



**GUSTAVO CARVALHO SILVA**

**CARONASMART:  
UM APLICATIVO MÓVEL PARA BUSCA E OFERTA DE  
CARONAS**

**LAVRAS – MG**

**2022**

**GUSTAVO CARVALHO SILVA**

**CARONASMART:  
UM APLICATIVO MÓVEL PARA BUSCA E OFERTA DE CARONAS**

Plano empreendedor apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Sistemas de Informação, para a obtenção do título de Bacharel.

Prof. Ramon Gomes Costa

Orientador

**LAVRAS – MG**

**2022**

**GUSTAVO CARVALHO SILVA**

**CARONASMART: UM APLICATIVO MÓVEL PARA BUSCA E OFERTA DE CARONAS**  
**CARONASMAR: A MOBILE APPLICATION FOR SEARCHING AND OFFERING RIDE**

Plano empreendedor apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Sistemas de Informação, para a obtenção do título de Bacharel.

APROVADA em 29 de Abril de 2022.

Prof. Paulo Afonso Parreira Júnior UFLA  
Dev Gabriel Silva Paiva KENECT

Prof. Ramon Gomes Costa  
Orientador

**LAVRAS – MG**  
**2022**

## RESUMO

Este trabalho tem a finalidade de apresentar um aplicativo que busca contribuir para pessoas que necessitam de locomoção de forma gratuita, saindo de um determinado local em específico até a universidade e vice-versa. Apresentará a necessidade da população estudantil local por tal serviço, como também apresenta o levantamento de dados de questões financeiras, no qual relata a compatibilidade do público alvo do projeto com a população local, levando em consideração a renda e localização. Apresenta um projeto completo para implantação da empresa incluindo os planos de marketing, estratégico, tático, operacional, financeiro e a conclusão de viabilidade do mesmo, resultando em um planejamento útil para criação da empresa denominada CaronaSmart.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Plano. Aplicativo. Carona. Universidade. Custo. Usuário.

## **ABSTRACT**

This work aims to present an application that seeks to contribute to people who need transportation for free, leaving a specific location to the university and vice versa. It will present the need of the local student population for such a service, as well as the collection of data on financial issues, in which it reports the compatibility of the project's target audience with the local population, taking into consideration of income and location. It presents a complete project for the implementation of the company including the marketing, strategic, tactical, operational, financial plans and the conclusion of its feasibility, resulting in a useful planning for the creation of the company called CaronaSmart.

**Keywords:** Entrepreneurship. Plan. Application. Ride. University. Cost. User.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 2.1 – Análise de SWOT . . . . .	18
Figura 3.1 – Níveis estratégicos para o plano de <i>marketing</i> . . . . .	26
Figura 3.2 – Fluxograma do Plano Operacional da empresa . . . . .	28
Figura 3.3 – Plano de <i>marketing</i> . . . . .	29
Figura 3.4 – Plano financeiro . . . . .	35
Figura 3.5 – População acadêmica referente à graduação da UFLA . . . . .	38

## LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1 – Estimativas dos custos fixos . . . . .	31
Tabela 3.2 – Despesas pré-operacionais . . . . .	33
Tabela 3.3 – Valor do caixa mínimo . . . . .	33
Tabela 3.4 – Valor do caixa mínimo . . . . .	34
Tabela 3.5 – Valor do investimento inicial total . . . . .	34

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>EMPREENDIMENTO</b>	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>Descrição do empreendimento</b>	<b>9</b>
<b>2.2</b>	<b>Missão da empresa</b>	<b>11</b>
<b>2.3</b>	<b>Meta da empresa</b>	<b>12</b>
<b>2.4</b>	<b>Perfil Empreendedor</b>	<b>13</b>
<b>2.5</b>	<b>Localização</b>	<b>13</b>
<b>2.5.1</b>	<b>Infraestrutura local</b>	<b>13</b>
<b>2.5.2</b>	<b>Sustentabilidade</b>	<b>14</b>
<b>2.5.3</b>	<b>Localidade</b>	<b>14</b>
<b>2.5.4</b>	<b>Visibilidade</b>	<b>15</b>
<b>2.5.5</b>	<b>Segurança</b>	<b>15</b>
<b>2.5.6</b>	<b>Bem-estar</b>	<b>15</b>
<b>2.5.7</b>	<b>Conforto</b>	<b>16</b>
<b>2.6</b>	<b>Análise de mercado</b>	<b>16</b>
<b>2.7</b>	<b>Análise de SWOT</b>	<b>18</b>
<b>2.7.1</b>	<b>Ambiente interno</b>	<b>19</b>
<b>2.7.1.1</b>	<b>Forças</b>	<b>19</b>
<b>2.7.1.2</b>	<b>Fraquezas</b>	<b>21</b>
<b>2.7.2</b>	<b>Ambiente Externo</b>	<b>23</b>
<b>2.7.2.1</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>23</b>
<b>2.7.2.2</b>	<b>Ameaças</b>	<b>24</b>
<b>3</b>	<b>Plano de negócio</b>	<b>25</b>
<b>3.1</b>	<b>Plano de <i>marketing</i></b>	<b>25</b>
<b>3.2</b>	<b>Plano operacional</b>	<b>27</b>
<b>3.3</b>	<b>Plano financeiro</b>	<b>30</b>
<b>3.4</b>	<b>Plano Organizacional</b>	<b>36</b>
<b>3.5</b>	<b>Plano tecnológico</b>	<b>36</b>
<b>3.5.1</b>	<b>Inovação no mercado</b>	<b>37</b>
<b>4</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>40</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os aplicativos mobile tem crescido bastante no setor tecnológico, sendo assim, uma ferramenta necessária na vida das pessoas. Os *Smartphones* se tornaram indispensáveis, transformaram o comportamento do consumidor e auxiliando os usuários a conectar-se com o mundo.

A CaronaSmart é uma empresa para auxiliar estudantes ou não-estudantes à mobilidade nas universidades. Basicamente é uma aplicação que fará viagens/caronas gratuitas de um determinado local X para universidades Y, e vice-versa, com sistemas de ranking e bonificações para o motorista. A empresa visa o desenvolvimento de um sistema mobile para diversos tipos de públicos (faixas etárias, raças, etnias e outros padrões) onde a distribuição do sistema será para a maior quantidade de pessoas possíveis. Inicialmente, será direcionado a estudantes universitários, buscando futuramente obter um reconhecimento em nível nacional, onde a empresa tem muito a contribuir para a sociedade como um todo. Como uma aplicação de multiplataforma e de uso prático, o aplicativo é uma forma de ajudar tanto o usuário, principalmente estudantes universitários, tanto as universidades.

O Brasil é o país com a maior média de tempo gasto em aplicativos em um ano. De acordo com App Annie, citado pelo site da revista Forbes, foi feito um levantamento buscando analisar o mercado mobile. Foi também constatado que a média de uso total dos aplicativos utilizados por brasileiros chega a mais de 5 horas por dia. E todos esses resultados demonstraram que a partir do ano de 2020, onde iniciou-se a pandemia pelo COVID-19, o aumento teve uma grande elevação, chegando a ter quase 45% no tempo total dos usuários nas aplicações ou softwares em geral.(FORBES, 2022).

Cerca de 70,2% dos estudantes de universidades federais, segundo a Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior, são de baixa renda, ou seja, a renda mensal da família é de 1,5 salário mínimo per capita.(ANDIFES, 2020). Por consequência, existe a escassez de meios de transportes automobilísticos proveniente por parte dos alunos. Mas, a maior parte dos estudantes, sendo de renda baixa ou não, possuem *smartphones* para uso profissional ou entretenimento.

Uma vez que houve a percepção de que o setor de transportes carece de inovação, a ideia é que esta aplicação(CaronaSmart) seja uma nova forma de as pessoas compartilharem seus veículos, e ambos (quem oferece ou recebe carona) satisfeitos por tal serviço.

Foram feitas perguntas, informalmente, com pelo menos 30 estudantes, com a seguinte questão: Qual seria um dos motivos pela falta de frequência em aulas presenciais nas universi-

dades? Cerca de 80% responderam que é pela dificuldade de locomoção. Isto inclui também gastos excessivos com ônibus, em que muitos não tem condições para frequentemente usufruir deste tipo de locomoção. Todas essas barreiras resultam em perda de pontualidade como também manipula de forma negativa o índice de frequência estudantil nas universidades presenciais.

O aplicativo tem como perspectiva futura a ampliação e otimização contínua e consequentemente atingir o domínio de mercado local. Futuramente pretende-se fechar parcerias com outras universidades, a fim de aumentar o número de usuários do serviço. Será disponibilizado para qualquer pessoa que possui um *smartphone* ou *tablet*, de forma gratuita. A área é software, para os testes dos softwares são necessários hardwares. Os hardwares são:

- *Smartphone* com sistema operacional IOS;
- *Smartphone* com sistema operacional ANDROID;
- Computador com alta capacidade para desenvolvimento.

Também será necessário a utilização de serviço de hospedagem, podendo ser utilizado serviços em nuvem como AWS.

O empreendedorismo é um tema que surgiu há muitos anos atrás, no século XVII, na França. Porém, teve sua inicialização no Brasil a partir de 1990. As primeiras atividades empreendedoras foram observadas desde as primeiras criações ou até mesmo negociações. Dolabela (2006, p. 25) salienta que o “empreendedorismo não é um tema novo ou modismo, existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza”. O autor ressalta que o empreendedorismo, além de atuar como uma das manifestações da liberdade humana, é também a melhor opção no combate ao desemprego.

