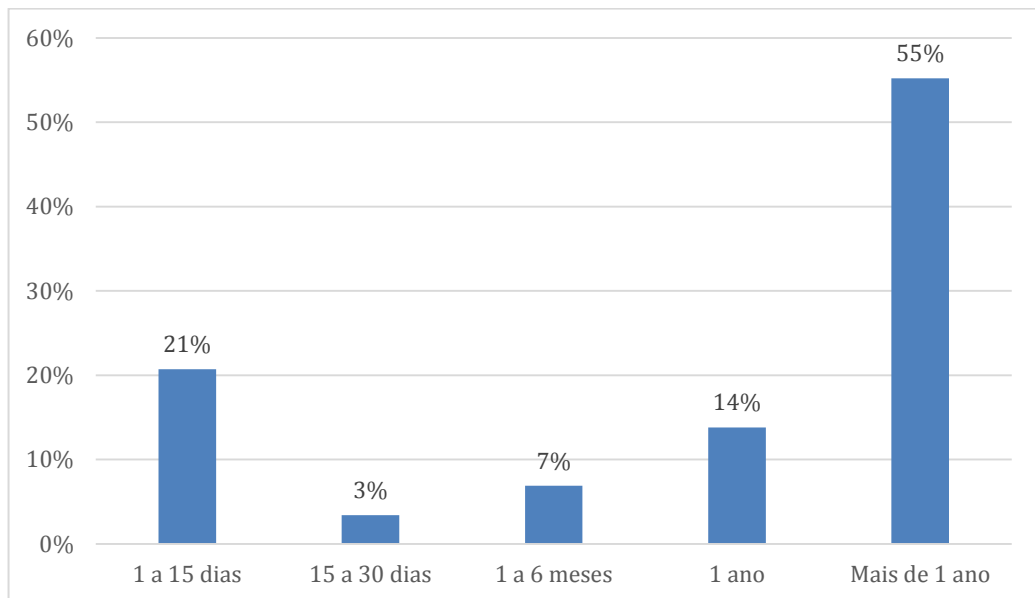
Figura 8 - Questionário 2. Encontrou seu animal?



Fonte: Elaborado pelos autores.

O gráfico da Figura 8 mostra que 55% dos animais que foram perdidos ainda não foram encontrados pelos seus donos e, segundo o gráfico da Figura 9, 55% do total estão perdidos a mais de um ano.

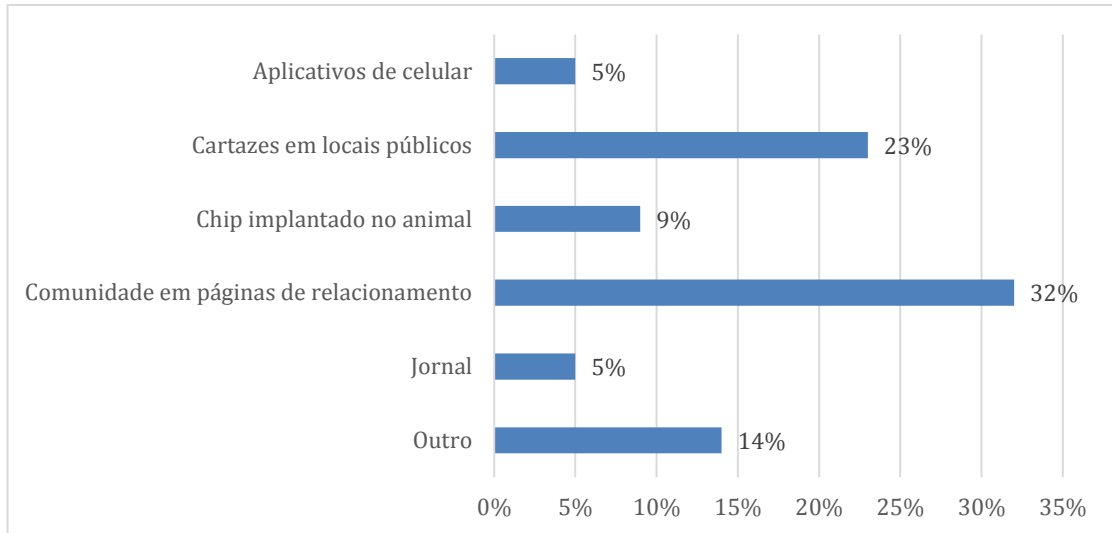
Figura 9 - Questionário 2. Quanto tempo o animal está perdido?



Fonte: Elaborado pelos autores.

O gráfico da Figura 9 mostra que 55% dos animais ainda não foram encontrados, ou 30% da quantidade total, continuam desaparecidos a mais de um ano.

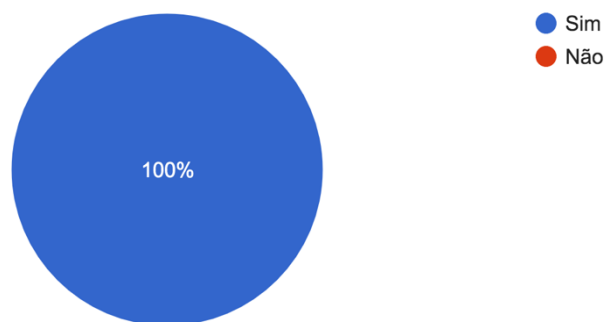
Figura 10 - Questionário 2. Qual meio o ajudou a encontrar seu animal?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como pode ser visto na Figura 10, a maioria das pessoas que responderam essa pergunta (32%) disseram que encontraram o seu animal perdido através de comunidades de relacionamentos na *internet*, 23% através de cartazes colocados em locais públicos e 14% usaram outras formas para reaverem seus animais de estimação. Apenas 5% das pessoas usaram um aplicativo para encontrar o seu animal de estimação.

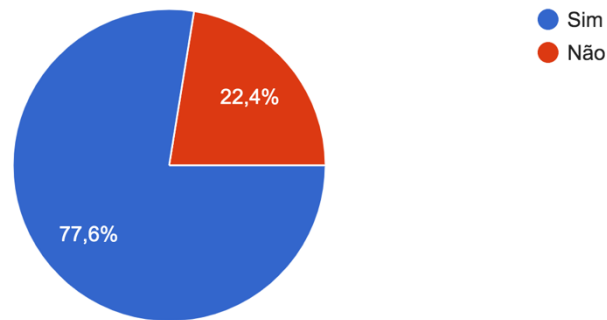
Figura 11 - Questionário 2. Utilizaria um aplicativo?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como apresentado na Figura 11, todos os respondentes disseram que usariam um aplicativo para encontrar o seu animal perdido.

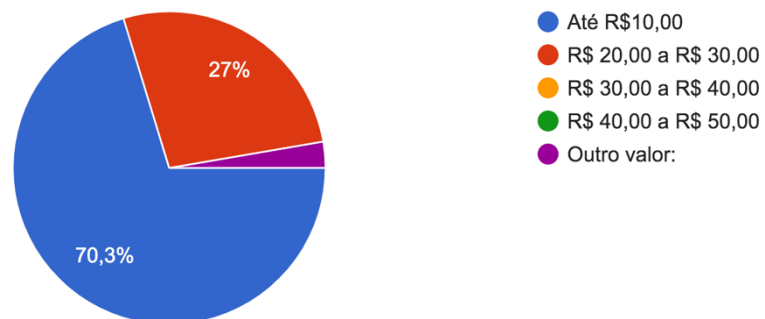
Figura 12 - Questionário 2. Estaria disposto a contribuir?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme a Figura 12, 78% das pessoas que responderam o questionário disseram que estariam dispostas a contribuir com alguma quantia para ajudar a manter o aplicativo.

Figura 13- Questionário 2. Disposto a contribuir com alguma quantia?



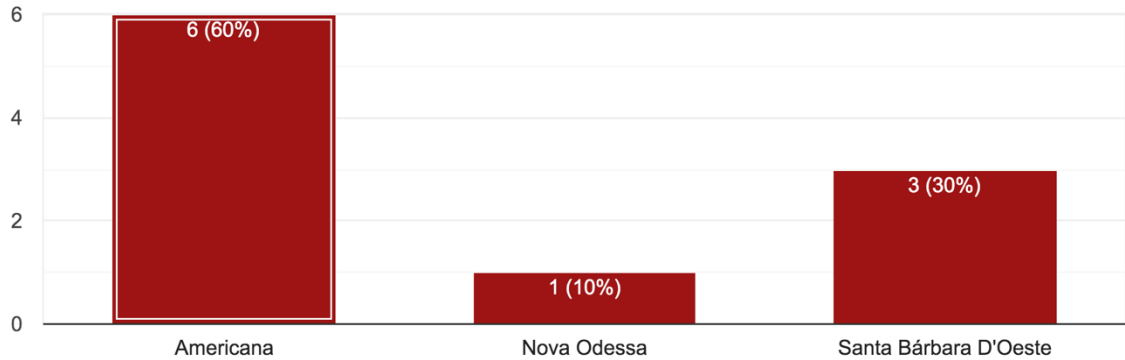
Fonte: Elaborado pelos autores.

E, como pode ser observado na Figura 13, 70% das pessoas doariam R\$10,00 e 27% delas doariam R\$20,00.

2.4.3 Questionário 3 “Pesquisa direcionada aos potenciais parceiros que atuam no mercado pet”

Os autores do projeto entrevistaram treze empresários proprietários de *petshops*, clínicas veterinárias, estética (banho, tosa, etc.) e *agropets*. Desse total de entrevistados apenas três disseram não terem interesse em divulgarem as suas marcas no aplicativo. Sendo assim, foi considerado apenas respostas daqueles que estariam dispostos a serem parceiros da empresa, totalizando dez respondentes.

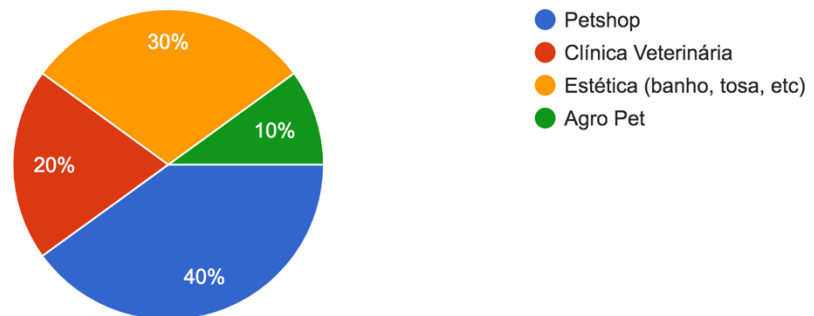
Figura 14 - Questionário 3. Cidade onde a empresa se localiza



Fonte: Elaborado pelos autores.

O questionário foi aplicado, em sua maioria, na cidade de Americana, por isso 60% dos possíveis parceiros são deste município.

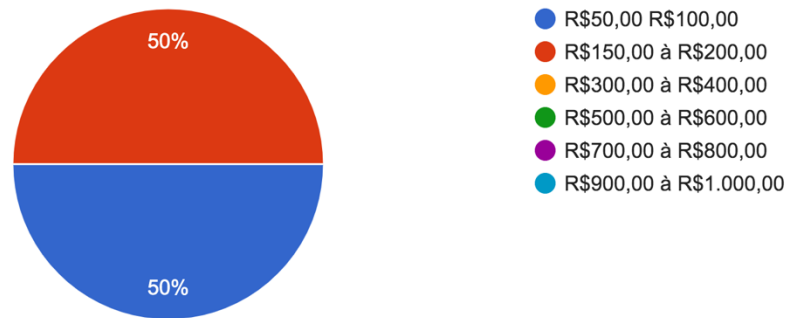
Figura 15 – Questionário 3. Tipo de estabelecimento



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como apresentado na Figura 15, a resposta em relação ao tipo de estabelecimento não revelou uma relevante dominância em um determinado setor, sendo a maior porcentagem (40%) de *petshops*, 30% de estética animal, 20% clínicas veterinárias e 10% agropets.

