

**CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA
FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

POLTRONEANDO

**CARLOS HENRIQUE DE ALMEIDA HORDANE
KAMIL PIOTR TYLISZCZAK
LEONARDO MURATA SAITO**

Marília, 2017

**CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA
FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

POLTRONEANDO

Relatório técnico apresentado ao
Centro Universitário Eurípides de
Marília como parte dos requisitos
necessários para a obtenção do
grau de Bacharel em Sistemas de
Informação
Orientador: Prof. Me. Giulianna
M. Marques

Marília, 2017



CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA - UNIVEM
MANTIDO PELA FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"

BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Carlos Henrique de Almeida Hordane

Poltroneando

Banca examinadora da monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação do UNIVEM/F.E.E.S.R., para obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Nota: 9.5 (Nota e meio)

Orientador:Giulianna Marega Marques

1º.Examinador:Fabio Lucio Meira

2º.Examinador:Fagner Christian Paes

Marília, 28 de novembro de 2017.



CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA - UNIVEM
MANTIDO PELA FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"

BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Kamil Piotr Tyliszczak

Poltroneando

Banca examinadora da monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação do UNIVEM/F.E.E.S.R., para obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Nota: 9,5 (nota e meio)

Orientador:Giulianna Marega Marques

1º.Examinador:Fabio Lucio Meira

2º.Examinador:Fagner Christian Paes

Marília, 28 de novembro de 2017.



CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA - UNIVEM
MANTIDO PELA FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"

BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Leonardo Murata Saito

Poltroneando

Banca examinadora da monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação do UNIVEM/F.E.E.S.R., para obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Nota: 9,5 (nota e meio)

Orientador:Giulianna Marega Marques

1º.Examinador:Fabio Lucio Meira

2º.Examinador:Fagner Christian Paes

Marília, 28 de novembro de 2017.

RESUMO

A internet vem facilitando progressivamente a integração do público com as mais diversas áreas do entretenimento. Com a disponibilização da tecnologia digital, cada vez mais acessível ao público através de ferramentas como *smartphones* e *tablets*, há a popularização e a ampliação de sites relacionados a este nicho de mercado. Em poucos instantes é possível ter acesso às mais variadas produções, eventos e publicações do mundo do cinema. O presente trabalho é uma continuação direta do projeto “Entretenimento Em Tempos De Convergência” (SILVÉRIO, 2016) e foi realizado em parceria entre alunos do curso de Sistemas de Informação e Design Gráfico da Fundação Eurípides Soares da Rocha. Apresenta o desenvolvimento e a implementação de uma rede social, cujo público alvo é de pessoas que tem como fonte de lazer filmes, séries e notícias sobre os mesmos. Através desta plataforma, que é também um centralizador de notícias, o indivíduo poderá participar de diversos fóruns e discussões relacionadas ao mundo do entretenimento cinematográfico, além de receber notificações de datas e locais de próximos lançamentos.

Palavras-chave: internet, entretenimento, cinema, rede social.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Ficha de responsabilidades dos membros da equipe.	14
--	----

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Sitemap do portal poltroneando.com.br.....	10
Figura 2. Uso da Ruby e biblioteca Mechanize para salvar a página principal de um site....	11
Figura 3. Layouts das telas de perfil e notícias desenvolvidas para o projeto.....	16
Figura 4. Audiência média do site Jovem Nerd em 2017.....	17
Figura 5. Gráfico indicativo da média de pessoas que buscam notícias de entretenimento..	18
Figura 6. Sites consultados por pessoas que buscam notícias sobre entretenimento.	19
Figura 7. Página de notícias acessada por um smartphone em 07-11-2017	20
Figura 8. Tela de login e cadastro do site Poltroneando.com.br	21
Figura 9. Tela de atualização do perfil acessada por um notebook.....	21

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PHP - Hypertext Preprocessor. Linguagem de programação.

ORM - Object Relational Mapping. Mapeamento Objeto-Relacional

API - Application Programming Interface. Interface de Programação de Aplicativos.

IDE - Integrated Development Environment. Ambiente de Desenvolvimento Integrado.

FTPS - (abreviação de: FTP/SSL) File Transfer Protocol / Security Socket Layer. Software de transferência de arquivos com criptografia de segurança.

PSP – Poltroneando Scraping Platform.

VM – Virtual Machine. Máquina Virtual.

AWS – Amazon Web Services. Plataforma de Web Services do grupo Amazon.

vCPU – Virtual CPU. Processador virtual.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DESENVOLVIMENTO.....	8
2.1 FUNCIONALIDADES E TECNOLOGIAS UTILIZADAS.....	8
2.1.1 Plataforma Poltroneando.....	8
2.1.2 Captação de notícias	10
2.2 OBJETIVO GERAL	11
2.2.1 Objetivos Específicos.....	12
2.3 METODOLOGIA.....	12
2.3.1 A Equipe	12
2.3.3 Identidade Visual.....	15
2.3.4 Pesquisa do Mercado	16
2.4 PROCEDIMENTOS EXPERIMENTAIS.....	17
2.5 RESULTADOS	19
3 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	23

1 INTRODUÇÃO

Segundo o estudo '18ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2017-2021' da PricewaterhouseCoopers PWC (2017) o setor de entretenimento tem crescido constantemente nos últimos anos, movimentando somente no Brasil um valor total de US\$35 bilhões no ano de 2016, apresentando um crescimento de 5,8% em relação ao ano de 2015. Os seguimentos que sofreram maior aumento foram os *games* (24,9%), vídeos de internet (17,4%) e cinema (11,4%), assim como o acesso a Internet aumentou o número de usuários em 13,9% comparado com o ano anterior. Simultaneamente, a busca por informações sobre o mercado audiovisual tem crescido de forma similar. Apesar desses indicadores apresentarem valores maiores do que os anteriores, o número de assinantes de TV por assinatura e de obras produzidas em mídia física (DVD e Blu-Ray) demonstraram queda.