Em sintonia com Aidar, pode-se afirmar que:

o empreendedorismo está associado ao processo pelo qual os produtos e serviços são substituídos no mercado, à substituição de produtos existentes por outros, mais baratos ou mais eficazes para a mesma função ou, simplesmente, à ação de tornar a função de um produto ou serviço obsoleta pela introdução de inovações tecnológicas. (AIDAR, 2007)

## 2 EMPREENDIMENTO

### 2.1 Descrição do empreendimento

Uma aplicação multiplataforma e de uso prático, o aplicativo é uma forma de ajudar desde o usuário, principalmente estudantes universitários, quanto as universidades. Diante das respostas obtidas, comentada anteriormente, pelos estudantes universitários da Universidade Federal de Lavras, demonstrou-se que há uma necessidade perante aos estudantes em relação à locomoção. Deste modo, o CaronaSmart não só ajudará os alunos, a terem uma maior frequência em aulas presenciais, como também na questão de segurança, visto que ao finalizar suas aulas na universidade para suas casas, muitas pessoas que realizam estudos, principalmente noturnos, tem o receio e o medo perante a violência ao saírem. Então, certamente ajudará os alunos e as universidades, que irá se desenvolver-se ainda mais.

O aplicativo funcionará de duas formas: inicialmente o usuário fará o cadastro no aplicativo, onde posteriormente terá as opções pessoais de oferecer ou buscar carona. Ao realizar o cadastro, sendo através de login automático de terceiros ou não, será pedido que cadastre posteriormente o CPF e data de nascimento do usuário, senão não irá conseguir realizar as principais funcionalidades (buscar ou oferecer caronas). A primeira forma funcionará com a localização de GPS, será disponibilizado a opção de distância máxima. Por exemplo: o usuário que busca ou oferece carona colocará uma distância máxima de 1 km, então o aplicativo buscará em um raio de 1 km os usuários naquela região específica. Ao clicar no usuário com o botão de design de “Carro”, o usuário terá opção de chat e verá o horário e destino da carona, fazendo assim a comunicação necessária. Será o mesmo para o botão com design de “Pessoa”, onde ao clicar, aparecerá o chat e o destino que este usuário estará procurando. Após o término da carona, será utilizado a geolocalização para saber se foi efetivo o destino final da carona. Se sim, o usuário “Pessoa”, termo que denomina aqueles que não possuem veículos para locomoção, o qual buscou a carona (passageiro), irá receber em seu smartphone as opções de um feedback, para avaliação do usuário “Carro”, termo que denomina os usuários que possuem veículos para locomoção em que oferecerá carona (motoristas). Em ambas as partes serão sem contribuição monetária, ou seja, tanto os motoristas quanto os passageiros não devem envolver valores nas caronas.

A busca de patrocinadores é um ponto que inicialmente fará a diferença na aplicação. O intuito é providenciar patrocínios, principalmente nos setores automobilísticos, pois será um

efeito ganha-ganha para ambos. Serão feitos acordos contratuais com os patrocinadores onde devem seguir normas, que serão de no mínimo 1(um) ano de contrato e também terá multa rescisória para que a empresa CaronaSmart não saia prejudicada ao quebrar o acordo contratual. As escolhas dos patrocínios, de ante mão, serão feitas por prioridades, ou seja, em primeiro lugar serão buscadas parcerias fortes em postos de gasolina, em segundo, lojas de vendas e peças automotivas e, por fim, setores alimentícios e outros setores em geral. Estas parcerias em troca de marketing, em troca de ganho de clientes e outros benefícios, terão que oferecer descontos dentro do aplicativo que farão sentido tanto para o usuário do CaronaSmart, tanto quanto para o estabelecimento/empresa patrocinador(a).

O aplicativo terá em sua disposição o uso de estrelas para bonificação motoristas e passageiros. O usuário (passageiro) terá 5 estrelas, para serem distribuídas no feedback depois de chegar no seu destino final. Qual é a vantagem para o motorista? Basicamente, os motoristas que conquistarem 500 estrelas terão vantagens/descontos em postos de gasolina, em oficinas mecânicas e futuramente em restaurantes, bares, ou seja, nos patrocinadores que terão uma relação contratual com CaronaSmart. Portanto, é importante fechar parcerias/patrocínios no início da aplicação, justamente para incentivar os motoristas a oferecerem caronas. Um ponto a favor é que já existem motoristas que oferecem suas caronas sem mesmo receber benefícios em trocas, isto já ajudaria a movimentação inicial do aplicativo.

O motorista terá também o acúmulo de promoções, por exemplo: ao atingir uma meta de mil estrelas, 2 mil, 5 mil e assim sucessivamente, ele ganhará mais benefícios. Futuramente, caso CaronaSmart conseguisse atingir uma meta de 2 mil usuário ativos, seria feito uma segunda forma de oferecimento de caronas: as caronas regionais, ou seja, da cidade X à cidade Y. Seria feito a mesma estratégia de pontuação através de acúmulos de estrelas. Porém, o alcance de estrelas seria menor, devido ao fato que a distancia entre as cidades é maior. Portanto, o aplicativo teria um cálculo de distância para considerar se é de cidade até cidade ou se é local (de um ponto qualquer até a universidade). Sendo assim, a oferta de carona de cidade X até cidade Y, o usuário (motorista) deverá atingir 150 estrelas para ter tais vantagens.

Inicialmente, a aplicação será disponibilizada para a cidade de Lavras e região, situadas no estado de Minas Gerais, justamente como um teste de mercado, visando atingir os estudantes universitários da região. Após essa fase de validação do negócio, o objetivo é disponibilizar a aplicação em âmbito nacional.

Haverá um time formado por pelo menos dois desenvolvedores com experiência em applications mobile, incluindo o conhecimento em front-end feito em ReactJs/ReactNative/Expo, no back-end em Laravel com sistema gerenciador de banco de dados objeto relacional PostgreSQL, como também conhecimentos em metodologias ágeis Scrum/Kanban e em armazenamentos em nuvem AWS. Haverá um outro funcionário encarregado na área de atendimento/feedbacks da aplicação junto ao usuário e um gerente na parte administrativa e na parte relacionada ao marketing. Os integrantes serão graduandos ou formandos em Sistemas de Informação, Ciência da Computação e áreas afins, como também formandos do curso de Administração para o setor gerencial.

Uma estimativa de valor inicial seria R\$1.000,00 para gerenciamento no AWS referenciado por parte dos dois desenvolvedores do CaronaSmart, ou seja, cada desenvolvedor desembolsará 50% deste valor. O Amazon RDS permite selecionar uma capacidade de armazenamento de uso geral associada de 20 GiB até 64 TiB para o conjunto de dados principal. Com o armazenamento de uso geral, será cobrado pelo armazenamento provisionado. Logo, é estimado que a capacidade inicial seria de 100 GB, e o valor estimado da compra seria 0,115 USD por GB/mês, ou seja, 11,5 USD/mês. No primeiro ano seriam 11,5 x 12 meses que resulta em 138 USD, isto na cotação atual do dólar equivale aproximadamente a R\$4,68. Obtêm-se então o valor resultando do serviço em aproximadamente R\$645,00 anuais apenas para armazenamento em nuvem. O valor inicial de R\$1.000 subtraído pelo valor anual de R\$645,00, destinado a Amazon, terá uma resultante de R\$355,00, no qual será destinado para utilização de caixa ou outro tipo de função específica ao setor de desenvolvimento. Um valor de R\$2.000,00 revestidos em marketing/publicidade seria através da criações de panfletos que seriam distribuídos pela cidade de Lavras-MG inicialmente, como também a ajuda das redes sociais. Portanto serão utilizadas figuras públicas que possuem uma grande expressão nas redes sociais para a divulgação da marca. Por fim, seria utilizado em publicações em outros aplicativos já existentes de diferentes nichos ou através de promoções através de redes sociais em geral.

## **2.2 Missão da empresa**

Uma empresa pode ter sua existência definida de acordo com sua missão. É um desígnio que demanda tempo e que precisa ser definido para sua elaboração e motivação de existência. Empresas que se destacam no mercado com seu sucesso, por exemplo, tem sua missão bem estabelecida e a realizam cuidadosamente. Nesse caso, para se tornar uma empresa de renome,

é de suma importância que se espelhe e tente reproduzir essas mesmas alternativas. Assim, a missão do CaronaSmart é: Complementar o ecossistema de transporte nas cidades, com uma relação mais rápida, eficaz, prática e barata.

### **2.3 Meta da empresa**

Um dos primeiros passos para alcançar os resultados pré-estabelecidos é deixar os objetivos claros, as metas serem altamente definidas e claramente especificadas. Tanto no âmbito pessoal, quanto no profissional isto é verídico. O objetivo é que a empresa possa desenvolver seu negócio através de suas metas, sempre direcionando onde os colaboradores devem atuar, de acordo com a hierarquia e suas respectivas funções dentro da empresa.

Metas em geral para o ano de 2022:

- Ter o plano de negócio pronto;
- Conseguir fechar parcerias/patrocínios sustentáveis;
- Ter todo o software pronto para o lançamento;
- Possuir o material para divulgação;
- Já ter um alcance de no mínimo 500 usuários cadastrados e ativos.

Metas em geral para o ano de 2023:

- Ter uma demanda grande, com o alcance mínimo de 2.000 usuários cadastrados e ativos;
- Ter alcançado pelo menos 5 parcerias/patrocínios com grande potencial;
- Aumentar a equipe, principalmente de desenvolvedores e também outras áreas que forem necessitadas;
- Ter um espaço físico estabelecido para administração geral e aquisição de novos parceiros para a aplicação.

## **2.4 Perfil Empreendedor**

Ser inovador, ter ambição e ser capaz de assumir riscos é a definição de como ser um bom empreendedor. Como relata Schumpeter (2008), o empreendedor é “alguém que faz novas combinações de elementos, introduzindo novos produtos ou processos, identificando novos mercados de exportação ou fontes de suprimentos, criando novos tipos de organização.”