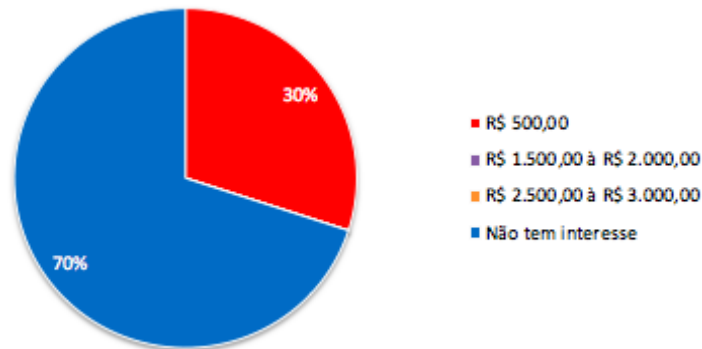
Figura 16 - Questionário 3. Quanto estaria disposto a pagar?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme a Figura 16, do total dos empresários que estariam dispostos a investirem na divulgação de suas empresas no aplicativo, 50% deles investiriam de R\$50,00 à R\$100,00 e 50% deles investiriam de R\$150,00 à R\$200,00.

Figura 17 - Questionário 3. Quanto estaria disposto a pagar se a empresa tiver exclusividade?



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como pode ser observado na Figura 17, quando perguntado se gostariam de ter exclusividade na divulgação das suas marcas, apenas três empresários responderam que investiriam R\$500,00 e os demais não teriam interesse nesta opção.

2.5 Estudo dos concorrentes

As respostas da pergunta 5 do Questionário 2, intitulada “Para as pessoas que perderam algum animal de estimação” apresentado no capítulo 2.4.2, revelaram que a maioria das pessoas residentes nas cidades onde o AchaPet atuará não

utilizaram aplicativos para encontrarem seus animais de estimação que estavam ou continuam perdidos, elas fizeram uso apenas das comunidades do *Facebook* e fixação de cartazes em locais públicos.

Sendo assim, mesmo que não existam aplicativos de busca de animais perdidos atuando na área onde o AchaPet atuará, é preciso que a empresa esteja preparada para uma possível entrada deles, por isso destacam-se no mercado os aplicativos:

- *Petworking*: Através dele pode-se fazer publicações para encontrar animais perdidos e encontrados e também para quem quer adotá-los. Possui um layout intuitivo, porém ele mostra ao usuário animais de várias regiões do Estado de São Paulo, o que dificulta a busca e pode causar frustrações por não encontrar os animais de estimação. Foi verificado que não há nenhuma forma de divulgação dele nas cidades onde o AchaPet atuará. Disponível nos Sistemas *Android* e *IOS* da *Apple Store*.
- *Pet.me*: Pode-se fazer publicações para encontrar animais perdidos e encontrados e também para quem quer adotá-los. Mantém o histórico de postagens, é baseado em geolocalização, fazendo com que as pessoas visualizem os posts mais próximos do local onde o animal foi perdido. Foi verificado que não há nenhuma forma de divulgação dele nas cidades onde o AchaPet atuará. Disponível apenas para o Sistema *Android*.

2.6 Estudo dos fornecedores

Para que o aplicativo tenha sucesso na sua divulgação, ele precisará ter como parceiro uma gráfica para o fornecimento de *flyers* para serem distribuídos nas cidades onde o mesmo irá atuar, cartazes para serem fixados em locais de alta visibilidade das comunidades, como por exemplo, em *petshops*, clínicas veterinárias, eventos de adoções de animais domésticos, etc. Necessitará de um banco para gerenciar e movimentar a conta bancária do empreendimento, como possíveis doações dos usuários para o aplicativo.

O aplicativo contará como fornecedores uma empresa de telefonia móvel e o *Google*, pois o aplicativo será disponibilizado na sua loja virtual (*Google Play*) para que as pessoas consigam instalá-lo nos seus celulares.

O AchaPet precisará armazenar os dados dos usuários, dos animais

perdidos e encontrados e dos que estarão disponíveis para adoção. Para isso ele utilizará o Plano *Flame* do *Google*, que terá um custo mensal inicial de 25 dólares, que permite até 100 mil conexões simultâneas e uma capacidade de 50 GB de armazenamento dos dados.

3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

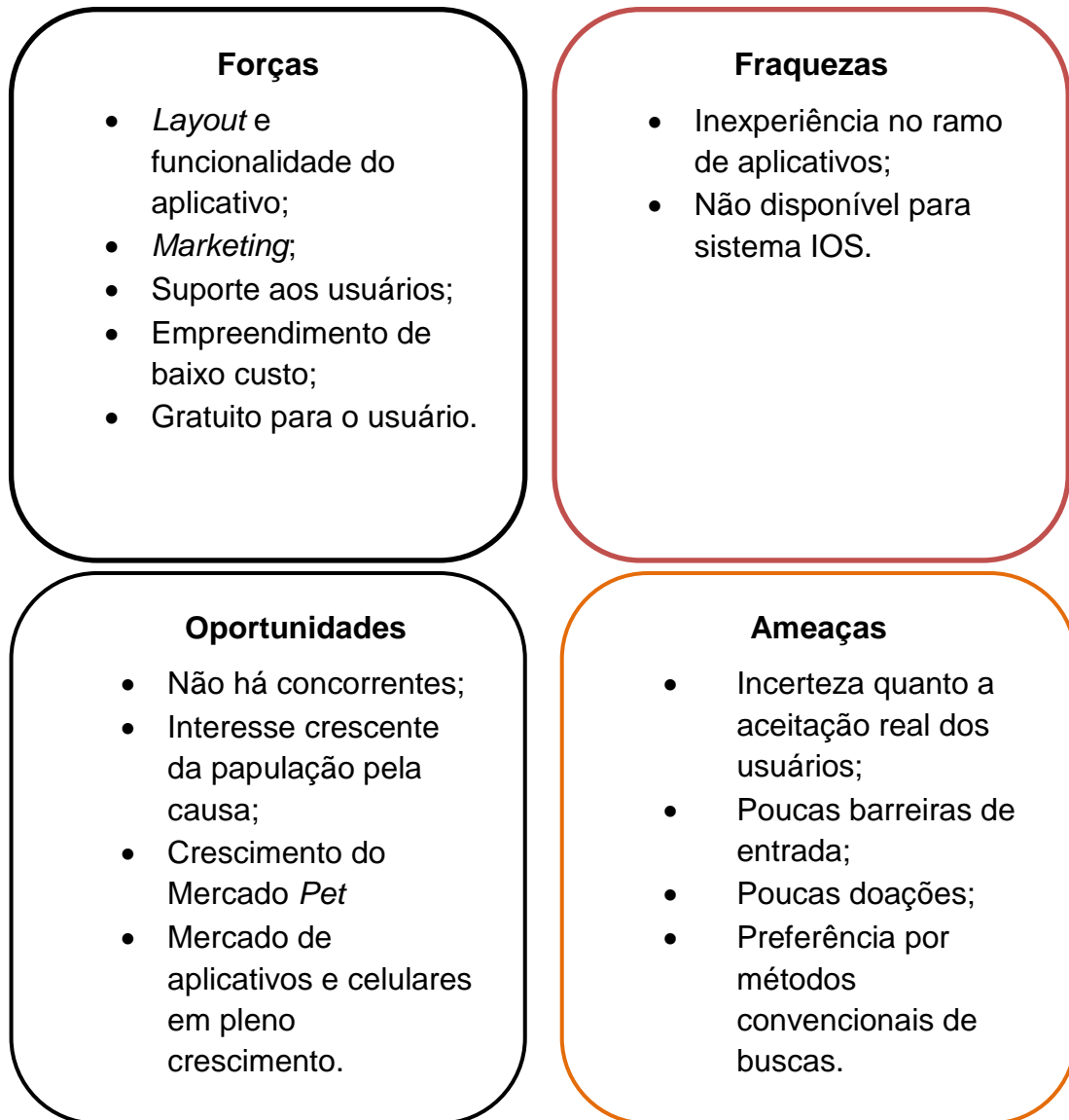
De acordo com Kotler (2000), o plano estratégico define a missão e os objetivos gerais da empresa e se baseia na análise completa da situação da empresa, inclusive os seus ambientes interno e externo.

3.1 Análise da Matriz SWOT

Segundo Kotler (2000), a análise *SWOT* trata de relacionar os pontos fortes e fracos dentro de uma organização e cruzá-los com as oportunidades e ameaças do ambiente externo a organização. É uma das ferramentas mais utilizadas pelos gestores para desenvolvimento de estratégias e avaliação da situação da empresa no geral.

Foi feita uma análise *SWOT* do aplicativo AchaPet para identificar as suas forças e fraquezas e com isso fazer um planejamento estratégico para combater as fraquezas e tirar proveito das oportunidades existentes no mercado. Os resultados dessa análise estão apresentados na Figura 18.

Figura 18 - Matriz SWOT da empresa AchaPet



Fonte: Elaborado pelos autores.

A seguir será comentado cada elemento da Matriz SWOT do aplicativo AchaPet.

A) Forças

- **Layout do aplicativo:** O aplicativo possui um design agradável, sem poluição visual e, além disso, possui funções objetivas, fazendo com que os usuários tenham uma boa experiência no seu manuseio;
- **Marketing:** O aplicativo será divulgado em *petshops*, feiras de animais de estimação e outros eventos relacionados ao tema. Além disso, irá fazer uma grande e incessante divulgação em mídias sociais, nas quais os usuários poderão se interagir através da comunidade do *Facebook*, do site e do

Instagram do aplicativo. Os parceiros da empresa poderão divulgar as suas marcas através do aplicativo, que pagarão uma taxa mensal. Outra possibilidade será cobrar dos usuários para divulgarem no aplicativo seus animais de estimação que estão perdidos;

- **Suporte aos usuários:** Total foco nos anseios das necessidades e dúvidas dos usuários, para que assim eles não se frustrem com o aplicativo e parem de utilizá-lo;
- **Empreendimento de baixo custo:** Como o produto da empresa será um aplicativo, os gastos mensais do empreendimento serão baixos;
- **Possibilidade de cobrança pelas postagens:** Há a possibilidade de cobrar dos usuários para divulgarem no aplicativo seus animais de estimação que estão perdidos;
- **Gratuito para os usuários:** O aplicativo será totalmente gratuito.

B) Fraquezas

- **Inexperiência no ramo de aplicativos:** Como os sócios não possuem muita experiência nesse ramo pode ocorrer dificuldades na gestão do aplicativo. Hardware e software utilizados podem apresentar desafios extras: Devido ao fato do aplicativo ser novo, ele poderá ter alguns problemas técnicos, por isso será necessário fazer testes previamente antes do lançamento da versão final;
- **Não disponível para sistema IOS:** O aplicativo não estará disponível para o sistema IOS da *Apple*.

C) Oportunidades

- **Não há concorrentes atuantes:** Não há empresas atuando nas cidades onde o AchaPet atuará, que oferecem serviços semelhantes aos dele;
- **Interesse crescente da população pela causa:** As pessoas estão cada vez mais preocupadas com os animais que são perdidos;
- **Crescimento do mercado Pet:** Mesmo com a crise que o país está passando, o mercado pet está em pleno crescimento;
- **Mercado de aplicativos e celulares em pleno crescimento:** As pessoas estão cada vez mais usando celulares inteligentes e aplicativos que estão

disponíveis nos mesmos.

D) Ameaças

- **Poucas barreiras de entrada para concorrentes:** Não há necessidade de um alto investimento para empreender neste ramo de negócio;
- **Poucas doações:** Os usuários, que perderam os seus animais de estimação, não estarem dispostos a doar dinheiro para o aplicativo;
- **Incerteza quanto a aceitação real dos usuários:** Há a possibilidade de os usuários não gostarem do aplicativo por não atingirem as suas expectativas;
- **Preferência por métodos convencionais de busca:** As pessoas já estão acostumadas a utilizarem outros métodos para divulgarem ou procurarem animais perdidos como cartazes, mídias sociais, etc.

4 PLANO DE MARKETING

Como o aplicativo será novo no mercado, haverá necessidade de criar meios para que ele seja conhecido, por isso será elaborado um plano de marketing para que as pessoas o conheçam e saibam da sua eficiência e eficácia em encontrar um animal perdido, pois Kotler, Keller (2006, p.13) afirmam que os consumidores dão preferência a produtos que ofereçam qualidade e desempenho superiores ou que tenham características inovadoras.

4.1 Descrição do serviço

O AchaPet será um aplicativo para busca de animais de estimação e terá uma plataforma onde ficarão disponíveis anúncios de animais tanto perdidos quanto encontrados, com o objetivo de serem recuperados pelos seus respectivos donos. Além disso, o AchaPet irá se destacar por oferecer o serviço de cadastro de animais para adoção.