Esses fatores indicam que o público de entretenimento tem consumido conteúdo não somente em cinemas, mas principalmente através de seus computadores e *smartphones*, já que serviços de *streaming*, possibilitam que o público assista a títulos em qualquer lugar.

A previsão é que o setor nacional cresça 4,2% por ano nos próximos cinco anos. Entre as previsões destaca-se também uma prognose do aumento de gastos com a publicidade na internet em 11,9% ao ano até 2021, que chegará a US\$3,6 bilhões e que favorece investimentos e projetos nesse setor. Já o mercado global de mídia e entretenimento irá movimentar US\$2,23 trilhões em 2021. Deste valor, US\$43,7 bilhões serão do mercado nacional.

Com o aumento da indústria de entretenimento e a facilidade com que o público acessa esse conteúdo, se torna praticamente impossível não buscar notícias e informações sobre as novidades que são lançadas a cada dia e com cada vez mais intensidade. No Brasil podemos encontrar inúmeras páginas especializadas em notícias sobre entretenimento e cultura pop, e a cada dia são criados novos sites e portais sobre o assunto.

Observando de perto esse mercado e a forma com que ele vem sendo impulsionado durante os anos, surgiu a ideia de criar um portal para que todos que queiram buscar informações e notícias sobre cultura pop (filmes, séries, celebridades, etc.) possam encontrar o que procuram em um só lugar, além de permitir a interação entre os usuários que possuem o mesmo interesse.

2 DESENVOLVIMENTO

Para o presente trabalho, será desenvolvido um portal online com o formato de rede social, que também irá realizar a centralização de notícias sobre entretenimento, que serão captadas através de *webcrawlers*, consultando diversos sites especializados em notícias sobre cinema e TV.

“Pesquisa nacional sobre os hábitos de utilização da internet no Brasil, feita pela Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ) e Instituto Ipsos, mostra que o smartphone se consolidou como principal meio para acessar a internet no país, utilizado por 69% dos internautas em 2016.” (Agência Brasil - EBC, 2017).

Analisando o público principal de entretenimento, e os avanços tecnológicos apresentados nos últimos anos, foi decidido desenvolver o projeto como um site, que utilizará conceitos de responsividade e empregará a técnica de desenvolvimento *mobile first* para que possa ser acessado de qualquer dispositivo.

2.1 FUNCIONALIDADES E TECNOLOGIAS UTILIZADAS

O desenvolvimento do projeto pode ser subdividido em duas etapas simultâneas: A captação das notícias dos principais sites que produzem conteúdo sobre entretenimento, e a plataforma final, que contará com uma rede social para interação entre os usuários, e uma plataforma onde as notícias captadas serão demonstradas ao público.

2.1.1 Plataforma Poltroneando

Para o desenvolvimento da *interface* que será utilizada diretamente pelo público alvo, foram analisadas várias técnicas de desenvolvimento e linguagens de programação, para encontrar quais teriam melhor aproveitamento durante o processo. Devido à grande parte das pessoas que buscam por informações da cultura pop não possuírem muito tempo livre, seja por trabalho, estudos ou tarefas domésticas, há uma ampla utilização de dispositivos móveis para

tal finalidade. Assim, foi decidido criar um site como o produto final, para eliminar quaisquer limitações de acesso, independentemente da plataforma ou sistema a serem utilizados.

A linguagem de programação escolhida para desenvolver o site foi o PHP, em sua versão 5.6, utilizando o *framework* Laravel na versão 5.2, devido sua popularidade e facilidade para desenvolvimento de soluções, por contar com diversas bibliotecas disponibilizadas pela própria comunidade de desenvolvedores, para diversos tipos de tarefas. Algumas das principais bibliotecas utilizadas são as seguintes:

- **Eloquent:** ORM nativo do *framework* Laravel, que é responsável pelo tratamento e consultas realizadas no banco de dados.
- **Socialite:** Biblioteca que realiza a integração do sistema de autenticação presente na plataforma com outras redes sociais existentes como o Facebook e o Google+.
- **Scout/Algolia:** API de gerenciamento de itens utilizada para otimizar as buscas realizadas no site melhorando a performance e tornando a experiência do usuário mais dinâmica.

Para a persistência das informações foi utilizado o banco de dados MySQL, que é bastante popular, conhecido, de fácil manutenção e baixo custo. Está sendo estudado uma migração para um banco de dados com maior capacidade caso o fluxo de dados presentes na plataforma cresça mais que o esperado. Para a criação do código fonte foi utilizada a IDE Visual Studio Code, que após testes realizados demonstrou ser mais leve e rápida que as concorrentes.

A aplicação está sendo mantida no serviço de hospedagem Umbler, que foi escolhido por ter baixo custo, fácil manutenção e possibilitar o *deploy* dos arquivos através do sistema de transferência FTPS ou pelo sistema de versionamento Github.

Na figura 1 é apresentado o *sitemap* que foi elaborado em conjunto pela equipe de desenvolvimento e de design.