As características de um empreendedor de sucesso consistem em: Senso de oportunidade; Ter autoconfiança; Ser otimista; Ter dinamismo; Independência; Persistência; Flexibilidade; Resistência à diversas frustrações; Ser criatividade e proativo; Assumir riscos; Liderança carismática; Ter autoconfiança; Senso de oportunidade; Relacionar-se bem.

## **2.5 Localização**

Inicialmente a empresa não terá um espaço físico. Todos os colaboradores envolvidos na criação do aplicativo estarão em caráter de Home-office, com seus respectivos equipamentos de desenvolvimento. Futuramente, o CaronaSmart terá uma sede física localizada em Lavras-MG. Acredita-se que após a meta de pelo menos 1000 usuários ativos dentro da aplicação será, portanto, escolhida uma sede física.

E diante disto, toda a infraestrutura física, a localização, como também a visibilidade, a segurança e o conforto devem ser levados em conta se quiser passar uma boa imagem aos clientes e fornecedores, além de proporcionar uma melhor qualidade de vida no trabalho.

### **2.5.1 Infraestrutura local**

O local da sede é um fator muito importante a se observar, pois o lugar físico que for estabelecido pode ter uma certa influência para os sócios, fornecedores ou as próprias parceiras. Portanto, quando for realizar a busca da localização ideal da sede, deverá ser priorizada a infraestrutura que está sendo ofertada, o que deve incluir:

- Ser uma área urbanizada;
- Acessível para todos;
- Ter uma localização relativamente atraente;
- Ser seguro o ambiente;

- Possuir comércio ao redor.

A estrutura buscada para a sede da CaronaSmart será de no mínimo 100m<sup>2</sup> para que sejam distribuídos para a área de conforto (onde será uma área ambiente para os funcionários terem hora de descanso físico e mental), contará também com a área alimentícia e, por último, haverá as áreas distribuídas para o setor gerencial, comercial, desenvolvimento e atendimentos em geral.

### **2.5.2 Sustentabilidade**

A empresa CaronaSmart pode garantir dois grandes benefícios sustentáveis. Primeira-mente, seria a economia de recursos como água, energia (principalmente) e papel. Já o segundo benefício, seria tornar a empresa ambientalmente responsável, colaborando assim com o consumo consciente e inspirando associados e a comunidade na qual está introduzida.

Diferente da economia Linear que é a mais comum (extrair, produzir e descartar), a sede pode se adaptar ao padrão de economia circular, que é mais inteligente, tendo em mente um reaproveitamento que mantenha os materiais no ciclo produtivo.

Algumas medidas estratégicas são formalizadas para que possa atingir esse objetivo. Diante disto, a empresa deverá incluir novos hábitos, normas e regras estabelecidas, como também providenciar a instalação de dispositivos. Abaixo há algumas necessidades que deverão ser consideradas:

- Ser uma área urbanizada;
- Ter plantas e árvores nas construções por parte da empresa.
- Ter placas solares para ter uma energia limpa e autossustentável;
- Estimular a reciclagem de lixos, incluindo então a coleta seletiva.

Também como forma de sustentabilidade, deverá abstrair-se de todo material impresso, como documentos, papéis em geral, post-its, etc. para que sejam substituídos pelo escaneamento e/ou digitalização nos computadores.

### **2.5.3 Localidade**

A cultura da empresa se concentra na sede. Estão ali, sempre interagindo, os colaboradores, amigos, parceiros, clientes e fornecedores. Essa é uma grande oportunidade para

surpreendê-los, demonstrando como cada detalhe da empresa foi bem planejado de forma respeitosa e de forma adequada. Isso também inclui a localização da mesma.

Ninguém gosta de ter seu tempo e dinheiro desperdiçados passando horas no trânsito, simplesmente para realizar uma visita formal de negócios, pois provavelmente, este não será seu único compromisso no dia. Logo, facilitando a vida deles, causará uma boa impressão.

#### **2.5.4 Visibilidade**

Uma ótima estratégia seria o CaronaSmart estar em um local com grande visibilidade. Contudo, além do fator de localização ser satisfatória, a sede deve ser fácil de ser encontrada. Em vista disso, terá a utilização de procedimentos ou técnicas para ser uma sede com caracterização único. Isto inclui que a empresa terá a posição da logomarca no exterior da sede com pinturas específicas do aplicativo CaronaSmart.

Locais de grande movimento comercial também são boas ideias. Por isto, a pretensão de estar localizada dentro do nicho comercial de Lavras, localizado no centro do município, seria de uma extrema importância para visibilidade e crescimento da empresa.

#### **2.5.5 Segurança**

Um importante requisito a ser considerado na empresa, é a segurança. Esse requisito, irá garantir a integridade física e material dos colaboradores da empresa e seus visitantes.

Aliás, se sentir seguro contribui para uma maior tranquilidade e conforto no ambiente. Determinadas medidas de segurança, como por exemplo, o controle da entrada e saída de pessoas e veículos da sede, se possível, serão monitoradas por circuito interno de câmeras de TV.

Portanto, a localização da sede é um fator que pode fazer diferença, pois quanto maior a movimentação de pessoas dentro do raio comercial melhor, havendo menores ocasiões de furtos, de incômodos e outros fatores negativos que podem acarretar o andamento da empresa.

#### **2.5.6 Bem-estar**

Uma grande questão a ser priorizada é a qualidade de vida no trabalho, garantindo assim uma sede bonita, segura e bem estruturada além do principal, visando o bem-estar de seus colaboradores e usuários. Levando esse ponto em consideração, os fatores que geram essa qualidade de vida, estão conectados diretamente à localização.

Portanto, poder trabalhar, viver e também consumir na mesma área comercial da sede, além de melhorar a aglomeração de pessoas perante ao centro comercial, ajuda na descentralização, na diversificação de oportunidade dos negócios, como também irá suprir na qualidade de vida. Diante disto, as pessoas ganham dois fatores importantíssimos na sociedade atual: bem-estar e tempo.

### 2.5.7 Conforto

A instalação de materiais especiais nos vidros das janelas, no ambiente de desenvolvimento na sede, impedirá a propagação do calor. Fará com que economize a energia como também conservará a questão da temperatura ambiente. Além disto, outras formas de confortos serão:

- Criação de rampas para cadeirantes, corrimãos e botões em braile (para cegos), portanto, toda acessibilidade para pessoas com necessidades especiais;
- Ambiente de trabalho com todo tipo de ergonomia, ambiente para descanso físico e mental, ambiente para lanches, etc. contribuirá diretamente na qualidade de vida e por consequência na produtividade;
- Ar condicionado em cada cômodo para a estação quente do ano.

## 2.6 Análise de mercado

Como relata o plano de negócio descrito pelo SEBRAE (2013):

"a análise de mercado é fundamental para entender o segmento de atuação e para o sucesso do empreendimento, pois reúne dados qualitativos e quantitativos para a tomada de decisões mais assertivas. Por meio da análise de mercado é possível definir o posicionamento da empresa, com base nas melhores estratégias para o seu crescimento, perfil dos potenciais clientes, cenário econômico e os riscos que podem envolver o negócio."(SEBRAE, 2013).

Fatores interno e externos que influenciam no desempenho do negócio, como a COVID-19, são difíceis de serem previstas, mas trouxe para o cotidiano uma desordem para o mundo da era digital, onde que para muitos foram positivos (com a entrada do *Home-Office*) mas que para outras foram negativas (demissões). Portanto, quanto mais pontos favoráveis ou não-favoráveis que são determinantes para um planejamento, será mais benéfico para a CaronaSmart, visto que

saberá se comportar em cada cenário, tanto num cenário otimista quanto num cenário pessimista, fazendo com que tenham decisões ou ações que possam ser tomadas em cada cenário específico.

O aplicativo tem como perspectiva futura: ampliação e otimização contínua do aplicativo e, conseqüentemente, atingir o domínio de mercado local. Futuramente fechar parcerias com outras universidades a fim de aumentar o número de usuários do serviço.

Concorrência é a disputa entre dois ou mais negócios por uma mesma fatia de mercado. A análise da concorrência, assim sendo, tem relação a observação do que esses competidores estão realizando nos inúmeros aspectos do negócio para criação e melhoria de suas estratégias visando um maior destaque.

Para quem deseja alcançar o sucesso, a análise da concorrência é uma estratégia fundamental. Por meio de tal acompanhamento, é possível melhorar as ações de marketing de um negócio, converter e fidelizar mais clientes e, principalmente, ficar frente a frente dos maiores empreendimentos do mercado.

Os principais pontos negativos e conseqüentemente favoráveis em relação aos concorrentes seriam as aplicações que fazem uma cobrança/colaboração por parte do passageiro. Então, como o CaronaSmart não possui participação monetária por parte dos passageiros, já elimina uma parcela de concorrência maior em relação aos outros aplicativos. Porém, a CaronaSmart irá realizar esta função também (caronas entre cidades) mas isto é uma meta a longo prazo, e será como segundo objetivo. O foco atualmente seria somente em caronas internas, sendo de uma localização X dentro de uma área da cidade em direção à universidade e vice-versa. Logo, o maior diferencial do CaronaSmart é a forma gratuita de ser conduzido(a) de uma região até o ponto chave (universidade).

Após análises e pesquisas, não há concorrência designada a carona interna (localização X até universidade Y), o que facilita ainda mais a propagação do aplicativo CaronaSmart.

Inicialmente o segmento de mercado que se pretende atingir serão os universitários da cidade de Lavras que necessitam exclusivamente de caronas para a universidade e vice-versa. Uma vez que houve a clara percepção de que o setor de transportes carece de inovação, esta aplicação seria como uma nova forma das pessoas compartilharem seus veículos, e ambos (quem oferece ou recebe carona) satisfeitos por tal serviço.