4.2 Preço

O aplicativo não possuirá produtos para serem vendidos aos seus usuários. Ele possibilitará capitalização através das doações dos usuários e das propagandas dos parceiros que irão divulgar suas marcas nele. Através das três pesquisas de mercados feitas, obteve-se um valor aproximado de R\$ 4.000,00 mensais que o AchaPet arrecadará mensalmente, sendo este valor distribuído da seguinte forma: R\$ 3.500,00 das divulgações das marcas das empresas parceiras e R\$ 500,00 de doações dos usuários do aplicativo.

4.3 Estratégias promocionais

Atualmente as redes sociais têm um papel fundamental para se chegar ao cliente de maneira rápida e precisa, sendo assim o AchaPet terá uma página no *Facebook*, onde os usuários podem conhecer um pouco da história do aplicativo, como também os patrocinadores, tem acesso a fotos e comentários de pessoas que acharam seus animais como também as formas de contribuições para o aplicativo. Será também uma alternativa para um *feedback* quase que instantâneo por meio

das avaliações. O aplicativo também possuirá um perfil no *Instagram*, disponível na Figura 19, para que haja uma interação com o usuário por meio de fotos, vídeos e as “*stories*”. Todas as atualizações da conta do *Instagram* da empresa estão integradas ao *Facebook*, cuja página está apresentada na Figura 20. O site do AchaPet pode ser observado no Apêndice D, Figuras 40 (A), (B) e (C), será utilizado também para fazer a divulgação do aplicativo como também dos animais para adoção. Além disso, serão feitos anúncios pagos no *Google Ads* para obter um maior número de usuários, pois ele poderá segmentar os anúncios para pessoas que não fazem uso de comunidades de animais perdidos em mídias sociais.

Figura 19 - Instagram do AchaPet



Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

Figura 20 - Página no Facebook.



Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

Outras formas de divulgação do aplicativo serão o uso de *flyers* e cartazes contendo maiores informações sobre a funcionalidade do aplicativo, onde serão fixados em locais de alta visibilidade nas cidades onde o mesmo atuará, como por exemplo, em *petshops*, clínicas veterinárias, eventos de adoções de animais domésticos. Exemplo de um *flyer* está disponível na Figura 21.

Figura 21- Flyer do AchaPet.



Fonte: AchaPet (Elaborado por Pablo Azzi, 2019.)

4.3.1 Slogan

Como mostram as pesquisas de mercado citadas anteriormente neste trabalho, as pessoas estão cada vez mais tratando os seus animais de estimação como um membro da família. Pensando nisso o *slogan* escolhido para o aplicativo foi “Reunindo famílias”.

4.3.2 Definição da marca.

A marca de uma empresa é a sua personalidade e é o que conecta o cliente ao produto. É a forma como uma organização é reconhecida no mercado, devendo apresentar o conjunto de valores da empresa para dar identidade ao negócio. A marca foi cuidadosamente desenvolvida e gerenciada, para que no futuro possa ganhar notoriedade em seu mercado de atuação. As marcas possuem um valor que deverão durar mais que seus produtos e seus estabelecimentos, fazendo com que a organização se torne “eterna” aos pensamentos dos consumidores. O logotipo do AchaPet pode ser observado na Figura 22.

Figura 22- Logotipo do AchaPet



Fonte: AchaPet (Elaborado por Solomo, 2019).

A empresa optou por ser representada pelo nome “AchaPet”, onde a junção do verbo “achar” no sentido de encontrar algo e a palavra em inglês “*pet*” que em português significa animal de estimação, remeterá automaticamente para o usuário o objetivo do aplicativo. As imagens dos cachorros do logotipo representam Mike e

Mila, os animais de estimação de um dos autores do projeto, desaparecidos em março de 2018. As buscas sem êxitos por eles inseminaram a ideia de desenvolver um aplicativo que auxiliasse na procura de animais perdidos. A identidade visual foi desenvolvida juntamente com a agência de publicidade Solomo, com sede na cidade de Americana, cujos sócios se solidarizaram com a causa e a fizeram gratuitamente.

4.4 Estrutura de comercialização.

O produto principal do AchaPet será oferecer às pessoas a possibilidade de encontrarem os seus animais perdidos através do aplicativo instalado nos dispositivos móveis dos consumidores finais. Ele poderá ser adquirido nas lojas virtuais do *Google Play* e *Microsoft Store*.

4.5 Localização do negócio.

Las Casas (2009, p. 129) aponta que “a distribuição de serviços pode ocorrer de diferentes formas, e a primeira decisão que o administrador deve tomar é quanto ao local onde será realizada a prestação de serviços”.

O Achatpet, pelo fato de ser um aplicativo, pode funcionar em várias localidades brasileiras, pois ele será um negócio virtual, portanto não está condicionado a cumprir as recomendações básicas sugeridas às empresas que precisam de localização física para existir, operar e vender. A princípio o aplicativo não atuará em todo território nacional, já que ele é um projeto novo e, possivelmente precisará de ajustes para atender as expectativas dos usuários. Por isso a sua divulgação será apenas nas cidades de Americana, Santa Bárbara D'Oeste e Nova Odessa. Vale a pena ressaltar que o objetivo da empresa é atuar em todo o Brasil em curto espaço de tempo.

5 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é a elaboração de projetos e estratégias que visam o bom funcionamento de todas as atividades e áreas da empresa.

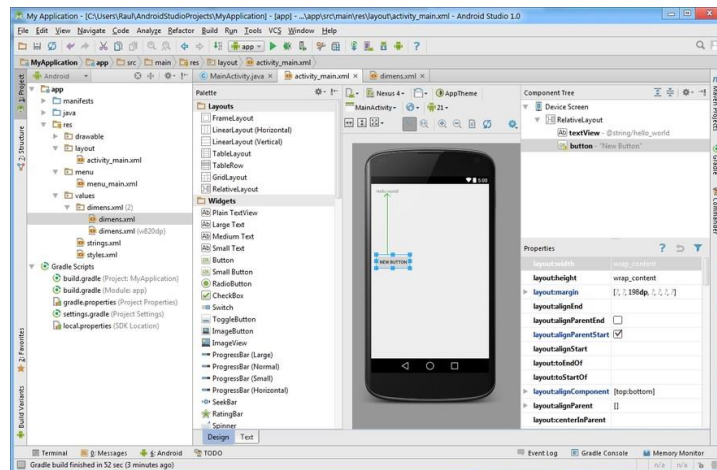
5.1 *Layout* do aplicativo

De acordo com Carreira (2010, p.195), o objetivo do layout é fazer com que o espaço físico seja utilizado racionalmente, pensando na melhor disposição da estrutura baseado nas necessidades do trabalho e de quem o exerce. No planejamento de layout não só ocorrem mudanças espaciais como também mudanças de comportamento.

Para a concepção do AchaPet os autores do projeto inicialmente elaboraram um modelo no papel, que está disponível no Apêndice E, Figuras 41 (A), (B) e (C), onde buscaram inserir todas as funcionalidades que o aplicativo seria capaz de possuir, e encontrar possíveis dificuldades que o usuário poderia ter ao utilizá-lo. Com interfaces simples e de fácil manuseio, esse modelo foi proposto para que todos pudessem usar sem nenhum problema. Uma vez definido o protótipo navegável ideal, foram desenhadas as telas do aplicativo para uma melhor visualização. Foi utilizada a ferramenta “Desenhos” do *Google*, que possibilitou acesso para todos os envolvidos no processo. No Apêndice E, Figura 42 é possível observar o modelo do aplicativo nessa ferramenta.

Os desenvolvedores utilizaram o *IDE Android Studio* para a criação do aplicativo. Anunciado pela *Google* em 2013, esse programa foi feito especificamente para o desenvolvimento para Android, substituindo o *Eclipse Android Development Tools* como IDE (*Integrated Development Environment*) primária do *Google*.

Figura 23 - Android Studio



Fonte: Uptodown, 2019

Como há dois desenvolvedores, e para que houvesse controle e organização das atividades foi utilizado também o *Github*, que é uma plataforma de hospedagem de código onde permite que programadores utilizem e contribuam em seus projetos estando em qualquer lugar, facilitando assim a comunicação entre eles.

5.1.1 Telas

As telas do aplicativo foram definidas para que sejam agradáveis e de fácil manuseio, com funções objetivas e interativas para que o usuário não tenha dificuldades ao utilizá-lo. Ele conta com um design agradável e cores da marca da empresa.

A primeira tela exibida, ao iniciar o aplicativo, pode ser visualizada na Figura 24. Nela o usuário poderá anunciar que perdeu ou encontrou um animal de estimação.

Figura 24 – Tela: Perdi/ Encontrei um pet



Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

Em seguida, o usuário será encaminhado para a tela de cadastro, onde preencherá com seus dados e de acordo com a opção escolhida anteriormente, com os dados e características do animal. A tela de cadastro pode ser observada na Figura 25.

Figura 25 - Tela: Cadastro

Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

Após o preenchimento das informações o sistema fará uma verificação no banco de dados, cruzando dados dos animais perdidos e encontrados cadastrados anteriormente. Caso se confirme, o usuário será encaminhado ao anúncio e poderá se comunicar com o dono do animal ou quem encontrou o mesmo.

O sistema também permitirá que o usuário possa ver todos os animais publicados e caso tenha alguma informação relevante faça contato com o anunciante. Na Figura 26 pode-se visualizar como será a pesquisa.

Figura 26 - Tela: Pesquisa

AchaPet

PET PERDIDOS PET ACHADO

Pesquisa

Informe os dados da pesquisa

Tipo de animal

Raça

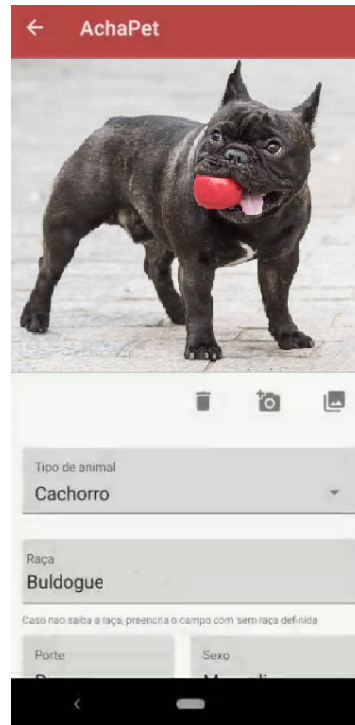
Porte Sexo

Cor

PESQUISAR

Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

A seguir, como pode ser observado na Figura 27, o usuário poderá anunciar animais para adoção ou procurar um para adotá-lo. Nela o usuário colocará todas as características do animal como também os dados para contato.

Figura 27- Tela adoção.

Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

5.2 Capacidade produtiva

O aplicativo precisará armazenar os dados dos usuários, dos animais perdidos e encontrados e também dos que estarão disponíveis para adoção. Para isso ele utilizará o Plano *Flame* do *Google*. Esse plano permite até 100 mil pessoas usando o aplicativo ao mesmo tempo, sem nenhum comprometimento da sua capacidade. Além disso, ele oferece 50 GB para o armazenamento dos dados que serão inseridos no aplicativo.

Levando em consideração que uma pessoa precisará de 70 MB para fazer o seu cadastro e do animal, tanto perdido como encontrado, pode-se concluir que o aplicativo poderá armazenar aproximadamente 715 mil cadastros no seu banco de dados. Fica evidente que esse plano é mais que suficiente para atender todos os usuários sem nenhum problema, pois a quantidade de animais perdidos nas cidades onde o AchaPet atuará, a princípio, é cerca de 144 por mês.

5.3 Processos Operacionais

Segundo Slack, Chambers e Johnston (2009, p.13), os processos estão

dentro de cada operação na empresa, são composições de todos os recursos que produzem produtos ou serviços para serem comercializados, observe o funcionamento de uma operação e verá que ela é feita de vários processos interconectados.

Todas as atividades do aplicativo AchaPet foram consideradas, estruturadas e analisadas para que não ocorressem problemas durante a sua concepção e que seu objetivo principal fosse alcançado. O primeiro passo foi a escolha de dois desenvolvedores para a criação do aplicativo, onde os mesmos foram fundamentais para a elaboração do projeto e serão funcionários terceirizados da empresa, que serão responsáveis pela manutenção e resolução de problemas que o aplicativo possa ter.