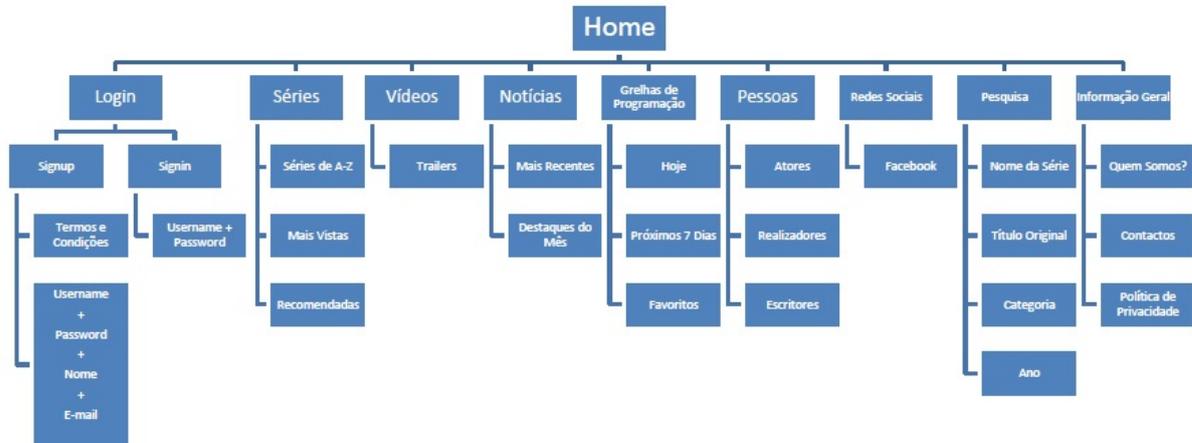


Figura 1 – Sitemap do portal poltroneando.com.br.

2.1.2 Captação de notícias

Como segunda função, há a captação de notícias sobre filmes e seriados de várias fontes digitais diferentes e disponibilização delas no banco de dados do projeto. Para isso, utilizando linguagem de programação Ruby na versão 2.4.0, foi criada a Poltroneando *Scraping Platform* (PSP). A linguagem Ruby possui várias bibliotecas que facilitam a captura de conteúdos web. Entre elas podem ser citadas:

- **Mechanize** – permite uma interação automática com as páginas web.

A figura 2 apresenta um exemplo de como, utilizando apenas algumas linhas de código, automatizar a obtenção de uma página web e salvar o conteúdo dela em um arquivo.

```

require 'mechanize'

UNIVEM_URL = 'https://www.univem.edu.br/'

agent = Mechanize.new
agent.user_agent_alias = 'Mac Safari'
agent.http.verify_mode = OpenSSL::SSL::VERIFY_NONE

agent.get(UNIVEM_URL)

File.open("index.html", "w") { |file| file.write(agent.page.body) }

```

Figura 2 - Uso da Ruby e biblioteca Mechanize para salvar a página principal de um site.

- **Nokogiri** – possibilita seleção de conteúdo da página utilizando *tags* de html, xml, xpath.
- **ActiveRecord** – facilita interação com o banco de dados.
- **Whenever** – ajuda criar ordem de execução de tarefas e métodos da aplicação e trabalha diretamente com o programa *cron* do Sistema Operacional Linux.

Para cada fonte de informação é criado um *scraper*, cuja função é extração de informações relevantes. Os *scrapers* acessam e extraem informações dos sites e salvam resultados no banco de dados.

O ambiente de produção da PSP está numa máquina virtual (VM) Linux, hospedada na Amazon Web Services (AWS). Para máquina, foi selecionado um serviço ‘Amazon Elastic Compute Cloud’ (Amazon EC2) e a instancia t2.micro que disponibiliza um processador virtual (vCPU), 20GB de espaço para armazenamento e 1GB de memória RAM gratuitamente por um ano para novos clientes. A VM está localizada no servidor da AWS no leste dos Estados Unidos, no estado da Virgínia do Norte, porque a modalidade gratuita não se aplica para servidores localizados no Brasil.

2.2 OBJETIVO GERAL

Espera-se criar uma rede social e centralizador de notícias, focados no setor de entretenimento e mídia cinematográfica, com objetivo de oferecer ao público nacional elementos inovadores para distinguir-se dos serviços semelhantes.

2.2.1 Objetivos Específicos

- Criar uma startup lucrativa para continuar com o desenvolvimento do projeto.
- Continuar e implementar os conceitos encontrados no trabalho acadêmico “Entretenimento Em Tempos De Convergência” (SILVÉRIO, 2016).
- Pesquisar a atual situação do mercado de entretenimento cinematográfico no Brasil.
- Desenvolver uma plataforma especializada em filmes, séries e todo conteúdo relacionado à cultura pop.
- Criar uma ferramenta para centralizar as últimas e mais relevantes notícias de diversos sites que produzem conteúdos sobre o assunto.
- Elaborar e implementar uma rede social onde o usuário poderá interagir com outras pessoas, comentar e avaliar títulos, criar listas, críticas e tópicos de discussão.

2.3 METODOLOGIA

Devido ao caráter deste projeto, foi necessária aplicação da pesquisa qualitativa. Assim, executaram-se vários estudos e investigações para adotar melhores práticas de gestão e criar novas ideias para agregar valor ao projeto.

2.3.1 A Equipe

A equipe é composta por sete pessoas, alunos e ex-alunos do Centro Universitário Eurípides de Marília. Dentre elas, três são responsáveis pelo design de arte e *layouts*, dois responsáveis pela análise e desenvolvimento dos sistemas utilizados e os outros dois pela área administrativa e financeira, além de traçar o plano de negócios. Na tabela 1 estão especificadas as responsabilidades de cada membro, além de informar a formação acadêmica de cada um.

Durante o desenvolvimento do projeto foram realizadas diversas reuniões para discutir

estratégias, planos de ação e delinear as metas a serem alcançadas.

