

Faculdade de Minas – FAMIG
Curso Processos Gerenciais

Adivagno Geraldo

Projeto de Metodologia e Pesquisa

Belo Horizonte, 15 de Dezembro de 2020

Faculdade de Minas – FAMIG
Curso Processos Gerenciais

Adivagno Geraldo

Projeto de Metodologia e Pesquisa

Entrega do Projeto Final de graduação apresentado a Faculdade de Minas-FAMIG, como requisito parcial á obtenção do título de Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientador: Carlos Henrique Passos Mairink

Belo Horizonte, 15 de Dezembro de 2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	4
2 DESENVOLVIMENTO.....	4
2.1- Análise Mercadológica.....	4
2.2- Cliente ou Público Alvo.....	4
2.3- Concorrentes.....	5
2.4- Fornecedores.....	6
2.5- O que é o Produto/Serviço.....	6
2.6- Plano de Marketing.....	9
2.7- Missão, Visão e Valores.....	9
2.8- Plano Operacional.....	10
2.8.1- Operacional empresa.....	10
2.9- Planejamento Financeiro.....	11
3 METODOLOGIA.....	11
4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	12

1-Introdução

O empreendimento trata-se de um aplicativo que visa facilitar a vida do usuário a encontrar estacionamentos na região central de Belo Horizonte, oferecendo segurança e praticidade.

2- Desenvolvimento

2.1- Análise Mercadológica

O projeto foi dividido em três tópicos para analisar melhor o mercado para tal serviço/produto. Sendo eles: o cliente ou público alvo, os concorrentes e os fornecedores.

2.2- Cliente ou Público Alvo

O empreendimento visa dois tipos de clientes: os donos de estacionamento que iram divulgar seus estacionamentos no aplicativo e os usuários de estacionamento aqueles que iram utilizar o aplicativo.

Como sem clientes não existe empresa, pensamos primeiramente em compreender melhor nosso principal cliente (público alvo): pessoas que possuem automóveis e frequentam centros comerciais da região central de Belo Horizonte, procurando praticidade e segurança para seu bem. São heterogêneos quanto a classe social, sexo e idade (acima de 18 anos e habilitados), os mesmo deverão possuir conexão com internet e smartphone.

A taxa a ser cobrada de tais usuários será acessível, uma vez que visa atender a todos independentemente da renda familiar.

Como sabemos que o número de pessoas que possuem carros aumenta a cada dia, podemos considerar que o número de usuários de estacionamentos irá aumentar, por isso pensamos em disponibilizar o Virtual Parking na internet e no próprio aparelho celular (isso varia de acordo com a marca do aparelho, Ex: Nokia: Loja e Samsung: Play Store). Isso facilita que tal cliente encontre o produto.

Lembrando que o aplicativo visa atender a parte central da cidade de Belo Horizonte, ou seja, nosso publico alvo estará localizado na cidade de Belo Horizonte e região metropolitana. Afinal de contas o centro de Belo horizonte é um dos locais mais movimentados e com isso um local onde há maior rotatividade de pessoas.

Nosso segundo cliente: Os donos dos estacionamentos

Para esses iremos vender a parte de marketing. Eles usarão o aplicativo para divulgar seus estacionamentos e contaram com a ajuda de um dispositivo (sensores) para ajudar a controlar o fluxo de veículos (entrada e saída) garantindo assim a ideia principal do empreendimento que é manter as vagas ocupadas (vender mais).

Para o estacionamento será cobrada uma taxa mensal. Essa taxa será para manutenção dos dispositivos eletrônicos implantados no estacionamento.

Primeiramente pensamos em negociar pessoalmente com tais clientes, para assim demonstrar a funcionalidade do produto.

Tais estacionamentos deverão estar localizados na região central de Belo Horizonte.

2.3- Concorrentes

O empreendimento será implantado no mercado virtual, onde já existem aplicativos no mesmo segmento, porém essa plataforma nos proporciona uma vasta possibilidade de implementação com novas ideias. O mercado virtual é bastante diversificado proporcionando com que os concorrentes atinjam o mesmo publico alvo, mesmo tendo o risco de ter inúmeros serviços com mesmos fins, o projeto no qual implementamos não possui muita concorrência, existe um monopólio por conta de qualidade e serviço oferecido pelo aplicativo “Onde Parar”, que conta com mais de 4100 estacionamentos cadastrados em todos os estados do Brasil, além de algumas cidades do Chile e Argentina.

Porém o grande diferencial do aplicativo aos demais já desenvolvidos é informar ao usuário a disponibilidade de vaga, criando um vinculo com os estacionamentos cadastrados através de um software on line e de uma

ferramenta (hardware) que atualiza de forma instantânea quando a vaga for ocupada ou disponibilizada. Além disso, pensamos em criar uma página na web onde nossos clientes poderão realizar sugestões, reclamações e elogios. Na página web os mesmos (tanto usuários do aplicativo quanto donos de estacionamento) poderão obter informações gerais sobre o produto/serviço além de poder contar com o mesmo não só nos seus aparelhos celulares, mas também em seus computadores.