O segundo passo foi a elaboração dos requisitos funcionais do aplicativo que são declarações de como o sistema irá reagir a determinado cenário e/ou situação. Esses requisitos precisam ter uma linguagem clara e precisa para atender as demandas dos clientes e não gerar dúvidas aos desenvolvedores. Os requisitos funcionais do sistema desenvolvido podem ser observados na Figura 28.

Figura 28 - Quadro de Requisitos Funcionais

Requisito Funcional	Descrição
R1- Carregar tela (Cadastro do animal perdido)	O sistema direcionará o usuário para uma tela onde ele poderá disponibilizar os dados do animal perdido. Caso o usuário não tenha cadastro no aplicativo, ele precisará criar um.
R2- Carregar tela (Cadastro do animal encontrado)	O sistema direcionará o usuário para a tela na qual ele deverá preencher os dados do animal encontrado.
R3- Carregar telas	O sistema direcionará o usuário as seguintes telas: <ol style="list-style-type: none"> 1- Sobre nós: Tela na qual contará a história do aplicativo, como também o porquê e como foi criado. 2- Parceiros: Tela na qual terá uma lista dos patrocinadores do aplicativo. 3- Doações: Tela na qual o usuário poderá fazer doações por boleto bancário, cartão de crédito ou <i>Paypal</i>. 4- Adote um animal: Tela na qual o usuário terá uma lista de animais que estão disponíveis para

	adoção.
R4- Inserir Nome	O sistema permitirá a inserção do nome do usuário.
R5- Inserir endereço	O sistema permitirá a inserção do endereço do usuário.
R6- Contato	O sistema permitirá a inserção do contato do usuário.
R7- <i>Login</i>	O sistema permitirá também o cadastro de usuário utilizando as redes sociais.
R8- Inserir fotos	O sistema permitirá a inserção de fotos do animal.
R9- Finalizar o cadastro	O sistema enviará o cadastro para o banco de dados. O usuário não precisará fazer o cadastro novamente.
R10- Identificar o animal	O sistema deverá fazer a filtragem pelo tipo de animal: Cachorro, Gato e Outro, que o usuário inseriu no cadastro.
R11- Inserir Local	O sistema deverá permitir a inserção do local onde o animal foi visto pela última vez.
R12- Identificar sexo do animal	O sistema deverá fazer a filtragem pelo sexo do animal: Macho, Fêmea e a opção não sei que o usuário inseriu no cadastro.
R13- Identificar o porte do animal	O sistema deverá fazer a filtragem pelo porte do animal: Pequeno, médio ou grande e a que o usuário inseriu no cadastro.
R15- Enviar	O sistema enviará o cadastro para o banco de dados e fará a filtragem dos animais perdidos/ encontrados já cadastrados. Fornecendo assim uma lista de animais perdidos e animais encontrados.
R16- Comentário	O sistema permitirá a inserção de algum comentário em relação ao animal como: Nome; características físicas e etc.
R17- Identificar raça	O sistema dará uma lista de raças ao usuário para que ele selecione qual é a do animal perdido ou encontrado. Também fará filtragem pela raça.
R18- Botão "Ver mais"	O sistema direcionará o usuário para a lista de animais perdidos/ encontrados cadastrado no aplicativo. Perguntará ao usuário se o animal encontrado/ perdido pode ser algum da lista. Se sim, o sistema permitirá que o usuário entre no perfil e mande uma mensagem ou ligue para o usuário que encontrou o animal.
	O sistema permitirá que o usuário

R19- Mensagem	visualize mensagem ou envie para outros usuários.
R20- Notificação	O sistema permitirá que o usuário visualize notificações de possíveis “combinações” de animais.
R21- Adotar	O sistema direcionará o usuário para perfis dos animais que estão para adoção.
R22- Doar	O sistema direcionará o usuário para que o mesmo faça o cadastro do animal que quer doar.
R23- Inserir responsável	O sistema permitirá a inserção do tipo de responsável pelo animal que está para adoção: ONGs, Zoonoses ou Pessoa Física.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Desenvolvido todos os requisitos funcionais do aplicativo, pode-se estabelecer e descrever como serão os processos que o aplicativo disponibilizará para o usuário. A ferramenta mais eficiente para esta finalidade é o fluxograma, que é uma representação gráfica, que utiliza símbolos previamente determinados, do fluxo, ou sequência dos processos operacionais de uma organização, com objetivo de descrevê-lo, analisar e o redesenhar (D’ASCENÇÃO, 2007, p. 110)

Visto que a atividade principal do aplicativo AchaPet é a busca por animais de estimação, os autores do projeto decidiram demonstrar como é o acesso/cadastro ao sistema, como também mostrar como será o serviço de adoção que o aplicativo também oferecerá, utilizando os fluxogramas, representados no Apêndice F, Figuras 43, 44 e 45.

O aplicativo será uma plataforma onde o usuário escolherá entre cadastrar um animal perdido ou um animal encontrado. Para aqueles que perderam um animal é obrigatório criar um perfil fornecendo seus dados para contato. Após essa etapa deverá adicionar informações sobre seu pet como raça, cor, sexo, porte e foto que serão pontos essenciais para possíveis conexões. As pessoas que encontrarem um animal passarão pelo mesmo processo, no entanto sem a obrigatoriedade de criar um perfil, em seguida o aplicativo fornecerá uma lista de animais perdidos cadastrados no sistema com características similares ao do *pet* encontrado, o usuário deverá conferir se nenhum daqueles perfis expostos é do animal que encontrou, o mesmo poderá entrar no perfil e fazer contato com o possível dono ou finalizar o cadastro. Seu funcionamento é simples, o sistema compatibilizará as

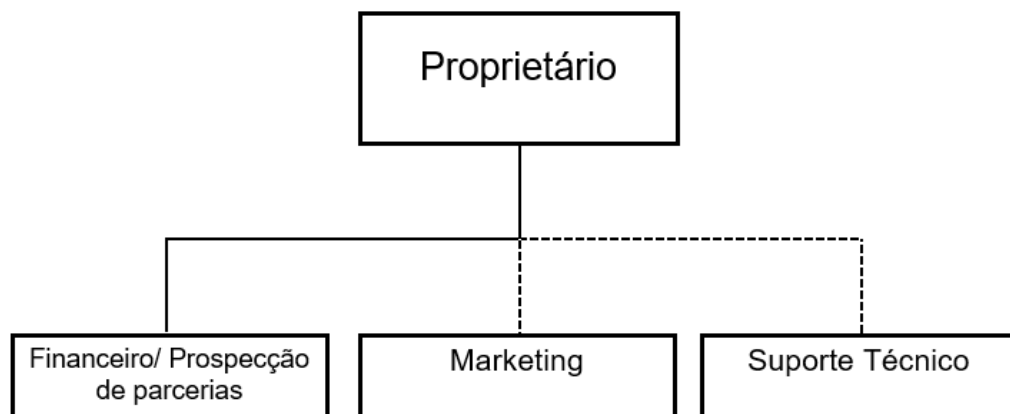
informações cedidas de quem perdeu e quem encontrou um animal.

Para os usuários que querem adotar, basta clicar no botão “Adotar um animal” do aplicativo e em seguida inserir as características desejadas do animal. A partir daí o sistema fará uma filtragem e direcionará o usuário para uma lista de todos os animais cadastrados para adoção. O adotante fará sua escolha e entrará em contato com o responsável do animal e, se ocorrer como planejado, fará sua adoção em poucos dias.

5.4 Necessidade de pessoal

Segundo o site do Sebrae (2019) não há necessidade de um grande número de pessoas para gerir um aplicativo, o que o empreendedor pode, principalmente na fase inicial, planejar e lançar o negócio sozinho, com a finalidade diminuir o investimento inicial e enxugar os custos mensais fixos relacionados com salários e encargos trabalhistas. Como o aplicativo, a princípio, terá como foco principal as três cidades citadas anteriormente, ele contará apenas com duas pessoas para cuidar da sua gestão. Sendo assim foi criado um organograma para melhor detalhar as funções de cada pessoa. O organograma da empresa pode ser observado na Figura 29.

Figura 29 - Organograma do AchaPet



----- Atividades terceirizadas.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O departamento financeiro será responsável por fazer cobranças dos anunciantes, fazer pagamentos referentes aos departamentos de marketing e

suporte técnico e despesas gerais que o aplicativo terá como também gerenciar as doações. A prospecção de parceiros será de grande importância, visto que, a maior parte da receita será vinda de propagandas, portanto todo processo que envolva a conquista de um novo parceiro deverá ser priorizado. A gestão desses dois departamentos será feita pelo proprietário da empresa.

O departamento de Marketing será responsável pela divulgação do aplicativo. Estará sempre presente em *petshops*, feiras de animais de estimação e outros eventos relacionados ao mundo pet. Além disso, será responsável por impulsionar as mídias sociais, avaliar e achar soluções para *feedbacks* negativos, como também na distribuição dos *flyers* nas cidades. É o departamento que não poderá ser negligenciado no começo do negócio, pois para que o aplicativo se faça conhecido a divulgação deverá ser presente e constante.

O suporte técnico será responsável por solucionar todos os problemas e atualizações que o aplicativo possa necessitar. Essa assistência será feita pelos desenvolvedores do aplicativo.

6 PLANO FINANCEIRO

Com o intuito de projetar as receitas e as despesas da empresa e assim analisar a situação econômica da empresa, foi elaborado um plano financeiro. Dessa forma é possível visualizar quanto se pretende faturar, gastar, investir, lucrar e planejar o melhor uso dos recursos disponíveis.

6.1 Estimativas dos investimentos fixos

Para a implantação do projeto será necessário um investimento, cujo valor será distribuído entre a aquisição de um computador, pacote de conexão de internet 4G para o smartphone, disponibilização do aplicativo no *Google Play* e o Plano *Flame* também do *Google* (para armazenar os dados dos usuários e dos animais perdidos e encontrados), marketing inicial, registro da marca, abertura e legalização da empresa.

6.1.1 Máquinas e equipamentos

A fim de realizar as atividades diárias a empresa irá necessitar dos seguintes equipamentos: computador ou laptop, impressora, smartphone. Com objetivo de reduzir os custos optou-se pela aquisição dos equipamentos eletroeletrônicos seminovos. Uma estimativa de valores está disponível na Figura 30.

Figura 30 - Investimento com equipamentos

Descrição	Valor
Máquina de cartão	R\$ 358,00
Impressora	R\$ 500,00
Smartphone	R\$ 1.000,00
Computador	R\$2.000,00
Valor total	R\$ 3.858,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim, o valor total do investimento com os equipamentos será igual a R\$ 3.858,00.

6.1.2 Móveis e utensílios

Por ser um negócio em casa, o empreendimento não exigirá móveis

especiais, além daqueles necessários para montar um pequeno escritório, como uma mesa de computador, uma prateleira, cadeiras e materiais de escritório, cujos valores estão apresentados na Figura 31.

Figura 31 - Investimento com móveis e utensílios

Descrição	Valor
Mesa de computador	R\$ 100,00
Prateleiras	R\$ 100,00
Cadeiras	R\$ 300,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Valor total	R\$ 600,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim, o valor total do investimento com os móveis e utensílios será igual a R\$ 600,00.

6.1.3 Total dos investimentos fixos

Conforme estipulado nos subcapítulos 6.1.1 e 6.1.2, o valor total dos investimentos fixos será de R\$ R\$ 4.458,00.

6.2 Capital de giro

O capital de giro não é investimento, mas sim uma reserva de recursos para ser utilizado entre o período de pagamento dos fornecedores e o recebimento dos clientes (SEBRAE, 2018).

Será necessário aproximadamente R\$ 6.000,00 para o capital de giro e reserva constante para empreendimento. Este valor considera principalmente as necessidades de dois meses iniciais de operação após o seu lançamento, fazendo com que o plano de contingência seja mais eficaz em tempos de crise.

6.3 Investimentos pré-operacionais

As despesas com os investimentos para a abertura e legalização da empresa incluem honorários de profissionais para a elaboração do contrato social, registro do documento na Junta Comercial e na Receita Federal, inscrição do negócio na Secretaria Estadual da Fazenda, reconhecimento de firmas, compra do primeiro lote de notas fiscais ou do certificado digital e-CNPJ para a emissão de

notas fiscais eletrônicas (SEBRAE, 2018).