A orientadora acadêmica deste trabalho auxiliou a equipe com ideias empreendedoras que enriqueceram tanto o conteúdo prático quanto o teórico, através de reuniões frequentes no decorrer do ano.

	<p>Carlos Henrique de Almeida Hordane</p> <p>Idade: 22 anos</p> <p>Estudante de Sistemas de Informação, co-idealizador do projeto e responsável por desenvolver a plataforma online, atua na área de programação desde o ano de 2013.</p>
	<p>Felipe Batistete Dias</p> <p>Idade: 21 anos</p> <p>Formado em Design Gráfico e estudante de Design de Interiores, acompanha o projeto desde 2016, e é responsável por criar as artes exclusivas do site.</p>
	<p>José Eduardo de Angelo dos Santos</p> <p>Idade: 22 anos</p> <p>Formado em Design Gráfico, foi o primeiro contato entre a equipe de desenvolvimento com a equipe de design. É responsável por criar grande parte das interfaces e por definir a identidade visual do Poltroneando.</p>
	<p>Kamil Piotr Tyliszczak</p> <p>Idade: 32 anos</p> <p>Estudante de Sistemas de Informação natural da Polônia, é o desenvolvedor do sistema de centralização de notícias, um dos principais recursos do site.</p>
	<p>Leonardo Murata Saito</p> <p>Idade: 34 anos</p> <p>Formado em Administração, com pós graduação em MBA em Logística e cadeia de Suprimentos e estudante de Sistemas de Informação, foi o responsável pela parte administrativa e financeira do projeto, assim como o desenvolvimento do plano de negócios.</p>
	<p>Pedro da Silva Martinez</p> <p>Idade: 21 anos</p> <p>Formado em Design Gráfico, é o responsável por desenvolver a maior parte das telas do projeto, definindo a disposição dos componentes. Também será responsável pelo plano de marketing a ser utilizado no site.</p>
	<p>Rafael Petelin Silvério</p> <p>Idade: 22 anos</p> <p>Formado em Sistemas de Informação, um dos co-idealizadores do projeto, é responsável por idealizar a maior parte dos objetivos definidos durante o processo de desenvolvimento.</p>

Tabela 1 – Ficha de responsabilidades dos membros da equipe.

2.3.2 Técnica adotada

A técnica aplicada foi a de separar as responsabilidades do sistema utilizando a Arquitetura de Microserviços, que se caracteriza por manter as diferentes partes do projeto autônomas e insusceptíveis aos problemas decorridos de alterações nas outras. Isto permite que os desenvolvedores tenham mais liberdade na hora de aplicar quaisquer mudanças e menos preocupação que outros microserviços sejam afetados. É a utilização desta técnica, que permitiu o uso de duas linguagens de programação diferentes.

2.3.3 Identidade Visual

Pelo projeto ter sido uma parceria entre alunos de Sistemas de Informação e Design Gráfico, foi realizado um profundo estudo sobre a identidade visual e os aspectos que influenciaram na escolha da marca e da tipografia do projeto, que podem ser encontrados no trabalho acadêmico “Desenvolvimento da interface da Rede Social ‘Poltroneando’” (ANGELO; DIAS, 2016).

Os *layouts* foram criados após reuniões onde a equipe levantou as necessidades e funcionalidades que estariam presentes nas versões posteriores do sistema. Por empregar a ideia de ser acessado em quaisquer dispositivos, todos os *layouts* foram imaginados como se estivesse acessando o site pela tela de um celular, facilitando na distribuição dos componentes e permitindo ajustes mais leves ao programar as páginas para dispositivos com telas maiores.

Na figura 3 podemos ver alguns dos planos desenvolvidos durante o projeto:

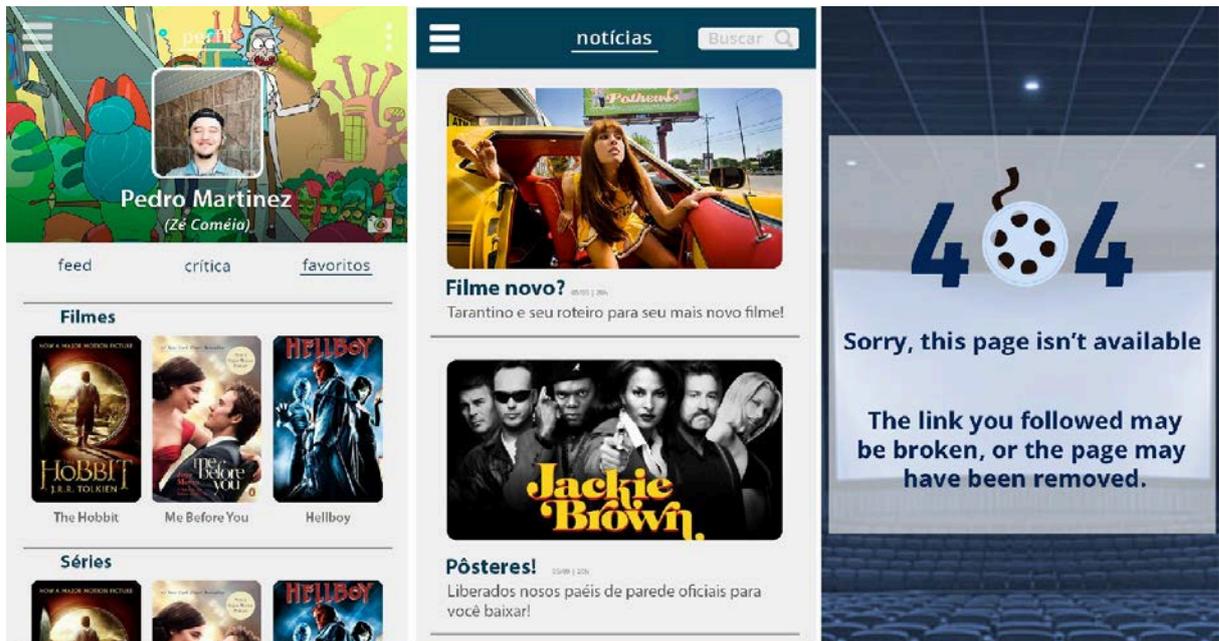


Figura 3 - *Layouts* das telas de perfil e notícias desenvolvidas para o projeto, e um erro, utilizando o tamanho de uma tela de smartphone