## 2.7 Análise de SWOT

A análise de SWOT, em português denominada FOFA, é uma ferramenta para todo tipo de planejamento estratégico que consiste no gerenciamento de projetos, o que faz analisar cada tipo de cenário e fundamentar as tomadas de decisões da empresa. Normalmente utilizada por empresas antes de estabelecerem seu projeto de impactação.

Portanto, a análise feita proporcionará um diagnóstico dos ambientes da empresa em si, de forma que ajudará a enfrentar os riscos, ou melhor, enfraquecer os riscos e ter um melhor aproveitamento das oportunidades

Figura 2.1 – Análise de SWOT



Fonte: Próprio autor (2022)

Para melhor entendimento, as forças e fraquezas, nada mais, nada menos que tomar todas as decisões, o que incluirá tanto a empresa quanto ao dono (CEO). Outrora as oportunidades e ameaças demonstram os fatores externos da empresa, nos quais fomentam tudo aquilo que foge do seu controle, ou seja, aquilo que você não tem controle e só pode mudar por si próprio.

Também chamada de matriz FOFA, a Análise de SWOT é um sistema que pode ser considerada simples de utilização, mas que gera um grande acúmulo de detalhes por cada situação, isto envolvendo desde a criação de pequenos aplicativos até a gestão de grandes multinacionais com aplicativos mais estruturados.

## 2.7.1 Ambiente interno

### 2.7.1.1 Forças

Se apresenta como vantagens que sua empresa possui em relação às outras. As aptidões mais fortes do seu negócio, diferenciais competitivos. Pode estar relacionado também aos elementos internos que favorecem o seu negócio ou fatores que você controla – que você tem, por exemplo, o poder de decidir se mantém ou não.

Em relação às forças da Figura 2.1, temos:

1. **Equipe unida:** O trabalho em equipe é algo relativamente difícil, não é uma competência fácil, pois envolve paciência, envolve um diálogo, então necessita ter flexibilidade dentro do ambiente. O que torna uma equipe única é aquilo que envolve as diversidades de opiniões, comportamentos e experiências vividas por cada um, o que torna uma equipe com uma originalidade singular. Até as diferenças, tanto culturais como ideológicas, ajudam o desenvolvimento pessoal como profissional de cada um. Estimular uma união da equipe é extremamente indispensável, como também ter o respeito por divergências entre ideologias ou singularidade de cada um ajuda a estabelecer relações saudáveis, pois nem sempre as pessoas estão num período propício para estar naquele determinado momento fazendo aquela específica tarefa, às vezes podem estar em situações pessoais que dificultam tais inspirações ou desenvolvimentos. Portanto, caberá à equipe da CaronaSmart realizar todo apoio necessário tanto para apoios em situações críticas ou construtivas como em situações propícias.
2. **Fácil utilização:** A usabilidade é um conjunto de técnicas, de recursos visuais e também de programação, que faz com que o aplicativo se torne interativo, intuitivo e de fácil entendimento. Existe na aplicação a parte chamada de UI, ou seja, User Interface, onde sua finalização é voltada para a harmonia em si e seu objetivo é que o usuário fique totalmente focado na aplicação e que seja um manuseio satisfatório para ele. O UI espelha todos os ajustes que serão feitos para cada dispositivo físico ou no próprio SO, visando sempre agradar a visão do usuário. Quando um aplicativo possui uma qualidade boa de UI, certamente a utilização para o usuário é mais eficiente e assim é posteriormente acessado e compartilhado mais vezes dentro das plataformas de downloads. O usuário contemporâneo busca ter agilidade no processo de utilização das aplicações, sendo útil, simples e sem burocracias. Portanto, trabalhar o UI para que ele forneça uma usabili-

dade adequada é de extrema importância. A primeira etapa é desenvolver um aplicativo completo, que por sua vez seja rápido e de fácil entendimento, para que o usuário não tenha tempo perdido ao desejar buscar uma funcionalidade específica. Então é de extrema importância ressaltar que o CaronaSmart deve manter uma navegação simples e otimizada. Afinal, quando uma aplicação possui uma quantidade exacerbada de dados e informações, ele demora mais para carregar, fazendo com que o seu público não consiga navegar com tranquilidade. E para isto, a empresa buscará, através de desenvolvedores voltados para qualidade de *software*, realizar testes de design e usabilidade.

3. **Bom atendimento:** Há alguns anos atrás, o sinônimo de atender um cliente bem simplificava-se em apenas resolver demandas e ser agradável. Ainda que o cenário não era muito disputado e enigmático, o ato de ser mais atencioso com o consumidor era um ato de diferencial competitivo. Porém, com o avanço da sociedade e do mercado globalizado, a competição ficou mais acirrada, o que deixou com mais opções para os consumidores e acabaram sendo os atores principais desta mudança. Portanto, nos dias atuais este papel acaba-se invertendo e eles (consumidores) acabam sendo os mais requisitados pelas empresas, com muito mais informações, com mais exigências e autoridades. Em resposta a estas mudanças no mercado, todas as avaliações e critérios que formalizam um bom atendimento, atingem um patamar, no qual engloba a experiência do consumidor. Concluindo, a CaronaSmart não irá somente tratar bem os usuários final: é preciso criar relacionamentos baseados na confiança e focar 100
4. **Qualidade do aplicativo:** Não há um design único para os diversos tipos de aplicações, pois elas devem utilizar vários recursos para ter uma identidade visual única e diferenciar-se dos concorrentes. No entanto, a CaronaSmart vai empenhar na experiência do usuário, como:
  - (a) Não irá redefinir a função de um ícone próprio do sistema operacional (SO), como os botões "home" ou "voltar";
  - (b) Não irá substituir algum ícone do SO por outro completamente diferente, portanto, ao personalizar algum ícone padrão, ele irá manter uma aparência muito semelhante ao original e acionar a mesma função;
  - (c) Irá utilizar corretamente os padrões da interface de usuário e evitar confundi-lo.

No caso da navegação, irá ter uma avaliação para verificar a harmonia do aplicativo com as funções do SO. Por exemplo, no sistema Android, o aplicativo deve permitir a navegação com os três botões principais: o "home", o "voltar" e o "menu". Ou seja, mesmo dentro do App, eles devem funcionar perfeitamente com as funções originais. Em relação às notificações, quando tiverem assuntos semelhantes irão ser agrupadas em um único objeto de notificação; É importante evitar ao máximo notificações persistentes — as quais não podem ser fechadas pelo usuário sem encerrar o processo do aplicativo. Terá o mínimo de permissões possível para que o usuário não tenha a sensação de que sua privacidade está sendo invadida. Então, somente será requisitado àquelas que forem extremamente necessárias para as funções de GPS, como por exemplo, pois irá utilizar-se para as viagens dos usuários. Por fim, o App pode não travar durante as transições entre elas como também não forçar a interrupção. Quando o usuário clicar no ícone, ele irá obter algum tipo de resposta dentro de 2 segundos.

### 2.7.1.2 Fraquezas

As fraquezas de uma empresa são pontos que podem prejudicar e/ou interferir de maneira negativa no seu rendimento. É uma etapa que exige veracidade por parte do realizador da análise SWOT, afinal, é necessário a identificação desses “defeitos”, para que tal método faça sentido.

Todas as fraquezas identificadas, precisam ser examinadas e vistas de maneira individual. Nesse caso, será possível a solução dos problemas gerados por elas. Se não for possível a solução desses problemas em um curto prazo, o indicado é ao menos tentar uma redução de seus impactos ou contorná-los, para que assim sejam relacionados mais como uma força do que com uma fraqueza.

Em relação às fraquezas da Figura 2.1, temos:

1. **Tempo no mercado:** Empresas maiores, que possuem um grande acúmulo de capital estagnado, conduzem-se a persistirem por um período maior no mercado atual, além de outros fatores mais importantes, existe o custo altíssimo para a abdicação de sua existência no mercado. Portanto, para CaronaSmart se consolidar, demanda tempo, demanda planejamento e diversos fatores para que consiga se estabelecer e manter-se ativa dentro do mercado. Visto que a possibilidade de novos entrantes como concorrentes também é grande.

2. **Capacidade de operação:** Para administrar a produção de toda a empresa é preciso que exista um nível muito bom de produção para que consiga atender toda a demanda e conseqüentemente ter uma maior eficiência e eficácia. Quando se tem parâmetros distintos entre capacidade e demanda, o resultado não pode ser satisfatório e assim poderá reverter em soluções catastróficas dentro da empresa. Portanto, existe uma linha tênue entre a demanda ser acudida com o menor custo possível e o grau da capacidade de produção, ambos nos quais precisam ter um planejamento e controle. Diante deste argumento, a CaronaSmart necessitará de um planejamento estratégico para que não haja um descontrole entre a capacidade de desenvolvimento e o acúmulo de demandas, visto que a equipe de desenvolvimento inicialmente será pequena, portanto precisa-se fazer todo planejamento em longo prazo para que não haja discrepância nesses aspectos citados acima. Outro fator, em relação a capacidade de operação, é o fato dos desenvolvedores terem a experiência nas tecnologias para aplicativos, mas não terem experiência de fato em aplicações voltadas para caronas, o que terá uma barreira a mais diante da operação em si.
3. **Conhecimento sobre a concorrência:** Analisar todo o mercado de aplicativos, conhecer os possíveis usuários, conhecer os possíveis entrantes e toda a concorrência é fato a ser planejado com muita cautela. Para isto será utilizado um método eficiente para que faça a análise de empresas do mesmo nicho de aplicativos e demonstre resultados no qual expõe aspectos que foram positivos para tal empresa e o porquê de ela estar em crescente, ou seja, faz toda uma avaliação de comparação com outras empresas. Assim, adquirir experiências e ressaltar os pontos positivos de tal empresa e abstrair tudo que seja positivo. As empresas fazem todo um esforço para que sua confidencialidade seja permanecida e que não ultrapasse os limites para que a concorrência busque trazer melhorias. O CaronaSmart possivelmente terá que focar no quesito de confidencialidade, pois como existe um mercado na área de carona, a concorrência ficará em observação sobre o aplicativo criado.