Estima-se que para a abertura e legalização da empresa o valor necessário será de R\$ 2.000,00. Além disso, é preciso realizar o registro da marca junto com Instituto Nacional da Propriedade Industrial, sendo a taxa de R\$ 750,00.

A empresa também precisará arcar com um gasto de aproximadamente R\$ 100,00 (\$25.00) para disponibilizar o aplicativo na loja virtual Google Play. Será preciso ainda o valor de R\$ 1.000,00 para o marketing inicial e também o valor de R\$ 3000,00 para cobrir as despesas iniciais com aluguel, contas, serviços terceirizados, etc. Todos os investimentos pré-operacionais podem ser observados na Figura 32.

Figura 32 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Abertura de empresa	R\$ 2.000,00
Registro da marca	R\$ 750,00
<i>Google Play</i>	R\$ 100,00
Divulgação inicial	R\$ 1.000,00
Despesas iniciais	R\$ 3.000,00
Valor total	R\$ 6.850,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

Após apurar as estimativas, os autores chegaram a um valor total desta categoria dos investimentos de R\$ 6.850,00.

6.4 Investimento total

Ao levar em conta todas as categorias de investimentos, foi construída a Figura 33 com os valores totais para melhor visualização.

Figura 33 - Investimento total

Descrição	Valor
Investimento com equipamentos	R\$ 3.358,00
Investimento com móveis e utensílios	R\$ 600,00
Investimentos pré-operacionais	R\$ 6.850,00
Capital de giro	R\$ 6.000,00
Valor total	R\$ 17.308,00

Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim o investimento total necessário para a abertura e funcionamento da empresa será de R\$ 17.308,00, composto por investimentos no valor de R\$ 11.308,00 e de capital de giro de R\$ 6.000,00.

6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

Através das três pesquisas de mercado feitas obteve-se um valor aproximado de R\$4.000,00 mensais que o AchaPet arrecadará mensalmente, sendo este valor distribuído da seguinte forma: R\$3.500,00 das divulgações das marcas das empresas parceiras e R\$500,00 de doações dos usuários do aplicativo. A partir do sexto mês espera-se um aumento mensal de 3% na receita da empresa, pois haverá uma forte divulgação do aplicativo.

6.6 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

O controle financeiro deve abranger a projeção do investimento inicial, dos custos fixos e variáveis. Segundo Hoji (2014), o valor total dos custos e despesas fixas não varia proporcionalmente à quantidade de produção, permanecendo fixo, independentemente do nível de atividades.

O AchaPet terá como custos fixos o aluguel, *pró labore*, pacote de telefone e internet, serviço terceirizado de manutenção de TI e o Plano *Flame* do *Google*, além de recursos para marketing, que serão subdivididos em pagamentos dos serviços terceirizados prestados pelo parceiro e propaganda e publicidade do *Google Ads*.

Como a empresa será gerida a partir da casa do proprietário, foi considerada apenas uma parcela do aluguel e da conta de energia da residência. Para saber quanto seria o valor desses itens foi feita uma regra de três simples, considerando o preço do aluguel por metros quadrado do imóvel. Devido ao fato de que o proprietário da empresa ser microempreendedor individual (MEI) o valor do imposto será de R\$ 55,90. A estimativa dos custos fixos mensais de funcionamento do aplicativo encontra-se na Figura 34.

Investimento									
Fluxo de caixa líquido	966,14	1.101,20	1.240,31	1.383,60	1.531,18	1.683,19	1.839,77	2.001,04	2.167,14
Saldo de caixa	-11.430,46	-10.329,26	-9.088,95	-7.705,36	-6.174,18	-4.490,98	-2.651,22	-650,18	1.516,96
Payback									18 meses

Fonte: Elaborado pelos autores.

6.8 Demonstrativos de resultado

Lucro líquido é a diferença entre a receita operacional bruta e os impostos, custo variáveis e fixos. A projeção do lucro líquido do empreendimento pode ser observada na Figura 36.

Figura 36 - Projeção do Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE)

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Receita Operacional Bruta	R\$ 50.649,85	R\$ 69.817,63	R\$ 76.799,39
Custos Fixos e Variáveis	R\$ 42.430,80	R\$ 42.430,80	R\$ 42.430,80
Lucro Líquido	R\$ 8.219,05	R\$ 27.386,83	R\$ 34.368,59

Fonte: Elaborado pelos autores.

O DRE do empreendimento foi projetado considerando as seguintes estimativas: do mês um até o mês seis não terá aumento de receita; do mês sete até o 24 haverá crescimento de 3% ao mês, que é igual aproximadamente 37,8% ao ano; a partir do terceiro ano haverá crescimento de 10% ao ano.

6.9 Indicadores de viabilidade

Para determinar se o projeto será capaz de gerar receitas suficientes para cumprir com as obrigações financeiras e, acima de tudo, para retornar o investimento, foram utilizados alguns indicadores de viabilidade como o ponto de equilíbrio, índice de lucratividade e rentabilidade.

6.9.1 Ponto de equilíbrio

A fim de encontrar o ponto de equilíbrio do empreendimento foram considerados apenas os anúncios das empresas parceiras, pois Magliorini e Vallim (2009) afirmam que é necessária uma determinada quantidade de vendas, de onde se obtém a receita que seja igual ao montante de custos e despesas da empresa.

A princípio os custos variáveis da empresa serão muito baixos, sendo assim

não foi considerado esse fator.

- Preço dos anúncios: R\$ 150,00
- Despesas: R\$ 3.535,90
- Ponto de equilíbrio = R\$ 3.535,90 / R\$150,00 = 23,57 =24

Sendo assim o empreendimento precisará de 24 anúncios no valor de R\$ 150,00 para se manter mensalmente.

6.9.2 Índice de lucratividade

Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.154) falam que o índice de lucratividade é o quociente do valor presente dos fluxos de caixa futuros esperados após o investimento inicial dividido pela quantia do investimento inicial.

$$\text{Lucratividade} = \text{Lucro líquido} / \text{Receita total} \times 100\%$$

Figura 37 - Índice de lucratividade

	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Lucro Ano 1	R\$ 8.219,05	R\$ 27.386,83	R\$ 34.368,59
Receita Ano 1	R\$ 50.649,85	R\$ 69.817,63	R\$ 76.799,39
Lucratividade	16%	39%	45%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme apresentado na Figura 37, no Ano 1 a lucratividade da empresa será de 16%. Já no Ano 2 e 3 o índice crescerá devido ao aumento da receita e será de 39% e 45% respectivamente.

6.9.3 Rentabilidade

Hoji (2014) afirma que os índices de rentabilidades, que podem ser calculados sobre as Receitas Líquidas, são indicadores muito importantes porque evidenciam o sucesso ou insucesso do empreendimento.

Para o cálculo do rendimento do projeto foi considerado o lucro líquido, que foi dividido pelo valor total investido para a abertura do negócio, obtendo assim a rentabilidade mensal.

$$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro líquido} / \text{Investimento} \times 100\%$$

Figura 38- Rentabilidade

Descrição	Valor
Lucro Ano 1	R\$ 8.219,05
Investimento	R\$ 17.308,00
Rentabilidade	47%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como pode ser observado na Figura 38, a empresa terá uma rentabilidade e 47%.

6.9.4 Prazo de retorno do investimento

Para saber se o projeto é viável ou não, foi utilizado método *payback*, que segundo MAGLIORINI, EVANDIR (2009), é o tempo necessário para se recuperar o investimento. Como foi demonstrado no subcapítulo 6.7 deste projeto, o *payback* simples do projeto será de dezoito meses.

7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Para que a empresa esteja melhor preparada para possibilidades que possam ocorrer no futuro, foram elaborados três cenários: pessimista, realista e otimista, que podem ser observados na Figura 39.

Figura 39 - Quadro dos cenários

Cenários	Descrição
Otimista	<ul style="list-style-type: none"> - O AchaPet consegue atingir as expectativas dos usuários, pois ele não apresenta nenhum problema técnico. Além disso, os usuários gostam do <i>layout</i> e das telas e funções do aplicativo. - A maioria dos usuários fazem doações para a empresa e recomendam o aplicativo para outras pessoas, pois tiveram sucesso na recuperação dos seus animais de estimação fazendo uso dele. - A quantidade de usuários do aplicativo é acima do previsto, com isso ocorre um maior interesse de empresários que querem divulgar as suas empresas nele. - O aplicativo ganha espaço no mercado, ganhando um maior número de usuários, fazendo com que os desenvolvedores passem o aplicativo também para a plataforma IOS. - O índice de animais perdidos diminui drasticamente na região que o aplicativo atua, pois o mesmo vira referência em situações de desaparecimento de animais.
Realista	<ul style="list-style-type: none"> - O aplicativo conseguirá realizar seu objetivo conseguindo se manter no mercado, fazendo-se conhecido na região por meio das mídias sociais e impressas. - A quantidade esperada de usuários é atingida, diminuindo o índice de animais perdidos. - O cadastro de animais para adoção cresce como também as adoções dos mesmos.
Pessimista	<ul style="list-style-type: none"> - O aplicativo apresenta defeitos técnicos e por causa disso as pessoas não conseguem divulgar fotos de animais que estão perdidos e, conseqüentemente, os usuários que perderam os seus animais de estimação não os encontram. - O AchaPet recebe poucas doações, pois os usuários têm dificuldades no manuseio do aplicativo devido aos defeitos técnicos apresentados. Por causa disso o AchaPet possui uma pequena quantidade de usuários, e conseqüentemente há poucas divulgações de animais perdidos, fazendo com que as pessoas que perderam os seus animais de estimação não os encontrem. - Como há poucos usuários, haverá um pequeno número de empresas parceiras anunciando no aplicativo.

Fonte: Elaborado pelos autores.

7.1 Plano de Contingência

Levando em consideração o Cenário Pessimista elaborado no Capítulo 7, foi criado um plano de contingência com ações predefinidas que serão colocadas em prática caso venham a acontecer, pois Gido e Clements (2016) afirmam que um plano de contingência deve ter um ponto de desencadeamento para uma tomada de decisão, e por isso é preciso que a empresa tenha uma reserva de capital.

Para incentivar as pessoas a utilizarem o aplicativo, a empresa poderia distribuir brindes ou descontos em produtos das lojas dos seus parceiros, assim, como foi mostrado na pesquisa de mercado, elas estariam mais dispostas a ajudarem outras pessoas a encontrarem o animal de estimação que está perdido.

Caso o número de doações dos usuários que perderam algum animal de estimação não seja expressivo, poderá ser cobrada uma taxa dos mesmos para cada publicação que eles venham fazer, cujo valor poderá ser entre R\$10,00 à R\$20,00. Outra forma de se arrecadar dinheiro seria a venda de rifas em feiras de animais de estimação.

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

O objetivo do presente projeto foi elaborar um plano de negócio de um empreendimento de um aplicativo móvel voltado para a busca dos animais de estimação perdidos. Com os resultados obtidos durante o seu desenvolvimento pode concluir que a proposta para a abertura da empresa é plenamente viável do ponto de vista mercadológico e financeiro.

A pesquisa do mercado analisou tais pontos como o mercado pet atual, os concorrentes e os fornecedores. Chegou-se à conclusão que este é um mercado em expansão, que consegue enfrentar a crise que afeta outros segmentos. Porém o setor de busca de animais perdidos é carente de novidades e pouco efetivo. Por este motivo, os conceitos de inovação, agilidade da tecnologia móvel e simplicidade de uso oferecidos pelo aplicativo em questão torna a AchaPet em um negócio atraente para os consumidores e interessante para ser investido.

O público-alvo foi estudado através da aplicação de questionários aos potenciais consumidores e parceiros. A pesquisa de campo revelou que o público-alvo se encontra nas cidades de Americana, Santa Bárbara D'Oeste e Nova Odessa, todas no estado de São Paulo, e se refere aos tutores de animais de estimação que os consideram um membro da família, além da parte da população que se importa pela causa. Entre os potenciais parceiros destacam-se os *petshops*, as clínicas veterinárias e estabelecimentos de estética de animal. Observou-se um grande interesse pela causa e uma boa aceitação, porém há um risco de obter baixas contribuições dos consumidores. Todavia, acredita-se que uma vez que o aplicativo se prova eficiente em encontrar os animais, os usuários e parceiros terão maior incentivo de aumentar as contribuições.