Para enfatizar o contexto cinematográfico, as cores escolhidas para uso no site e na marca foram o azul como cor base e branco como cor secundária.

Como o objetivo é promover uma rede social, se optou por escolher como cor base o azul, justamente por ser uma cor fria e por ter uma ligação com o tema cinematográfico, pois os projetores dos cinemas expõem uma luz azul, além disso, é a cor primária que possui menor frequência de ondas, assim será usado com o objetivo de destacar e fazer com que as publicações da rede social tenham sua devida importância através da diferença de contraste. (ANGELO; DIAS, 2016, p. 12)

2.3.4 Pesquisa do Mercado

Justificando o objetivo da pesquisa, foram realizadas buscas para certificar-se da situação do mercado de entretenimento no Brasil. Analisando o portal Jovem Nerd, um dos maiores e mais conhecidos sites relacionados à cultura pop, averiguou-se que são cerca de 30 milhões de visualizações por mês na página, além de possuírem mais de 3 milhões de visualizações no Youtube nos canais gerenciados pelo portal. Na figura 4 está indicado o alcance que Jovem Nerd possui, com dados atualizados de 2017.

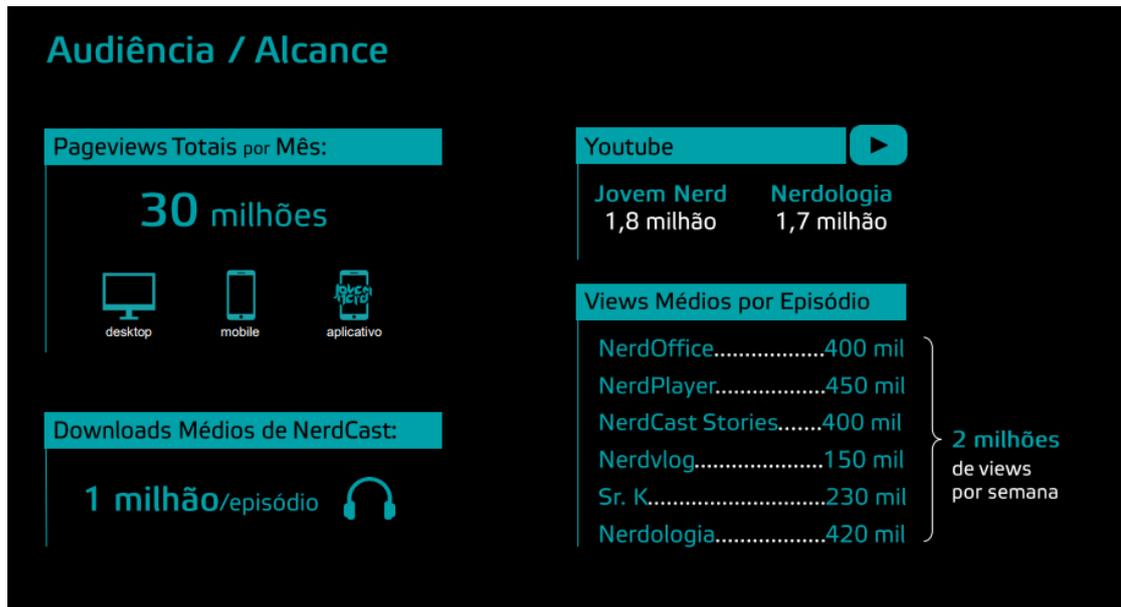


Figura 4 - Audiência média do site Jovem Nerd em 2017. **Fonte:** Jovem Nerd 2017

No mês de dezembro é realizado o evento Comic Con Experience, que é considerado o maior evento sobre entretenimento no Brasil, e é organizado pelo grupo Omelete, também responsável por gerenciar um dos maiores portais brasileiros que recebe o mesmo nome. No ano de 2016, o evento recebeu uma média de 180 mil pessoas durante os 4 dias de realização, quase o dobro do público que compareceu na primeira edição do evento em 2014.

2.4 PROCEDIMENTOS EXPERIMENTAIS

Durante o período de desenvolvimento deste trabalho foram realizadas duas pesquisas para coleta de informações pertinentes ao projeto. A primeira foi realizada de modo online, com divulgação em redes sociais e grupos de conversas, em que foi questionado se os entrevistados costumam buscar informações sobre filmes e séries. A figura 5 representa a pesquisa com 40 respostas coletadas, 30 (75%) realizam a busca de notícias, sendo apenas 10 (25%) de respostas negativas. Também foi constatado que, destas 40 pessoas, 38 (95%) utilizam serviços de *streaming* ou internet para assistir aos títulos. A média do público atingido nessa consulta foram de jovens adultos, sendo 20 pessoas (50%) de 18 a 23 anos, 16 pessoas (40%) de 24 a 29 anos e 4 pessoas (10%) com mais de 30 anos.