## 2.7.2 Ambiente Externo

### 2.7.2.1 Oportunidades

São fatores externos que impactam positivamente sua empresa. Não é possível controlá-las, mas pode-se usufruir delas – desde que sejam verídicas e possuam embasamento em estudos ou pesquisas.

As oportunidades podem surgir a qualquer momento, e o ideal é que se esteja preparado. Tais oportunidades podem ser uma parceria com seu concorrente, uma tendência passageira que aumente a procura pelo seu produto, mudanças na política econômica, novas leis, etc.

Em relação às oportunidades da Figura 2.1, temos:

1. **Não há atuante na região de Lavras:** Feito a pesquisa antes de ter a ideia desta aplicação, foi dado que não há outro aplicativo que age exatamente da mesma forma, onde o foco são pessoas que querem fazer locomoção de um determinado local X até a uma universidade Y ou vice-versa, isto de forma gratuita e rápida.
2. **Número crescente de universitários em Lavras:** Há uma crescente vinda de universitários à Lavras, mesmo que em período pandêmico, devido ao COVID-19, houve uma queda bruta no número de pessoas em graduação, pós-graduação e servidores. É previsto que normalize a partir no segundo semestre de 2022. Portanto, com esta crescente e até mesmo rotatividade de universitários dentro de Lavras, que é o foco inicial, a probabilidade que o serviço de transportes sejam mais procurados e assim a demanda é mais alta.
3. **Demanda maior de serviços de transporte:** Os setores de transporte, serviços auxiliares aos transportes crescem desde o início de 2018. Nos dois primeiros meses de 2018, houve alta de 2,2% na procura pelos serviços de transporte (volume de serviço). O incremento da demanda em fevereiro foi de 0,6% em relação ao mesmo mês de 2017, o que significa também uma retração de 0,3% em comparação com janeiro de 2018. Os dados são da PMS (Pesquisa Mensal de Serviços), divulgados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Como o aplicativo não terá taxas para oferecer ou buscar caronas, isto acarretará uma demanda maior e a busca crescente para o uso da aplicação.

### 2.7.2.2 Ameaças

Forças externas que influenciam de maneira negativa o seu negócio. Qual o seu medo? Se de fato acontecer, saberia resolver? É de grande importância que se pense em possíveis acontecimentos que prejudicariam seu empreendimento como um todo.

São exemplos:

- Mão de obra escassa;
- Catástrofes naturais;
- Furto de dados;
- Novos entrantes.

Em relação às ameaças da Figura 2.1, temos:

1. **Grupos de *Facebook* e *Whatsapp*:** A ideia dos grupos de *Facebook* e *Whatsapp* é disponibilizar um espaço no qual a comunidade pode deliberar, compartilhar conhecimento, colaborar ou fazer novas conexões. Portanto, quando o usuário utiliza estas ferramentas, pode acarretar em um problema maior, onde os passageiros e os motoristas podem se comunicar sem a utilização da plataforma e assim criarem uma conexão entre si, fazendo com que fique em sem utilização do App CaronaSmart; A questão de segurança, visto que nestas duas redes sociais não sabe-se o CPF ou se é realmente uma pessoa verídica oferecendo ou buscando carona, mostra que o CaronaSmart tem um ponto a seu favor, mostrando assim mais confiabilidade por partes dos usuários.
2. **Saída de patrocínios:** Os patrocínios ocorre quando uma empresa ajuda a financiar um evento, uma aplicação ou uma entidade não lucrativa e oferece apoio, em troca de propaganda ou outro benefício. Como o pilar da CaronaSmart é justamente os patrocínios, eles irão manter os usuários a quererem atingir metas dentro do aplicativo e gera um crescimento interno. Sua saída prejudicará toda a plataforma, visto que gerará descontentamento por parte dos usuários e isso acarretará um problema maior. Então será buscado manter relações que ambos sairão satisfeitos e terão contratos com a empresa patrocinadora para a resolução de uma saída.

### 3 PLANO DE NEGÓCIO

Existem três passos cruciais para o plano de negócio: o plano operacional, o plano financeiro, e o plano de *marketing*, o que forma toda a essência para um plano de negócio, já que o plano operacional restaurará as forças da organização em busca de um objetivo, colocando em prática toda a teoria do plano; o plano financeiro mostrará em números o efeito de cada projeto, demonstrando onde deve-se investir, onde deve-se manter o investimento e onde e quando serão colaborados; o plano de *marketing* mostrará como vender o produto ou serviço final, como alcançar, conquistar e fidelizar os clientes e por fim aumentar a demanda.

Lamentavelmente, muitas empresas não sobrevivem por muito tempo no mercado, às vezes por falta de organização, experiência de mercado, falta de domínio no setor atuante e por falta de planejamento, contribuindo para a taxa de mortalidade de empresas no Brasil. Vale ressaltar que dentre estes motivos internos, também há motivos externos que contribuem para a decadência da empresa, tais como a forte concorrência, falta de incentivo do governo, alta taxa de juros e recessão de mercado.

#### 3.1 Plano de *marketing*

Para que a empresa busque e consiga atingir suas metas e objetivos é necessário ter um plano de *marketing*, e este plano de *marketing* é composto por três tipos de planos, o que se classificam em: plano de *marketing* estratégico, plano de *marketing* tático e o plano de *marketing* operacional.

No plano de *marketing* estratégico a empresa deve alinhar suas metas e objetivos a longo prazo, definir suas estratégias e planejamento a partir de uma data específica, por exemplo daqui 5 anos a partir da criação do aplicativo. Este plano não deve comprometer-se em executar planos de ação, pois ele é um plano mais amplo em comparação com outros níveis.

O plano de *marketing* tático irá detalhar as estratégias pré-estabelecidas, desenvolver planos de ação, e ser executadas em escala de longo prazo. Portanto, todo tipo de orçamento, canais de vendas, prazos estipulados e outros, são parte deste plano, que é base para que o plano operacional entre em ação.

Por fim, o plano de *marketing* operacional se difere dos outros planos, pois ele é um plano mais do dia-a-dia, ele foca nas tarefas diárias, nos detalhamentos dos objetivos e estratégias na escala de curto prazo. Ou seja, a parte que opera em tempo real dentro da empresa,

a parte de atribuição de responsabilidades, os planejamentos de cronogramas, as tarefas dadas por *SCRUM/KANBAN* para os desenvolvedores, etc.

Em decorrência dos planos citados acima segue-se para a implementação. Deve-se mostrar a especificação das atividades que foram elaboradas e desempenhadas, a forma como foi executada, quem fará cada uma delas, qual custo será para sua execução, tudo isto envolve a parte da implementação. E no final deve-se avaliar e verificar as ações que foram executadas e se estão conforme o planejado.

Então, para melhor entendimento, o plano de *marketing* pode ser subdividido em quatro grupos, são eles: estratégico, tático, operacional e lançamento do novo produto. O plano de *marketing* deve ser sempre uma amplificação do plano estratégico, afinal irá ajudar a empresa a buscar suas metas no futuro, e é preciso pensar em longo, médio e curto prazo. Outro ponto importante a ser ressaltado é o alinhamento entre os objetivos da CaronaSmart e objetivos de *marketing*.

Figura 3.1 – Níveis estratégicos para o plano de *marketing*



Fonte: Nicolau Gordeeff (2020)

A empresa CaronaSmart buscará novos recursos para estabelecer um *marketing* saudável e que seja efetiva, diga-se isto em todo o contexto que vive-se atualmente, num período pandêmico, o *marketing* digital está sendo bastante utilizado e está em ascensão atualmente.

De forma estratégica, conforme a Figura 3.1, o CaronaSmart planejará a longo prazo manter relações sustentáveis com seus patrocinadores e parceiros. Pode-se dizer que trará resultados benéficos para a empresa. Contudo, a curto prazo será feito um planejamento para aquisição de novos usuários, isto em um período de 12 a 24 meses. A longo prazo a CaronaS-

mart terá uma sede principal com suas filiais espalhadas dentro do território brasileiro. Então buscará ser reconhecida nacionalmente por universidades e estudantes.

Na forma tática, o objetivo da CaronaSmart é a médio prazo estabelecer uma sede física situada dentro do município de Lavras e posteriormente trabalhar no recrutamento de uma equipe maior, envolvendo tanto partes administrativas quanto partes técnicas ou desenvolvedores.

Por fim, na forma operacional tem-se o foco a curto prazo, visto que a curto prazo terá um enfoque maior na busca de novos patrocínios e na forma de como será divulgada a aplicação. De início, serão feitos testes em redes sociais colocando a vista todo o conteúdo e todos os benefícios do aplicativo. Posteriormente, será feito um levantamento para analisar quais redes sociais estão tendo um retorno benéfico para a aplicação. Serão feitos através de promoções pagas dentro das redes sociais mais utilizadas no mercado nacional, como também a utilização de panfletagens em áreas específicas e estratégicas, como universidades, bares, restaurantes e postos.

### **3.2 Plano operacional**

O plano operacional mostra ações que áreas responsáveis pelo projeto na empresa estão sendo planejadas em seu processo e sistema de produção, mostrando quais impactos estas ações terão em seus argumentos avaliativos na produção, devendo conter dados operacionais atuais e dados previstos e desenvolvimento de produto ou serviço, etc.

Em relação ao plano operacional, Lacruz conclui:

"deve conter a organização interna da empresa, tratando questões de como a empresa será estruturada, quais as áreas chaves de gerenciamento do negócio, qual a equipe gerencial, quais tarefas serão terceirizadas e quantos funcionários são necessários para o funcionamento do negócio. E também deve-se fazer uma descrição detalhada das responsabilidades de cada cargo para se facilitar os processos de recrutamento e divisão das tarefas"(LACRUZ, 2008).