Há muitas oportunidades para este negócio, tendo em vista que o mercado de aplicativos e celulares está crescendo; e o fato de que não existe nenhum aplicativo com objetivo e funcionalidade similar atuando na região de abrangência da empresa. As ameaças também são significativas, mas ao decorrer do trabalho são sugeridas estratégias a fim de contê-las.

Com base nessas análises, foi possível elaborar os planos de marketing, operacional e financeiro, que são fundamentais para a estruturação da empresa. Optou-se pelo enquadramento da empresa como MEI com terceirização dos serviços de marketing e TI visando obter uma maior flexibilidade do negócio e

reduzir os custos.

A finalidade do plano financeiro foi verificar a viabilidade do negócio. O investimento total da AchaPet é de R\$ 17.308,00 com o prazo de retorno de 18 meses. Para confirmar a atratividade do negócio, analisa-se os índices de lucratividade e rentabilidade. Quanto à lucratividade, no Ano 1 espera-se um resultado bastante baixo, de 16%, devido à necessidade de retornar o investimento e baixo número de usuários, porém nos anos posteriores esse índice vai crescendo e chega a 39% e 45% respectivamente. Já a rentabilidade projeta-se de 47%. Além disso, foi proposto um plano de contingência caso venha ocorrer o cenário pessimista. Portanto, esse negócio apresenta um empreendimento rentável, sem necessidade de alto investimento inicial e com bom potencial de retorno.

É necessário salientar que as conclusões apresentadas no trabalho não seriam possíveis sem o estudo dos conceitos teóricos oferecidos pelos diversos autores citados no trabalho, pois suas ferramentas de análise do mercado, previsões financeiras do empreendimento e elaboração de estratégias são essenciais para o desenvolvimento de um bom plano de negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABINPET. **Mercado pet Brasil 2018**. Disponível em: <<http://abinpet.org.br/mercado/>>. Acesso em: 23 de outubro de 2018.

UPTODOWN. **Android Studio**. Disponível em: <<https://android-studio.br.uptodown.com/windows>>. Acesso em: 28 de abril de 2018

BLASS, Marcella. **Aplicativos ajudam usuários a encontrar animais perdidos e para adoção**. UOL. São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/06/04/aplicativos-ajudam-usuarios-a-encontrar-animais-perdidos-e-para-adoacao.htm>>. Acesso em: 16 de setembro de 2018.

CARREIRA, Dorival. **Organização, sistemas e métodos: ferramentas para racionalizar as rotinas de trabalho e a estrutura organizacional da empresa**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

CARVALHO, Luciana. **9 benefícios que bichos de estimação trazem à saúde**. Revista Exame. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/9-beneficios-que-bichos-de-estimacao-trazem-a-saude/>>. Acesso em: 10 de setembro de 2018.

CGCOM. **Legislação - Programa de computador**. INPI- 2018. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/programa-de-computador/legislacao-programa-de-computador>>. Acesso em: 13 de setembro de 2018.

CLEMENTS James P; GIDO Jack. **Gestão de Projetos**. 5. Ed. São Paulo: Cengage, 2016.

DIAS, Valéria. **Estudo avalia fatores que influenciam a instalação de aplicativos no celular**. USP - São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://www5.usp.br/107922/estudo-avalia-fatores-que-influenciam-a-instalacao-de-aplicativos-no-celular/>>. Acesso em 14 de setembro de 2018.

FACEBOOK. **Cães e gatos perdidos - Americana e Região**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/adotacao>>. Acesso em 17 de setembro de 2018.

_____. **Cães Perdidos SBO e região**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/432771206843336>>. Acesso em 17 de setembro de 2018.

GOOGLE. **Firestore**. 2019. Disponível em: <<https://firebase.google.com/pricing/?hl=pt-br>>. Acesso em: 10 de abril de 2019.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária: Matemática financeira aplicada. Estratégias financeiras. Orçamento empresarial**. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2014

IBGE. **Americana**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/americana/panorama>>. Acesso em: 1 de novembro de 2018.

_____. **Santa Bárbara d'Oeste**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/santa-barbara-doeste/panorama>>. Acesso em: 1 de novembro de 2018.

KOTLER Philip, KELLER Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12 Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, A.L. **Marketing**. 8 Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**. 3 Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MEGLIORINI, Evandir; VALLIM Marco Aurélio. **Administração financeira: uma abordagem brasileira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

MEDEIROS. Luiz Fernando Gama de. **5 leis que você precisa ficar atento antes de criar um aplicativo**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: <http://gamamedeiros.com.br/5-leis-que-voce-precisa-ficar-atento-antes-de-criar-umaplicativo/#1_8211_Registro_do_Software_Lei_no_9609_de_19_de_fevereiro_de_1998>. Acesso em: 31 de outubro de 2018.

MEIRELLES, Fernando S. **29ª Pesquisa Anual do Uso de Tecnologia de Informação**. Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2018gvciappt.pdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2018.

POLI, Mariana. **Mercado pet cresce graças a mudanças no comportamento dos donos de animais de estimação**. Revista Exame. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/mercado-pet-cresce-gracas-a-mudancas-no-comportamento-dos-donos-de-animais-de-estimacao/>>. Acesso em: 14 de setembro de 2018.

ROSS, A Stephen; WESTERFIELD, Randolph W; JAFFE, Jeffrey; LAMB, Roberto. **Administração financeira**. Porto Alegre: AMGH, 2015

SALOMÃO, Karin. **Como o brasileiro cuida e quanto gasta com seus animais de estimação**. Revista Exame. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/como-o-brasileiro-cuida-e-quanto-gasta-com-seus-animais-de-estimacao/>>. Acesso em: 16 de setembro de 2018.

SEBRAE. **Empresa de impacto social de aplicativo para celulares**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-empresa-de-impacto-social-de-aplicativo-paracelulares,a07f5bd2a4232510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

_____. **O que é o Microempreendedor Individual (MEI)?** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/faq/o-que-e-o-microempreendedor-individual-mej,f2aea97917504510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

SIMPLES NACIONAL. **Enquadramento no Simei.** Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Noticias/NoticiaCompleta.aspx?id=62d6dd3a-f2c3-47ee-a392-f6a714bc6eea>>. Acesso em: 27 de maio de 2019.

SPC BRASIL. **61% dos donos de animais de estimação veem seus pets como um membro da família; gasto mensal é de R\$189, em média.** São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/3540>>. Acesso em: 11 de setembro de 2018.

WEIDLICH, Paula. **Meu cachorro fugiu! E agora, o que fazer?** Tribuna do Paraná 2018. Disponível em: <<https://www.tribunapr.com.br/blogs/mania-animal/meu-cachorro-fugiu-e-agora-o-que-fazer/>>. Acesso em: 05 de novembro de 2018.

APÊNDICE A – Questionário 1 “Pesquisa sobre a disposição de usar um aplicativo de busca de animais perdidos”

Formulário da pesquisa de mercado como parte do Projeto de Trabalho de Graduação do Curso Gestão Empresarial da FATEC-AM, afim de verificar se as pessoas estão dispostas a usarem um aplicativo de busca de animais perdidos.

1. Cidade onde você mora.

() Americana

() Nova Odessa

() Santa Bárbara D`Oeste

() Outro: _____

2. Você estaria disposto(a) a ajudar alguém que perdeu um animal de estimação a reencontrá-lo?

() Sim

() Não

3. Você estaria disposto(a) a utilizar um aplicativo gratuito para ajudar outras pessoas a encontrarem seus animais de estimação?

() Sim

() Não

4. E se você ganhasse brindes quando a sua publicação no aplicativo resultasse em encontro do animal perdido com o seu dono, isso iria aumentar o seu interesse em usar o aplicativo?

() Sim

() Não

APÊNDICE B – Questionário 2 “Pesquisa direcionada às pessoas que perderam algum animal de estimação”

Formulário da pesquisa de mercado como parte do Projeto de Trabalho de Graduação do Curso Gestão Empresarial da FATEC-AM, afim de verificar se as pessoas que perderam algum animal de estimação estarão dispostas a usarem o aplicativo de busca de animais perdidos.

1. Cidade onde você mora

- Americana
- Nova Odessa
- Santa Bárbara D`Oeste
- Outro: _____

2. Qual animal você perdeu?

- Cachorro
- Gato
- Outro: _____

3. Você encontrou o seu animal?

- Sim
- Não

4. Se não, quanto tempo seu animal está perdido?

- 1 a 15 dias
- 15 a 30 dias
- 1 a 6 meses
- 1 ano
- Mais de 1 ano

5. Se sim, o que ajudou você a encontrar o seu animal?

- Aplicativo de celular para encontrar animais perdidos
- Cartazes em locais públicos.
- Chip implantado no animal.

() Comunidade em páginas de relacionamento.

() Outro: _____

6. Você usaria um aplicativo que ajudasse a encontrar o seu animal perdido ou de outras pessoas?

() Sim

() Não

7. Você estaria disposto(a) a contribuir com alguma quantia para ajudar a manter e divulgar o aplicativo?

() Sim

() Não

8. Se sim, qual a quantia que você estaria disposto a contribuir?

() Até R\$10,00

() R\$ 20,00 a R\$ 30,00

() R\$ 30,00 a R\$ 40,00

() R\$ 40,00 a R\$ 50,00

Outro: _____

APÊNDICE C – Questionário 3 “Pesquisa direcionada aos potenciais parceiros que atuam no mercado *pet*”

Formulário da pesquisa de mercado como parte do Projeto de Trabalho de Graduação do Curso Gestão Empresarial da FATEC-AM, afim de verificar a viabilidade de um aplicativo de busca de animais perdidos.

Gostaríamos que você levasse em consideração que o número de pessoas engajadas com causas animais está cada vez maior, e que elas veem de forma positiva empresas que também são engajadas por essas causas.

1. Cidade na qual a empresa está localizada.

2. Tipo de estabelecimento

- () Petshop
- () Clínica Veterinária
- () Estética (banho, tosa, etc)
- () Outro: _____

3. Quanto a empresa estaria disposta a pagar por anúncios que serão divulgados durante um mês no aplicativo, na sua página do *Facebook* e *Instagram*?

- () R\$50,00 R\$100,00
- () R\$150,00 à R\$200,00
- () R\$300,00 à R\$400,00
- () R\$500,00 à R\$600,00
- () R\$700,00 à R\$800,00
- () R\$900,00 à R\$1.000,00

4. E se a empresa tiver exclusividade?

- () R\$1.500,00 à 2.000,00
- () R\$2500,00 à 3.000,00
- Outro: _____

APÊNDICE D – Site do AchaPet

Figura 40 (A) - Site do AchaPet



Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

Figura 40 (B) - Site do AchaPet



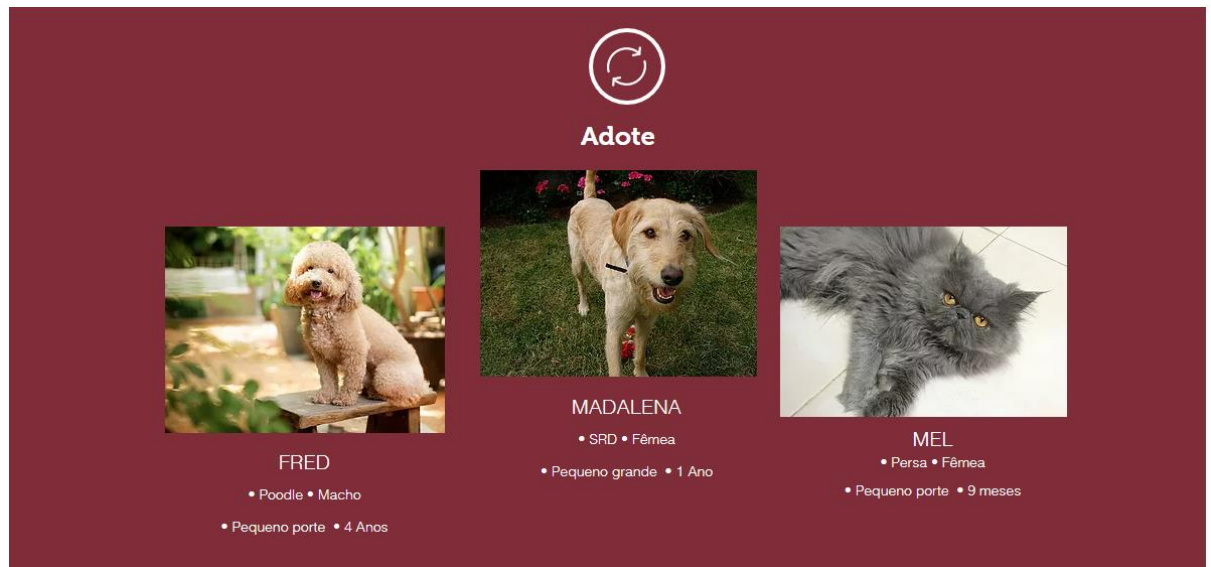
Quem somos

O AchaPet é um aplicativo para busca e anúncio de animais de estimação. Em nossa plataforma com uma busca simples e rápida, você pode encontrar seu animal que esteja perdido. Também possuímos uma aba para adoções, que funciona nos mesmos moldes do anterior. O serviço tem como objetivo dar maior visibilidade aos pets que estão perdidos, fazendo com que as informações não se percam ao longo do tempo e acelerando encontros e reencontros.



Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

Figura 40 (C) - Site do AchaPet



Fonte: AchaPet (Elaborado pelos autores).

APÊNDICE E – Aplicativo em desenho

Figura 41 (A) - Modelo do aplicativo no papel

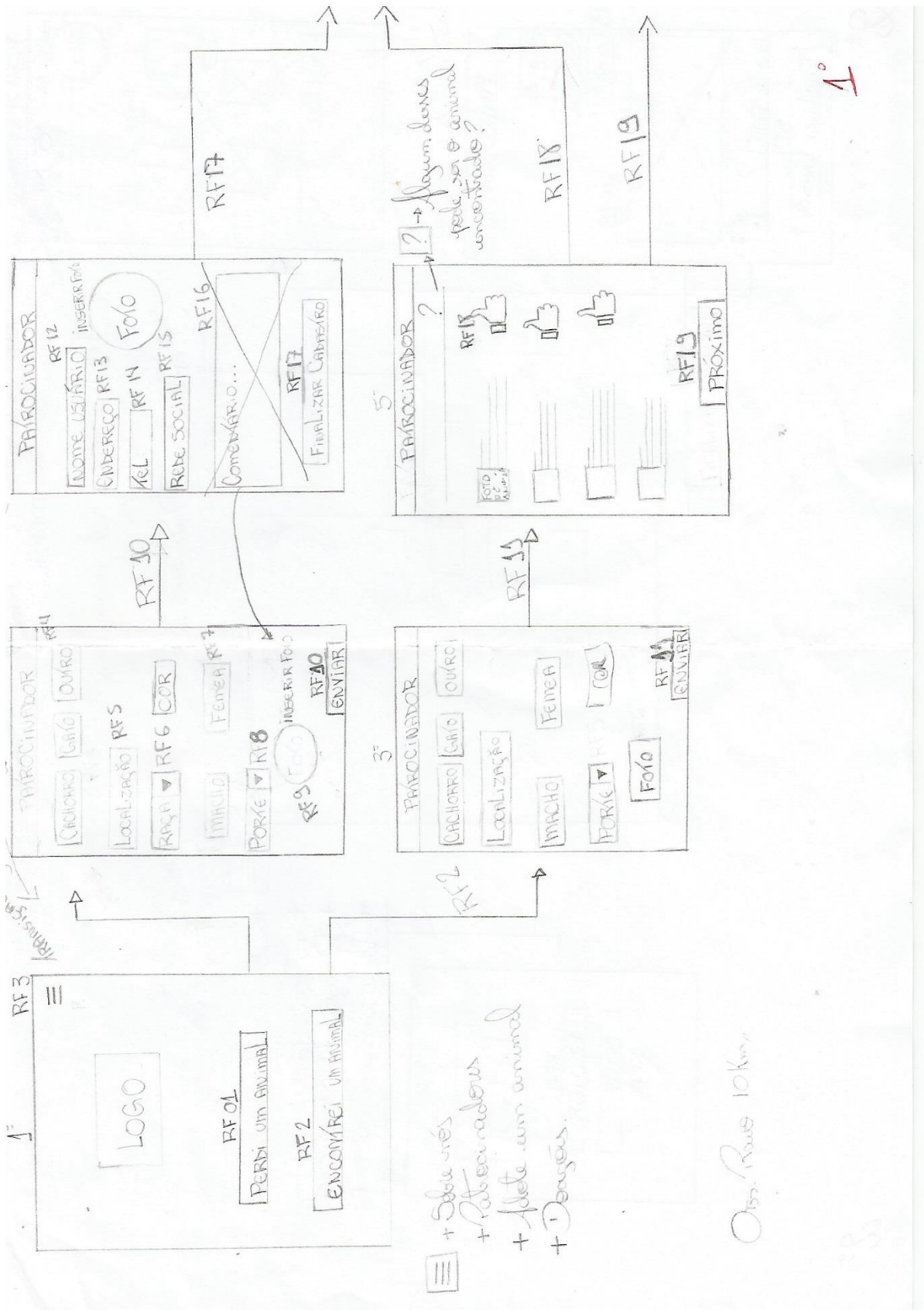
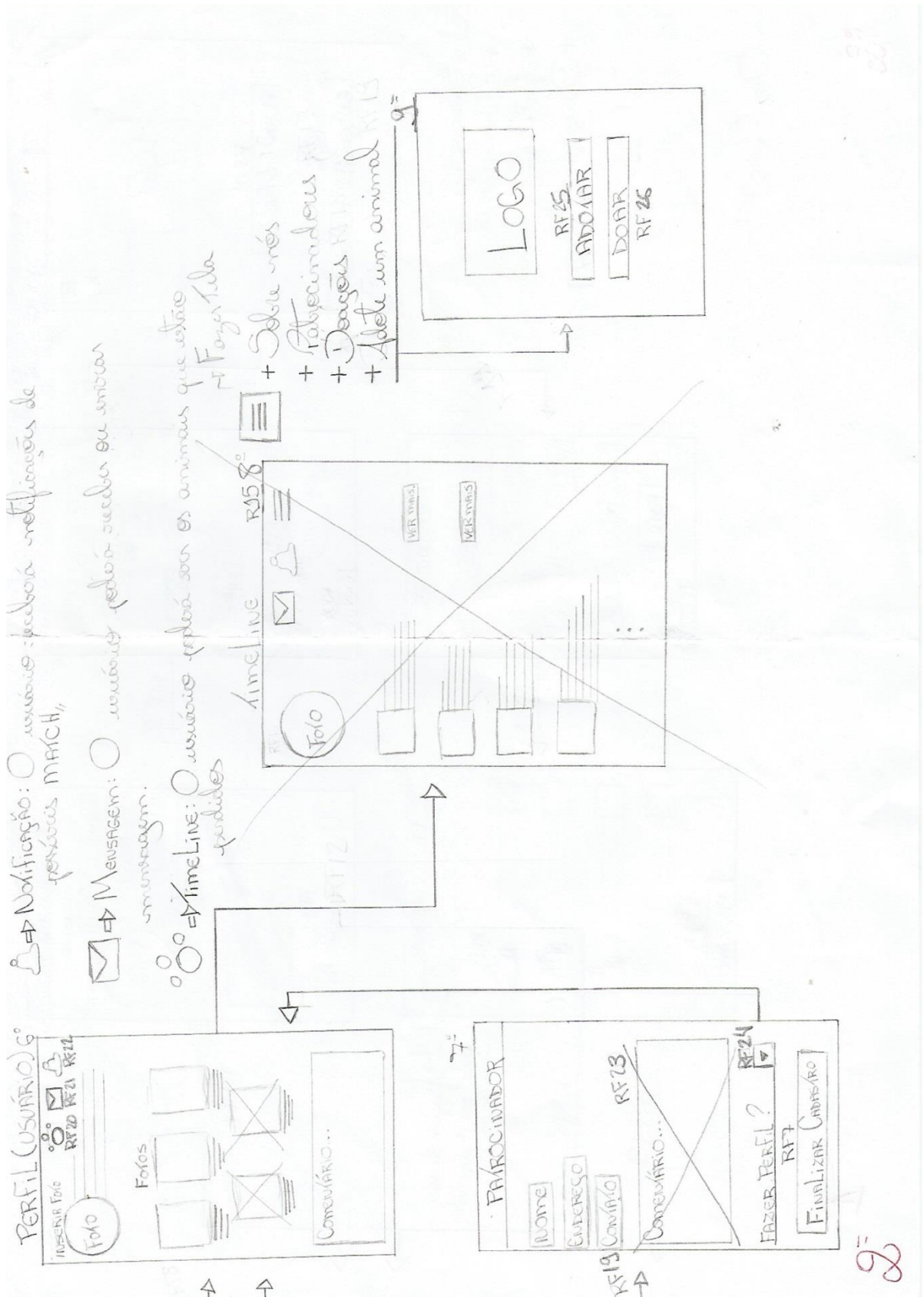
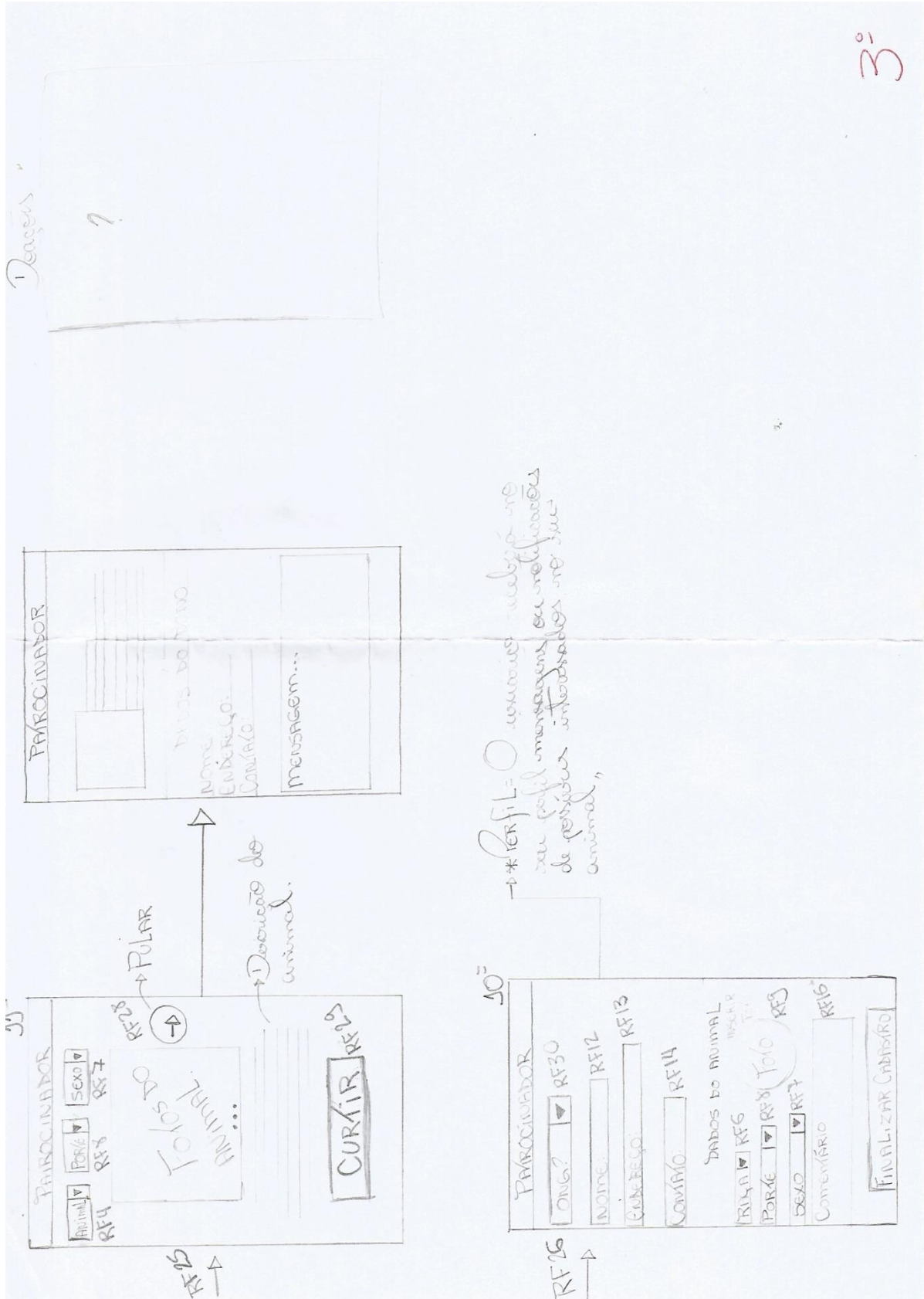


Figura 41 (B) - Modelo do aplicativo no papel



Fonte: Elaborado pelos autores.