Você costuma buscar informações e notícias sobre filmes e séries?

40 respostas

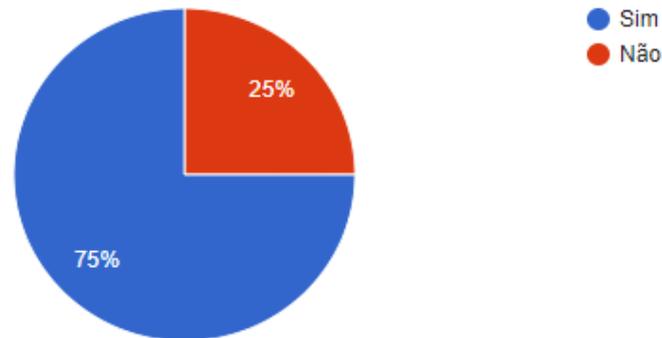


Figura 5 - Gráfico indicativo da média de pessoas que buscam notícias de entretenimento.

Já o segundo questionário foi realizado no evento ExpoNegócios, promovido pela Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha no dia 07 de novembro de 2017, onde alunos, docentes, funcionários e convidados eram apresentados à proposta do projeto e ao resultado implementado. Em seguida, os entrevistados responderam a um questionário sobre o sistema apresentado. De um total de 21 pessoas que concordaram em responder o questionário, todas afirmaram que utilizariam o site posteriormente. Neste questionário foram entrevistadas pessoas com idades variadas, sendo 18 anos a menor idade e 63 anos a idade mais alta.

A partir do resultado de ambas pesquisas, foi possível definir os próximos passos para ampliar o alcance do projeto, como em quais locais pode ser divulgada a plataforma, quais aspectos o possível público prioriza como mais relevantes, além de deixar claro que o sistema poderá agradar qualquer perfil de usuário, independente de estar ou não no público alvo, que seriam jovens entre 16 e 25 anos. Também foi identificado quais sites de notícias são os mais conhecidos, como é demonstrado na figura 6.

Quais sites/páginas você acessa/segue para ver notícias de filmes e séries?

40 respostas

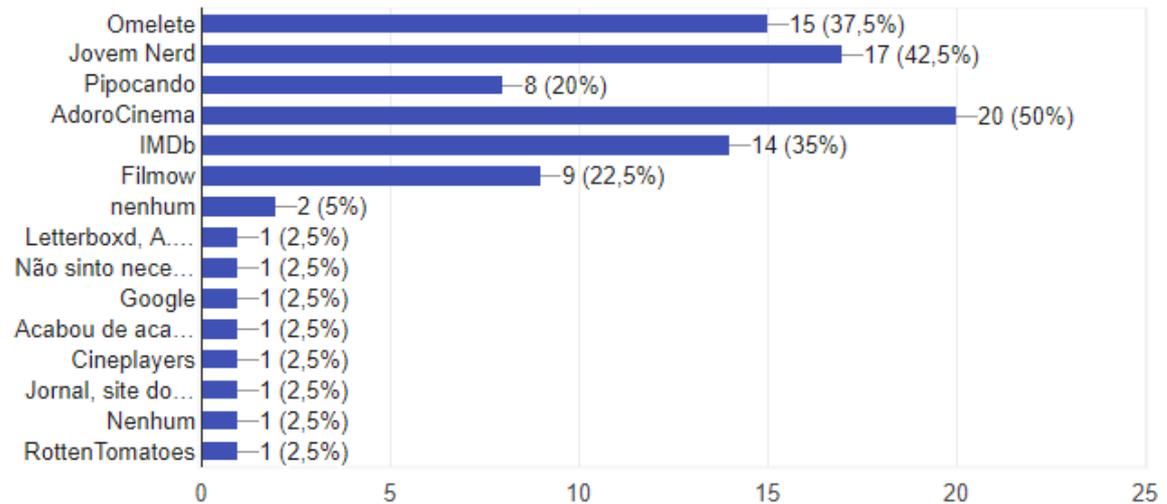


Figura 6 – Sites consultados por pessoas que buscam notícias sobre entretenimento.

2.5 RESULTADOS

Como resultados de todo trabalho de pesquisa, se encontra implementada a centralização de notícias de alguns dos principais criadores de conteúdo brasileiro no mercado, disponível para ser acessado por qualquer pessoa em qualquer dispositivo, assim como mostra a figura 7. Também é possível realizar o cadastro, seja da forma tradicional inserindo o endereço de email, ou então importando suas informações pessoais de outras redes sociais como Facebook e Google+, como pode ser visto nas figuras 8 e 9.