2.4- Fornecedores

Nosso principal fornecedor será empresas de informática que desenvolvam aplicativos e websites, para realizar a parte de software uma vez que não estamos aptos a isso. Segundo seriam empresas de eletrônica para fornecimentos de peças e acessórios eletrônicos para instalação da parte de hardware (parte totalmente ligada a nossa área de atuação).

E os estacionamentos que irão fornecer o espaço para implementação dos sensores e divulgação de sua marca.

2.5- O que é o Produto/Serviço

O empreendimento funcionará da seguinte forma:

O usuário irá baixar o aplicativo, onde encontrará catalogados todos os estacionamentos da área central de Belo Horizonte.

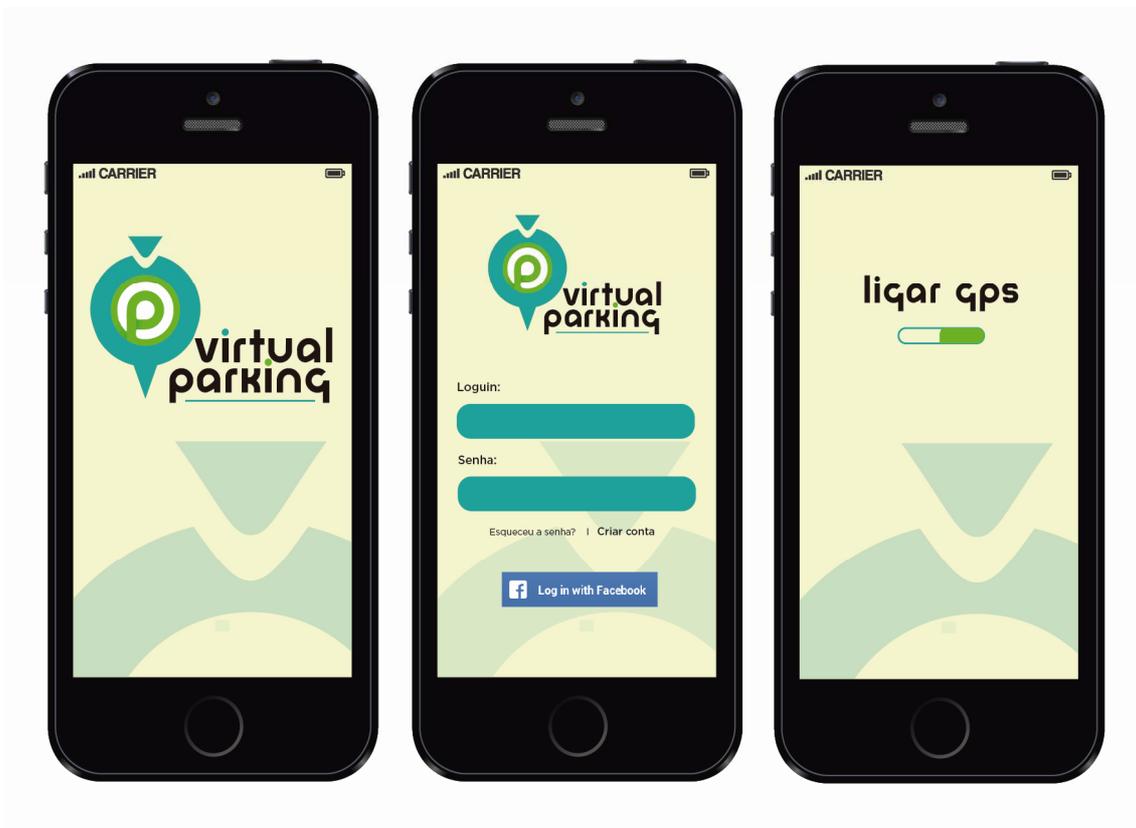
Para usar o aplicativo, basta que o usuário permita a sua localização, e em seguida, terá acesso ao estacionamento mais próximo ao seu destino. Poderá ser verificado também se há vaga disponível, a rota até o local, a forma de pagamento, o valor da vaga (fração, hora, 15 minutos, etc.) e se o mesmo possui lava jato.

Já no estacionamento, haverá um sensor que irá se comunicar com o aplicativo. A ideia principal do sensor seria de controlar o fluxo de saída e entrada de veículos, fazendo assim uma atualização instantânea no aplicativo. Afinal o aplicativo irá informar se há vaga ou não no estacionamento selecionado pelo usuário.

No web site, o usuário irá obter informações de como utilizar o aplicativo, poderá também a possibilidade de baixar o mesmo, caso encontre dificuldade ao fazer isso no seu aparelho celular. Além do mais gostaríamos de saber o índice de satisfação dos nossos clientes, quais são suas sugestões para melhorar o produto ofertado.

Lembrando que o produto poderá ser baixado tanto em celulares, quanto em tablets e computadores.

O projeto tende a seguir o mesmo modelo demonstrado nas imagens abaixo:





2.6- Plano de Marketing

Com o plano de marketing visamos o registro de ações para aumentar o número de vendas.