No passo a passo especificado do processo operacional, será feita a criação do aplicativo, como será a venda desta aplicação e a rotina administrativa, desde a chegada de matéria prima até o usuário final. É imprescindível especificar as atividades que serão realizadas e os responsáveis por elas. A criação de um fluxograma com o roteiro desta atividade é fundamental neste ponto.

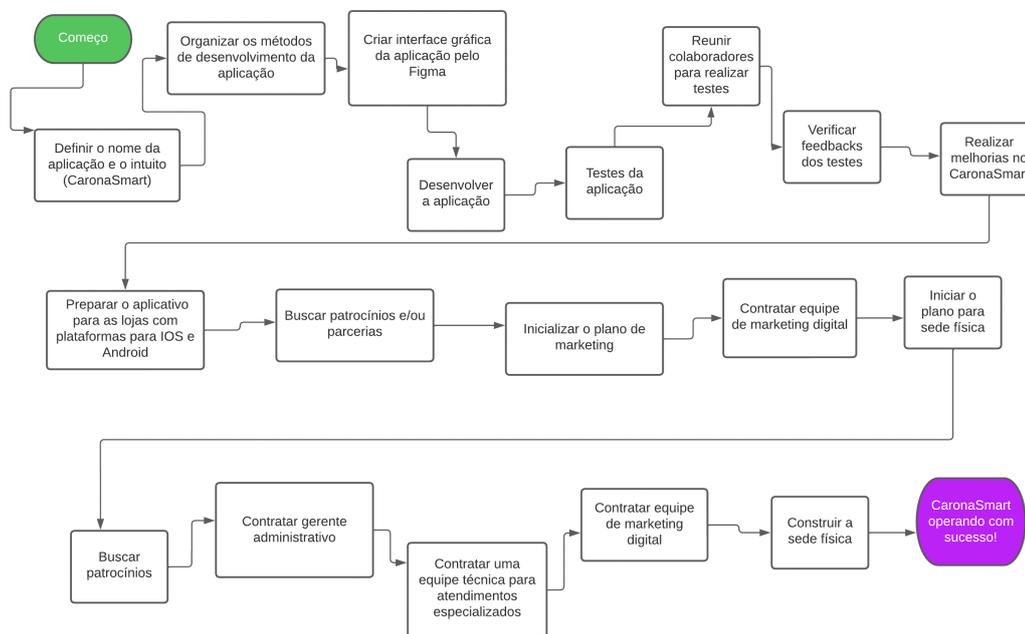
Em fase inicial, a empresa estará direcionada a um aplicativo, que por sua vez será compatível com os sistemas IOS e Android. Após a criação do aplicativo, a empresa buscará

mais conhecimentos, busca de novas parcerias, maior publicidade/*marketing* para aquisição de mais usuários. No decorrer do funcionamento, o intuito é empenhar-se na área de manutenção, divulgação e busca de patrocínios.

A empresa inicialmente atuará apenas com dois desenvolvedores, que por sua vez irão criar o aplicativo por vontade própria, sem vínculo empregatício, onde os mesmos serão responsáveis pelo desenvolvimento, manutenção, atendimento, divulgação da aplicação e negociação com parceiros. Portanto, dois desenvolvedores serão os contribuintes para a formalização do aplicativo.

A forma de atuação será dada por meio de *Home-Office* que, como já apresentado, demonstra vários benefícios para o escalonamento de uma empresa tanto em fase inicial como em fase adulta. Porém, ao iniciar a construção da sede física, a opção será pelo modelo híbrido, ou seja, alguns dias serão presenciais dentro da sede da empresa. Isto ajudará de forma que os funcionários tenham uma relação física e conjuntamente manter a eficiência do modelo *Home-Office*.

Figura 3.2 – Fluxograma do Plano Operacional da empresa



Fonte: Próprio autor (2022)

A Figura 3.2 é de extrema importância pois representa cada etapa elaborada do operacional da empresa, desde da iniciação do aplicativo CaronaSmart até sua finalização.

Figura 3.3 – Plano de *marketing*

Fonte: retirada em: <<https://www.iebschool.com/pt-br/blog/marketing/marketing-digital/plano-marketing-digital-como-fazer/>>

A Figura 3.3 apresenta os caminhos que devem ser traçados para que a empresa siga um fluxo para operação. Começando pelas análises de situação, onde visa buscar os concorrentes, visa buscar o mercado, se a ideia da aplicação é realmente inovadora ou se vai tirar uma necessidade da população. Em sequência tem-se o público-alvo, que no caso seriam todas pessoas ligadas às faculdades. Em seguida os objetivos, onde deve traçar metas e objetivos que a empresa busca obter a partir do aplicativo produzido. Estratégias e táticas que envolvem o plano para longo prazo do aplicativo, demonstrando fatores positivos e negativos que podem gerar o crescimento adequado. Por fim, tem-se o orçamento, o quanto a empresa deve gastar para

criação da aplicação, para as terceirizações e para o custo a curto prazo do desenvolvimento e a longo prazo da sede.

Para garantir o aumento de produtividade é de suma importância ter um plano operacional bem elaborado, além de uma melhor comunicação dentro de toda empresa e da diminuição do retrabalho. A empresa consegue então, ter uma maior clareza em relação à obtenção de recursos necessários para atingir seus objetivos, uma maior eficiência ao utilizar recursos, preparação de planos de contingência e redução de riscos.

### **3.3 Plano financeiro**

No plano financeiro obtêm-se as despesas, custos fixos e variáveis, tanto como os investimentos necessários característicos a implantação da empresa. Exercem-se também ainda as projeções para comercialização, o capital de giro, além de apresentar o retorno do capital investido.

O cenário econômico globalizado atual e em meio a diversas tecnologias existentes atualmente no mundo, faz-se essencial ao empreendedor, no instante em que se decide no que será aplicado o seu capital, fazer um estudo de viabilidade econômica financeira deste empreendimento.

Na primeira fase do plano financeiro, são relatados os investimentos fixos, onde é preciso mensurar quais os bens necessários para o funcionamento da empresa junto com o valor total e unitário de cada um. É indispensável avaliar a viabilidade de terceirizar alguns serviços, pois reduzirá o gasto em tempo de desenvolvimento com a equipe, como também a complexidade e precisão dos desenvolvedores. É extremamente importante pesquisar qualquer material ou serviço necessário, por menor preço e boa qualidade, para que possa reduzir ao máximo os investimentos fixos.

O plano de negócio do SEBRAE informa que:

“capital de giro é o montante em dinheiro que você tenha para reservas de segurança para um funcionamento tranquilo da empresa, disponibilidade para possíveis compras de produtos/terceirizações e pagamento de despesas. Ao estimar o capital de giro para o começo da empresa tem dois pontos essenciais o estoque mínimo e o caixa mínimo necessário.” (SEBRAE, 2006).

A etapa secundária do plano financeiro é o capital de giro para o estoque inicial, ou seja, capital necessário para custear o funcionamento da empresa, como, pagamento dos fornecedores. Para mensuração do capital de giro é preciso a descrição, quantidade e valor unitário de

cada produto que será utilizado no processo de fabricação ou venda de produtos, para isto se faz necessário saber a capacidade máxima de produção, o tamanho do mercado que a empresa irá atender e a capacidade máxima de vendas. A negociação por valores, prazo e condições com os fornecedores é imprescindível, pois acarretara em redução de custos, assim podendo comercializar o produto ou serviço com um preço mais competitivo, aumentando o lucro da empresa. É fundamental a priorização dos itens que têm mais saídas, pois estoque parado representa dinheiro parado e muita das vezes prejuízo. Outra fase do capital de giro é o caixa mínimo, que aponta o valor em dinheiro que a empresa deve ter para afiançar os custos em quanto não recebe os valores das vendas a prazo que foram realizadas, ou seja, uma reserva financeira inicial para o andamento da empresa.

Tabela 3.1 – Estimativas dos custos fixos

<b>Custos Fixos Mensais</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Valor</b>
Plano de internet	2	R\$120,00	R\$240,00
Energia elétrica	2	R\$100,00	R\$200,00
Serviços AWS e hospedagens	1	R\$55,00	R\$55,00
Serviços <i>Maps Platform Google</i>	1	R\$32,00	R\$32,00
Publicidade/Divulgação	1	R\$500,00	R\$500,00
MEI (taxas)	2	R\$60,00	R\$120,00
Publicação do app AppleStore	1	R\$35,00	R\$35,00
<b>TOTAL</b>		<b>R\$1.002,00</b>	<b>R\$1.282,00</b>

Fonte: Próprio autor (2022)

Na Tabela 3.1 contém as estimativas dos custos fixos mensais por parte dos desenvolvedores da aplicação. O plano de internet será pelo fato de estar divididos para dois desenvolvedores, portanto inclui-se 2 valores, assim como a energia elétrica e a taxa do MEI (Micro Empreendedor Individual). A publicação do aplicativo será na *PlayStore*, que é direcionada à aplicativos *Android*, como também na *AppleStore*, que é direcionado à aplicativos *IOS*. Porém, para publicar na *PlayStore* é um custo fixo não-mensal, ou seja, é um custo fixo que será pago apenas uma vez, portanto não se enquadra nesta tabela.

Outro ponto do plano financeiro chama-se investimento pré-operacional. No investimento pré-operacional deve-se definir e especificar os gastos feitos antes do funcionamento da empresa, gastos estes que são; despesas com legalização, obras ou reformas, cursos de treinamento e motivação, divulgação de inauguração, etc. É necessária a previsão dos gastos, antes

que ocorram. No investimento total, será determinado o valor total de recursos a serem investidos para o funcionamento da empresa.