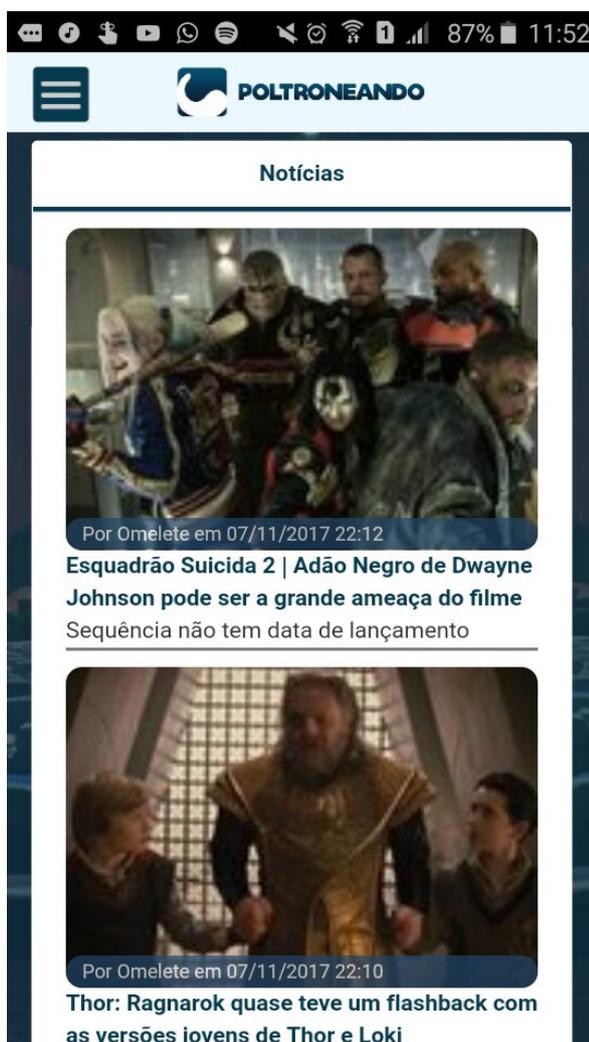


Figura 7 - Página de notícias acessada por um smartphone em 07-11-2017

A interface permite que o usuário adicione amigos e veja informações sobre diversos títulos com um amplo catálogo de obras cinematográficas.

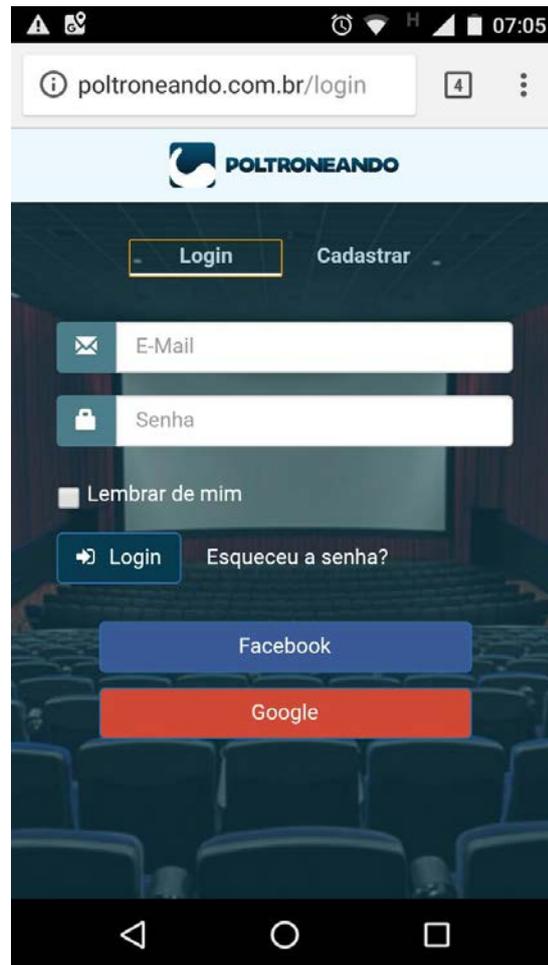


Figura 8 – Tela de login e cadastro do site Poltroneando.com.br

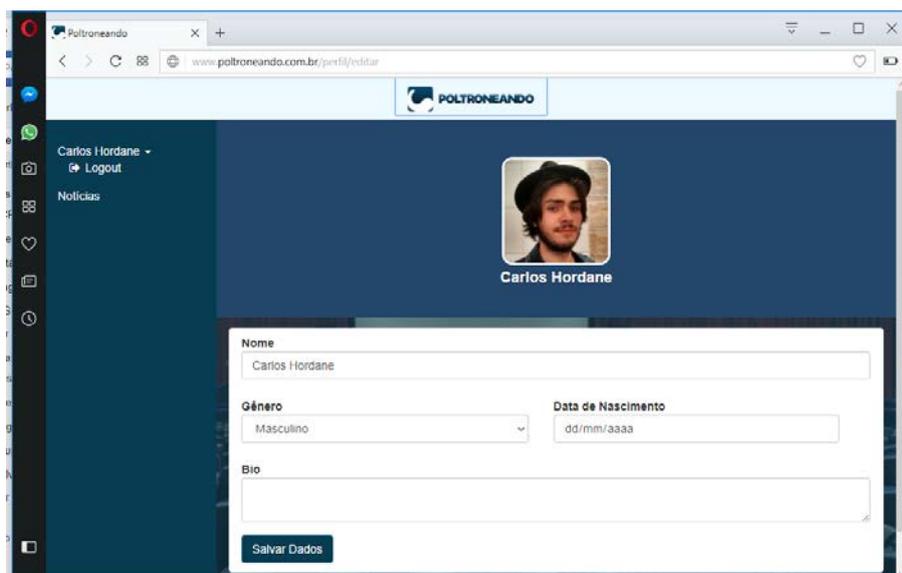


Figura 9 – Tela de atualização do perfil acessada por um notebook.

Foram realizados testes com alguns usuários que não participaram do processo de desenvolvimento, para captar as reações à plataforma, e todos os *feedbacks* recebidos foram positivos. As sugestões recebidas já haviam sido levantadas pela equipe para serem implementadas em atualizações futuras do site, como a criação de listas de filmes, personalização do perfil, avaliação dos títulos e visualização das atividades dos amigos na plataforma.