A divulgação do serviço nos estacionamentos será feita de forma pessoal, onde iremos apresentar aos donos dos estacionamentos o que é o produto, como sua marca será divulgada e os benefícios que o mesmo trará ao seu comércio. Já o produto (aplicativo) será disponibilizado na internet e no próprio aparelho celular (isso varia de acordo com a marca do aparelho, ex: app store, Google play, Windows store, etc.). Isso facilitará que tal cliente encontre o produto.

Iremos divulgá-lo também em outdoors, na mídia e com distribuição de panfletos.

Inicialmente a comercialização do produto/serviço será feita pelos seus proprietários, porém com o passar do tempo visamos montar uma equipe de vendedores externos e internos.

2.7- Missão, Visão e Valores.

Missão

Nossa missão é facilitar a vida do usuário a encontrar estacionamentos na região central de Belo Horizonte, oferecendo um serviço de qualidade e segurança.

Visão

Nosso objetivo é alcançar mais de 1.000.000 de downloads em um ano, ampliar nossa empresa em número de clientes e funcionários. E desenvolver novos aplicativos nesse seguimento de guia rápido.

Valores

Idealização, planejamento e uma execução de competência é o que nos leva a adquirir através do nosso trabalho, ótimos resultados. Através de qualidades como essas adquirimos confiança e credibilidade, visando sempre a satisfação do cliente, aplicando as práticas éticas e morais dentro da área.

2.8- Plano Operacional

2.8.1- Operacional empresa:

A empresa terá um escritório onde inicialmente iremos controlar o aplicativo e o web site para que sempre estejam atualizados. A realização de manutenção dos sensores será feita no próprio estacionamento quando houver necessidade. Inicialmente contaremos com uma equipe formada por:

EQUIPE
Gestor RH
Gestor Financeiro
Gestor Administrativo
Gestor Administrativo
Auxiliar Administrativo
Marketing digital
Técnicos em informática
Auxiliar em informática
Técnicos em eletrônica
Analista de Sistemas
Recepcionista
Serviços Gerais

2.8.2- Operacional do produto/serviço:

Serviço

- ❖ Mapear os estacionamentos da área central de Belo Horizonte;
- ❖ Vender a ideia para tais estacionamentos;
- ❖ Catalogar os clientes e inseri-los no aplicativo;
- ❖ Instalar os sensores;
- ❖ Finalizar hardware e software.

Produto

- ❖ Divulgar o produto fazendo com que o mesmo chegue ate os usuário;
- ❖ O usuário entrara no site ou no próprio aparelho (celular tablete ou computador);
- ❖ Fará seu cadastro para realizar o pagamento;
- ❖ Baixar o aplicativo.

2.9- Planejamento Financeiro

Segue estimativa financeira, referente a custos, investimentos e lucros do empreendimento:

DRE - DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO		
SIMULAÇÃO DE RESULTADO		
Dados		VALORES
RECEITA		
Valor		R\$ 3.029.000,00
Quantidade		1,00
Receita Bruta		3.029.000,00
(-) Deduções e Descontos Incondicionais	3,00%	(90.870,00)
(-) PDD (Inadimplência estimada)	5,00%	(151.450,00)
Receita Bruta Válida		2.786.680,00
(-) Impostos sobre receita	6,65%	(195.385,65)
(-) ISS	3,00%	(88.143,90)
(-) PIS	0,65%	(19.097,85)
(-) COFINS	3,00%	(88.143,90)
Receita Líquida sem Impostos		2.591.294,36
DESPESAS		
Folha (CLT+NF)	1,32%	(36.864,00)
Custo fixo	0,20%	(5.570,00)
Outros	0,04%	(1.150,00)
Total de Outras despesas	0,00%	
Margem de contribuição		2.547.710,36
%		91%

3.0 – Metodologia

Para desenvolvimento das atividades será feito buscas na internet com o intuito de procurar métodos satisfatórios para a inclusão dos mesmos no projeto que possa agregar mais opções econômicas a serem implantadas, pesquisas bibliográficas “para que possa obter direcionamento na parte física e estrutural com o objetivo de conhecer as diferentes atribuições científicas disponíveis sobre o tema proposto”, e por fim realizar uma pesquisa qualitativa com profissionais do ramo para fins de orientação na forma estrutural do projeto. (LAKATOS, EVA MARIA; P. 186-189, 2001 e Fundamentos de Metodologia Científica).

4.0 Referências Bibliográficas:

-CASTELLON, Fernandes, Aprenda como fazer um plano de marketing em seis passos- Publicado em 23 de jan. de 2019

(<https://www.motionpublicidade.com.br/blog/aprenda-como-fazer-um-plano-de-marketing-em-6-passos/>)

-KLEBIS, Tati, Passo a Passo- como fazer a análise de mercado- Publicado em 10 de out. 2018

(<http://www.empresassa.com.br/2012/02/passo-passo-como-fazer-analise-de.html>)