- Investimento fixo;
- Capital de giro;
- Investimentos pré-operacionais.

Tabela 3.2 – Despesas pré-operacionais

<b>Investimentos financeiros para despesas</b>	<b>Quantidade</b>
Formalização do MEI	R\$0,00(isento)
DAS (5% do salário mínimo para INSS + R\$1,00 de ICMS + R\$5,00 de ISS)	R\$66,60
Divulgação Inicial	R\$2000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$2.066,00</b>

Fonte: Próprio autor (2022)

Na Tabela 3.2 referem-se aos gastos obtidos para a implementação da empresa, antes de iniciar a prestação de serviços. Utilizou-se como base para o cálculo do DAS o valor atual do salário mínimo, no valor de R\$1.212,00, conforme a Medida Provisória nº 1.091/2021, de 30 de dezembro de 2021, a partir de 1º de janeiro de 2022. Já a divulgação do negócio totalizou R\$2000,00 de acordo com as ações sinalizadas plano de ação da tabela 3.2.

Tabela 3.3 – Valor do caixa mínimo

<b>Descrição para caixa mínimo</b>	<b>Valor</b>
1. Custo fixo mensal	R\$1.282,00
2. Custo variável mensal	R\$0,00
<b>Custo TOTAL da empresa (item 1 + item 2)</b>	<b>R\$1282,00</b>
3. Custo total diário (TOTAL acima dividido por 30)	R\$42,75
4. Necessidade líquida de capital de giro em dias (sem estoque)	R\$0,00
<b>TOTAL (item 3 + item 4)</b>	<b>R\$42,75</b>

Fonte: Próprio autor (2022)

A tabela 3.3 refere-se a descrição do caixa mínimo da empresa, ou seja, o que a CaronaSmart necessita em capital disponível para cobrir os custos da empresa. Portanto, quando a empresa atingir lucros mensais, estes saldos serão diluídos nos próprios lucros.

Tabela 3.4 – Valor do caixa mínimo

<b>Investimento financeiro para Capital de giro</b>	<b>Valor</b>
1. Estoque inicial	R\$0,00
2. Caixa mínimo	R\$44,75
<b>TOTAL</b>	<b>R\$44,75</b>

Fonte: Próprio autor (2022)

Com base nas informações supracitadas, a figura 3.4 demonstra o cálculo para o capital de giro necessário para que o CaronaSmart possa ter a liquidez para operação. Como trata-se de uma empresa prestadora de serviços, não há estoque disponível para a comercialização. Com isso, considerou-se apenas o valor do caixa mínimo no cálculo do capital de giro. Logo, como a empresa não possuindo um estoque inicial, o total é obtido somente pelo Total do Caixa Mínimo obtido na figura 3.3.

Para saber o valor do investimento total para a abertura da CaronaSmart, somou-se o valor dos custos fixos e variáveis, do capital de giro e das despesas pré-operacionais. Portanto, na tabela 3.5 a seguir, é mostrado a soma de todos custos para investimentos financeiro para capital de giro, ou seja, o quanto irá gastar inicialmente, visto que é uma aplicação *mobile* e não terá terceirização para o desenvolvimento, pois o próprio criador junto outro desenvolvedor fará a parte operacional.

Tabela 3.5 – Valor do investimento inicial total

<b>Investimento financeiro para Capital de Giro</b>	<b>Valor</b>
1. Custos fixos	R\$1.282,00
2. Custos variáveis	R\$0,00
3. Capital de giro	R\$42,75
4. Despesas pré-operacionais	R\$2.066,66
<b>TOTAL</b>	<b>R\$3.391,41</b>

Fonte: Próprio autor (2022)

Contudo, a estimativa mensal do faturamento da empresa, como ela tem um plano inicial com faturamentos não expressivos, visto que inicialmente o foco será na aquisição de usuários ativos, a CaronaSmart irá inicialmente ter também um faturamento com utilização de anúncios, porém são anúncios que não atrapalharão a interface e não serão repetitivos. A CaronaSmart

será de plataforma híbrida (IOS e Android), portanto será utilizado o *AdMob*. (ADMOB: MONETIZAÇÃO PARA APLICATIVOS NO GOOGLE, 2020). O *AdMob* é hoje uma opção considerada fundamental na hora de monetizar um aplicativo. Ele é um produto do *Google* e está disponível para a distribuição de anúncios em aplicativos, mas também funciona em plataformas *IOS*.

Ao conhecer os principais fatores que interferem nas receitas pagas pelo *AdMob*, é possível mensurar um valor médio de quanto é possível ganhar com a plataforma (que será utilizada no CaronaSmart). Considerando hipoteticamente que o aplicativo consiga atingir aproximadamente 1000 visualizações diárias nos anúncios, com base em 500 usuários ativos, é possível lucrar entre 15 a 150 dólares mensais, ou seja, convertendo no dólar atual (2022) são aproximadamente R\$705,00 mensais.

Figura 3.4 – Plano financeiro

Plano Financeiro				
Usuários Ativos	4000	5000	7000	10000
Receita	R\$8,000.00	R\$13,000.00	R\$18,000.00	R\$25,000.00
Custos Variáveis	R\$2,000.00	R\$3,000.00	R\$4,000.00	R\$6,000.00
Custos Fixos	R\$5,000.00	R\$6,000.00	R\$7,000.00	R\$9,000.00
Lucro	R\$1,000.00	R\$4,000.00	R\$7,000.00	R\$10,000.00

Fonte: Próprio autor (2022)

Na Figura 3.4, como demonstra o plano financeiro, já é um plano a médio prazo, ou seja, já se conquistaram o nível de atingimento de mais de 2 mil usuários ativos e cadastrados, portanto já possui um certo tipo de amadurecimento da empresa. Lembrando que os valores são aproximados e logicamente podem sofrer alterações devido a diversos fatores nacionais e até mesmo globais. Lembrando que os custos fixos serão incluídos os salários dos desenvolvedores, que por momento não terá salários ativos, obtendo somente a parte do lucro da empresa.

### 3.4 Plano Organizacional

O planejamento organizacional é onde agrupa ações previstas, onde executa e monitora, ou seja, extremamente importante para que o negócio consiga ter lucros ou ganhos recorrentes. Representa estruturar os objetivos e metas futuras para que alcance de forma correta. Como também pode ser considerado um processo sistemático que se propõe prever adversidades, planejar o futuro da empresa e por fim, definir ações focadas para monitorar resultados da empresa.

Portanto é por meio deste planejamento organizacional que a empresa fará o melhor uso do seu capital financeiro, pois saberá quando e onde investir com conforto e segurança. Por consequência, a empresa terá um ambiente propício a alcançar resultados benéficos. As informações acima já foram geradas a partir da análise de SWOT, presente na Figura 1, e diante disto será mais fácil compreender o melhor caminho para a empresa e conquistar os objetivos e metas.

A equipe será composta inicialmente por dois desenvolvedores (o autor é incluído como desenvolvedor que já atua na área) que graduaram ou ainda são estudantes. Posteriormente, serão formalizados à medio prazo, no setor de administração, formados em áreas em Sistemas de Informação ou Administração para conquistar a posição de gestão da empresa. Em sequência será feito o planejamento para aquisições de novos funcionários, tanto na parte administrativa, *marketing* como na área de desenvolvimento envolvendo questão de qualidade, testes e criação de novos planos.

Os integrantes da equipe inicialmente possuem conhecimento nos quesitos aplicações para dispositivos móveis e programação, fator que possibilita os mesmos gerenciarem a empresa a curto prazo.

### 3.5 Plano tecnológico

Estabelecer o planejamento tecnológico da empresa, a partir da análise dos ambientes interno (processos, produtos, mercados atendidos, etc.) e externo (tendências, tecnologias disponíveis, etc.), desenvolvendo as seguintes ações, quando aplicáveis:

- *Technology Roadmapping*;
- Mapeamento e prospecção de tecnologias;
- Modernização tecnológica;

- Definição de tecnologias oportunas para a empresa;
- Orientação sobre a implementação de tecnologias digitais adequadas aos objetivos da empresa;
- Identificação de padrões, recursos, funcionalidades e tendências de mercado no projeto para o posicionamento digital. Caso oportuno, pode ser instituído um Comitê de Planejamento Tecnológico na Empresa Demandante, para facilitar a operacionalização do Planejamento fornecido.

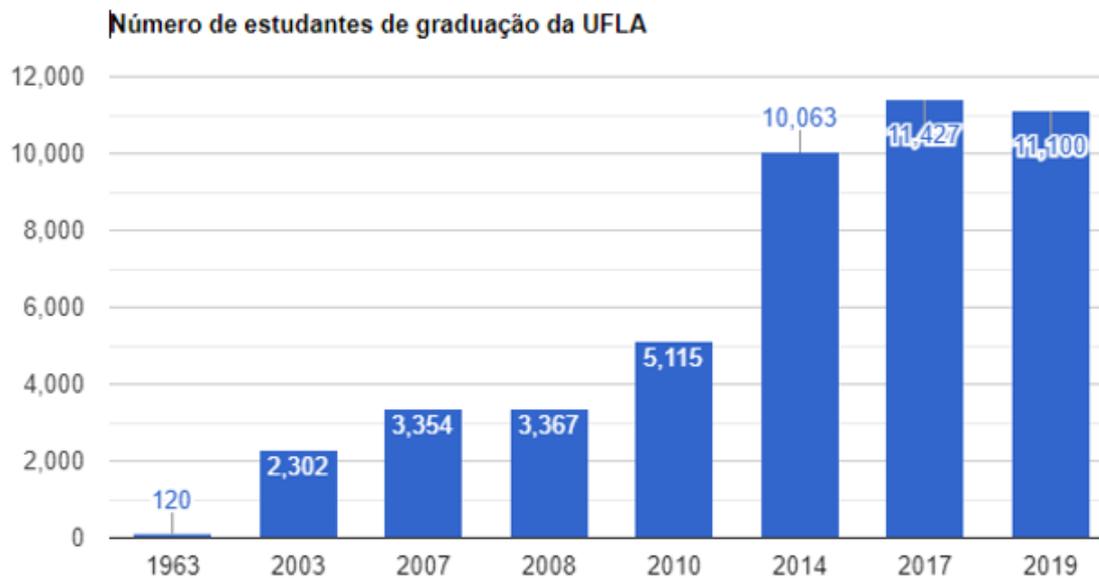
### **3.5.1 Inovação no mercado**

Uma inovação pode ser algo novo e de valor para o mercado porque não existia antes ou pode ser uma novidade porque não existia antes no portfólio de uma empresa, sendo algo novo para sua base de clientes e consumidores. Inovação, diferente de invenção (lembre-se de patentear a invenção), é um produto, serviço ou processo que se converte em valor, seja para o consumidor ou cliente, seja para a empresa e seus sócios ou acionistas.