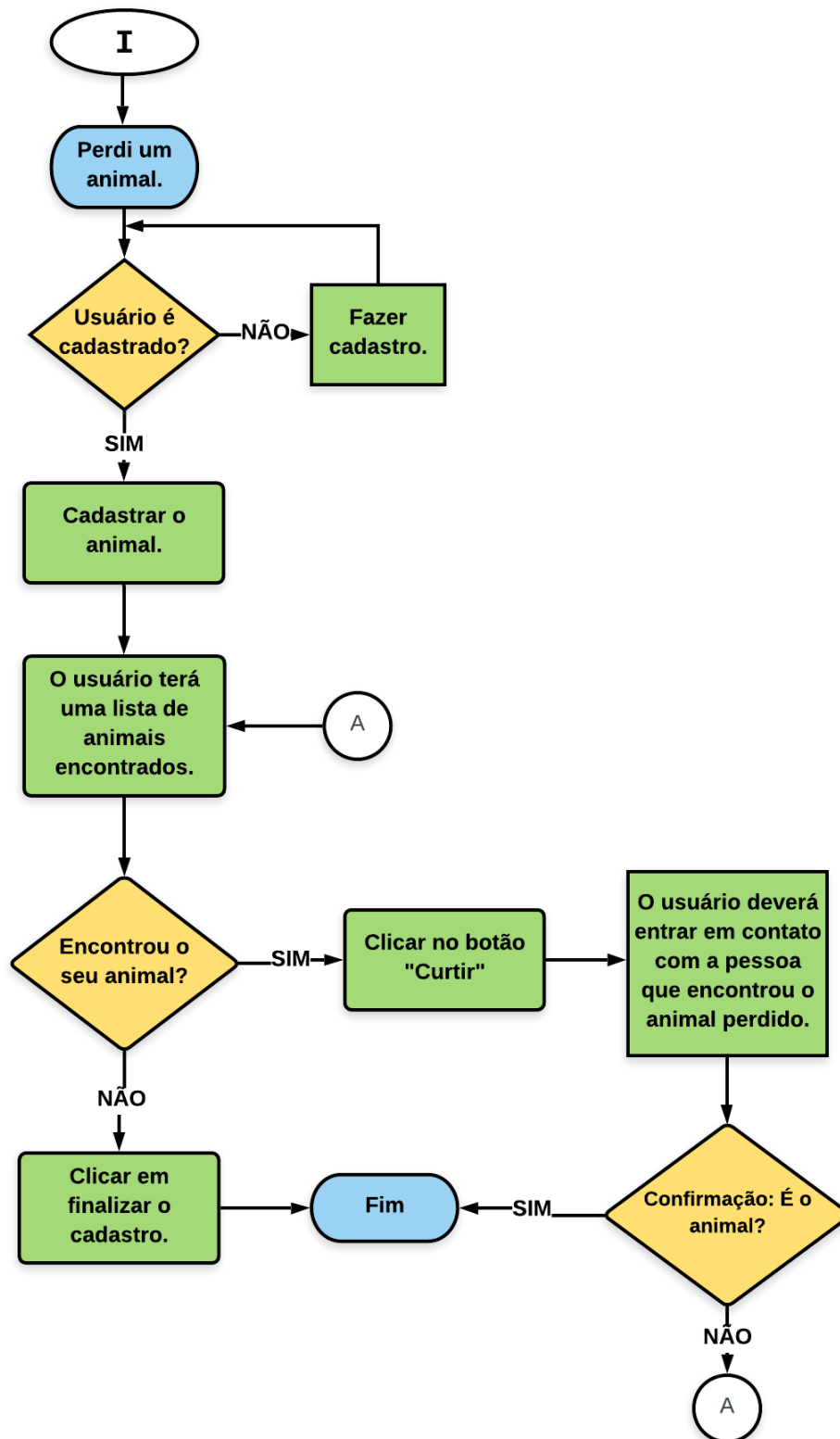
Figura 41 (C) - Modelo do aplicativo no papel



Fonte: Elaborado pelos autores.

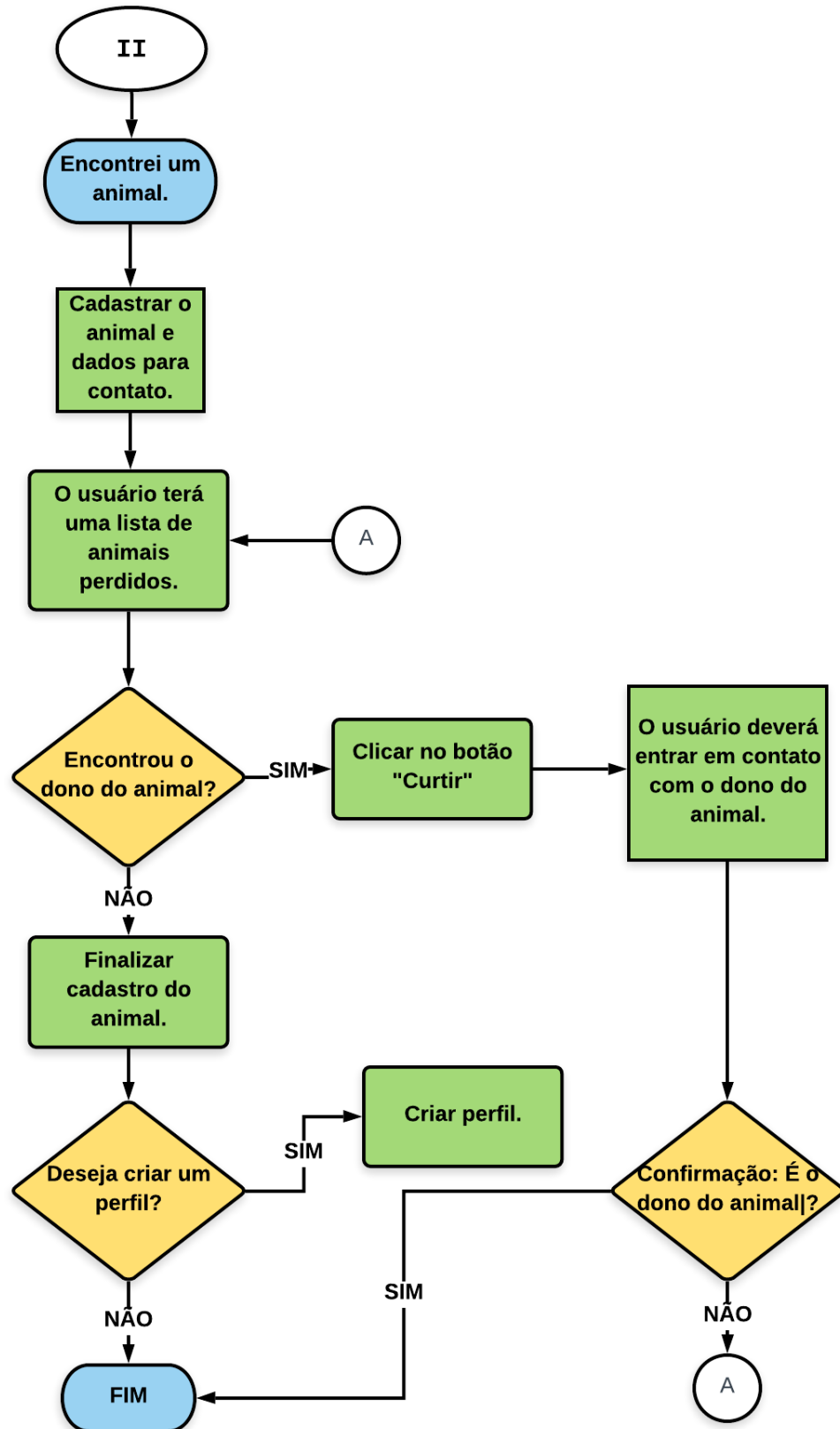
APÊNDICE F – Fluxogramas de acesso ao sistema

Figura 43 – Perdi um animal



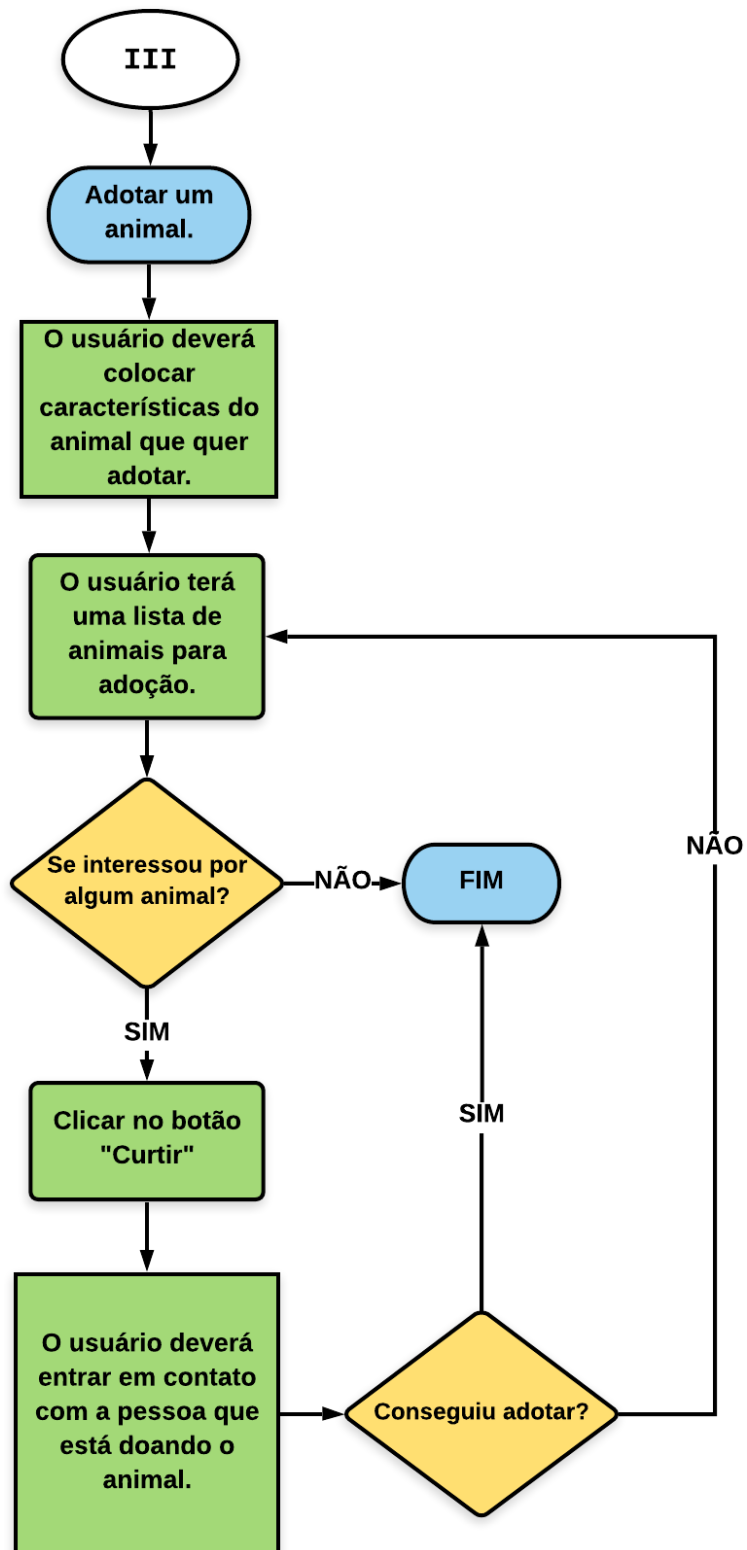
Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 44 – Encontrei um animal



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 45 - Adotar um animal



Fonte: Elaborado pelos autores.