Porém, boa parte das inovações nasce de invenções, portanto, há um processo para transformar uma invenção em inovação. Veja quais são os principais passos.

O conceito de carona já existe no mercado atualmente, mas são conceito em geral, portanto a linha que CaronaSmart traça é diferente dos aplicativos atuais, portanto é declarado como uma inovação no mercado justamente de ser uma aplicação que os usuários não gastará (pensando em curto e médio prazo) como também será destinado aos discentes, docentes e servidores de universidades que precisam de locomoção.

Figura 3.5 – População acadêmica referente à graduação da UFLA



Fonte: retirada

em:<<https://ufla.br/acesso-a-informacao/10-institucional/sobre-a-ufla/12848-ufla-em-numeros>>

Possíveis usuários que poderão utilizar do aplicativo CaronaSmart. Uma lista referente até a base de 2019, mas atualmente esta lista não possui tamanhas diferenças, então tendo uma base mais concreta das possíveis utilização da aplicação.

## 4 CONCLUSÃO

O Empreendedorismo é muito importante para a economia do país, visto que colabora para o seu impulsionamento, formentando a geração de empregos, a criação de produtos ou novos serviços. Portanto, para os empreendedores que possuem pretensão de abrir seu próprio negócio, é importante definir e elaborar um plano de negócio, para buscar minimizar o risco característico que os novos negócios apresentam em seu início das atividades.

Com a definição do conceito do negócio, como também a estruturação dos planos estratégicos, táticos e operacionais, foi possível definir a capacidade produtiva da empresa, seus processos, fluxo para necessidades de parcerias e a busca para atingir suas metas.

Em geral, analisando a empresa do CaronaSmart, pode-se afirmar que terá uma forma de rentabilidade, sendo um investimento financeiramente saudável, o que permite enfrentar dificuldades, como toda empresa em seu ciclo inicial é explícito no primeiro período de atividades, mas que ao desenrolar de seu planejamento acaba-se transpondo novos cenários e, consequentemente, impactando em resultados atraentes/benéficas para as universidades e os usuários do App.

Por meio do estudo literário, foi possível trazer contribuições teóricas que conduziram de forma essencial para este trabalho, ajudando a atingir o potencial do marketing para as empresas no ramo de aplicativos e os tipos de planejamentos que podem ser aplicados de forma prática e acessível. Outro fator importantíssimo refere-se ao processo de construção deste trabalho associar-se ao propósito, as habilidades e limitações dos idealizadores (desenvolvedores), e servindo, deste modo, como base para um empreendimento com grandes expectativas boas.

Por fim, com a elaboração deste trabalho teve a possibilidade de compreender que a função do empreendedor não é apenas idealizar tal projeto, mas sim ter toda uma base para planejar-se para o curto e ao longo prazo da empresa. Pode-se dizer que não será só um desafio cativante, mas sim, muitos desafios, pois sempre estará na busca obstinada pelo sucesso.

## 5 REFERÊNCIAS

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson, p. 02. 2007.

ANDROID. **Principais critérios de qualidade do app**. Disponível em: <<https://developer.android.com/docs/quality-guidelines/core-app-quality?hl=pt-br>>. Acesso em 02 abr. 2022. [S.l.].

ANDIFES. 2020. **A maioria dos melhores cursos de graduação do País está nas universidades federais, segundo o Enade**. Disponível em: <<https://www.andifes.org.br/?p=85822>>. Acesso em: 15 abr. 2022. [S.l.].

AUGUSTO, Rafael. **Plano tecnológico: um processo para auxiliar o desenvolvimento de produtos de empresas de base tecnológica de origem acadêmica**. 2007. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/294090429\\_Plano\\_tecnologico\\_um\\_processo\\_para\\_auxiliar\\_o\\_desenvolvimento\\_de\\_produtos\\_de\\_empresas\\_de\\_base\\_tecnologica\\_de\\_origem\\_academica](https://www.researchgate.net/publication/294090429_Plano_tecnologico_um_processo_para_auxiliar_o_desenvolvimento_de_produtos_de_empresas_de_base_tecnologica_de_origem_academica)>. Acesso em 04 abr. 2022. [S.l.].

CAVACO SILVA, Anibal. Disponível em: <<https://anibalcavacosilva.arquivo.presidencia.pt/archive/doc/PlanoTecnologico.pdf>>. Acesso em 14 abr. 2022. [S.l.].

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luíza**. São Paulo: Cultura, 2006.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DÓLAR. 2022. **USD/BRL – Dólar Americano Real Brasileiro**. Disponível em: <<https://br.investing.com/currencies/usd-brl>>. Acesso em 19 abr. 2022. [S.l.].

FERREIRA, Lívía. **O que é análise da concorrência e como fazer para se destacar?** Disponível em: <<https://www.nuvemshop.com.br/blog/analise-da-concorrencia/>>. Acesso em 07 abr. 2022. [S.l.].

FORBES. 2022. Disponível em: <[https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2021/07/15/top-10-apps-by-downloads-and-revenue-q2-2021-report/?utm\\_campaign=forbes&utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_term=Carrie&sh=3bb099c43295](https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2021/07/15/top-10-apps-by-downloads-and-revenue-q2-2021-report/?utm_campaign=forbes&utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_term=Carrie&sh=3bb099c43295)>. Acesso em 05 abr. 2022. [S.l.].

GOMES, Débora. 2021. Como fazer um plano de negócio simples, passo a passo. Disponível em: <<https://sambatech.com/blog/insights/plano-de-negocios/>>. Acesso em 04 abr. 2022. [S.l.].

GOOGLE MAPS. **Precificação do uso da plataforma para utilização de mapas dentro da aplicação**. Disponível em: <<https://mapsplatform.google.com/intl/pt-BR/pricing/>>. Acesso em 10 abr. 2022. [S.l.].

LACRUZ, A. J. **Plano de Negócios Passo a Passo: Transformando Sonhos em Negócios**. Editora Qualitymark. Rio de Janeiro. 2008.

OLIVEIRA, Vinícius. 2018. **As 8 principais características de um funcionário com perfil de líder**. Disponível em:<<https://blog.woli.com.br/as-8-principais-caracteristicas-de-um-funcionario-com-perfil-de-lider/>>. Acesso em 02 abr. 2022. [S.l.].

PAREDES, Arthur. 2017. **O que é um plano de Marketing Digital e como fazer?** Disponível em:<<https://www.iebschool.com/pt-br/blog/marketing/marketing-digital/plano-marketing-digital-como-fazer/>>. Acesso em 05 abr. 2022. [S.l.].

PLANOS AWS. **Plano de precificação dos planos AWS**. Disponível em:<<https://aws.amazon.com/pt/rds/postgresql/pricing/?pg=pr&loc=3>>. Acesso em 06 abr. 2022. [S.l.].

REMESSA ONLINE. **AdMob: monetização para aplicativos no Google**. 2020. Disponível em:<<https://www.remissaonline.com.br/blog/admob-monetizacao-para-aplicativos-no-google/#:~:text=Ao%20conhecer%20os%20principais%20fatores,15%20a%20150%20d%C3%B3lares%20mensais>>. Acesso em 01 abr. 2022. [S.l.].

SEBRAE NACIONAL. 2019. **Como elaborar um plano de marketing**. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-plano-de-marketing,084b6484b071b410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 05 abr. 2022. [S.l.].

SEBRAEL NACIONAL. 2019. **Passo a passo para elaborar uma plano de negócios de sua empresa. Sebrae Nacional**. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passo-a-passo-para-elaborar-o-plano-de-negocios-de-sua-empresa,d7296a2bd9ded410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 04 abr. 2022. [S.l.].

SEBRAEL NACIONAL. 2021. **Planejamento estratégico SEBRAE. Como elaborar um plano de negócio**. SEBRAE, 2013. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2022. [S.l.].

SITWARE. 2018. Disponível em:<<https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/plano-metas-empresa/>>. Acesso em 01 abr. 2022. [S.l.].

SOUSA, Amanda. 2020. **Plano de negócios: criação de uma empresa especializada em marketing e inovação em belo horizonte**. Disponível em:<<https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/35744/1/TCC%20-%20Amanda%20Nascimento.pdf>>. Acesso em 02 abr. 2022. [S.l.].

UFLA.2022. Disponível em:<<https://ufla.br/aceso-a-informacao/10-institucional/sobre-a-ufla/12848-ufla-em-numeros/>>. Acesso em 12 abr. 2022. [S.l.].

VALENTE, Jonas. **Brasil é o 5º país em ranking de uso diário de celulares no mundo.** 2019. Disponível em:<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-01/brasil-foi-5o-pais-em-ranking-de-uso-diario-de-celulares-no-mundo>>. Acesso em 05 abr. 2022. [S.l].

---