3 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O desenvolvimento do presente projeto possibilitou uma análise de como uma rede social e centralizador de notícias, focado na área cinematográfica e de cultura pop, pode melhorar a experiência do usuário com a redução dos passos necessários para acessar os mesmos conteúdos em múltiplos sites. Além disso, também permite que o público interaja através de fóruns e discussões criados por ele próprio, fazendo com que os interessados nestes assuntos expressem suas opiniões e críticas, conhecendo pessoas que possuem os mesmos interesses e aumentando seus conhecimentos sobre a área.

As pesquisas efetivadas até agora mostram que o projeto está progredindo positivamente. A aceitação do público em relação ao layout e as notícias divulgadas no momento vêm traçando novas ideias para a atualização do site.

Recomenda-se para que futuramente haja a criação de listas de filmes, personalização do perfil, avaliação dos títulos e visualização das atividades dos amigos na plataforma. Ao término de todas estas atualizações, pretende-se estabelecer um valor mensal simbólico que dará o direito exclusivo ao usuário de customizar seu *feed* de notícias, além de participar de sorteios de ingressos para eventos e receber novas funcionalidades do site em primeira mão.

REFERÊNCIAS

PWC. **Mercado global de mídia e entretenimento vai movimentar US\$ 2,23 trilhões em 2021**. Disponível em:

<<https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/noticias/pwc-mercado-global-midia-entretenimento-movimentar-17.html>>. Acesso em: 08 nov. 2017

SILVÉRIO, R. P. **ENTRETENIMENTO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA**. Fundação Eurípides Soares da Rocha – UNIVEM – Marília, 2016

Agência Brasil – EBC. **Smartphone se consolida como meio preferido de acesso à internet**. Agência Brasil – EBC, 2017. Disponível em:

<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-02/sete-em-cada-dez-brasileiros-acessam-internet-e-elevam-uso-de-smartphone>>. Acesso em: 05 nov. 2017

ANGELO, J. E.; DIAS, F. B. **DESENVOLVIMENTO DA INTERFACE DA REDE SOCIAL “POLTRONEANDO**. Fundação Eurípides Soares da Rocha – UNIVEM – Marília, 2016

CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA
FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

POLTRONEANDO

Plano de Negócios desenvolvido no software Plano de Negócios SEBRAE apresentado ao Centro Universitário Eurípides de Marília como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Bacharel em Sistemas de Informação

Orientador: Prof. Me. Giulianna M. Marques

- 1 - Sumário Executivo
 - 1.1 - Resumo
 - 1.2 - Dados dos empreendedores
 - 1.3 - Missão da empresa
 - 1.4 - Setores de atividade
 - 1.5 - Forma jurídica
 - 1.6 - Enquadramento tributário
 - Âmbito federal
 - 1.7 - Capital social
 - 1.8 - Fonte de recursos
- 2 - Análise de mercado
 - 2.1 - Estudo dos clientes
 - 2.2 - Estudo dos concorrentes
 - 2.3 - Estudo dos fornecedores
- 3 - Plano de marketing
 - 3.1 - Produtos e serviços
 - 3.2 - Preço
 - 3.3 - Estratégias promocionais
 - 3.4 - Estrutura de comercialização
 - 3.5 - Localização do negócio
- 4 - Plano operacional
 - 4.1 - Leiaute
 - 4.2 - Capacidade instalada
 - 4.3 - Processos operacionais
 - 4.4 - Necessidade de pessoal
- 5 - Plano financeiro
 - 5.1 - Investimentos fixos
 - 5.2 - Estoque inicial
 - 5.3 - Caixa mínimo
 - 5.4 - Investimentos pré-operacionais
 - 5.5 - Investimento total
 - 5.6 - Faturamento mensal
 - 5.7 - Custo unitário
 - 5.8 - Custos de comercialização
 - 5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV
 - 5.10 - Custos de mão-de-obra
 - 5.11 - Custos com depreciação
 - 5.12 - Custos fixos operacionais mensais
 - 5.13 - Demonstrativo de resultados
 - 5.14 - Indicadores de viabilidade
- 6 - Construção de cenário
 - 6.1 - Ações preventivas e corretivas
- 7 - Avaliação estratégica
 - 7.1 - Análise da matriz F.O.F.A
- 8 - Avaliação do plano
 - 8.1 - Análise do plano

1 - Sumário Executivo

1.1 - Resumo

Os serviços fornecidos será um portal integrado, responsável pela veiculação de diversas informações de entretenimento como notícias, resenhas e informações sobre filmes, elenco, series e jogos digitais. Tendo inicialmente como principais fornecedores as empresas que oferecem o conteúdo de entretenimento como Jovem Nerd, Omelete, IMDB e Filmo, isto por serem fonte de conteúdo. A captação das informações será feita através de um web-crawler para captar as notícias mais relevantes e também usara APIs para preenchimento das informações dos Atores, Diretores, Elenco e etc.

Embora os adolescentes aparentem ser grande parte do público, ao contrário do que se imagine, a faixa etária mais expressiva entre os consumidores está entre os 25-34 anos, representando uma proporção de 49%, seguidos por 18-24 anos (23%), em sua maioria solteiros (57%) e pertencentes a classe C. A “cultura pop”, assim vulgarmente chamada, está presente em todos os âmbitos da sociedade e a diferença entre homens (50,38%) e mulheres (49,68%) é praticamente inexpressiva.

O valor inicial do investimento é de R\$ 5000,00 (Cinco Mil Reais). Inicialmente terá um faturamento e lucro projetado de R\$ 500,00 à R\$ 8000,00, tendo em vista que a internet é um meio muito rápido, a projeção é de 2 anos para a recuperação do capital investido e gerar lucro.

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto de Equilíbrio	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48
Lucratividade	28,67 %	39,39 %	48,32 %	55,77 %	61,98 %
Rentabilidade	44,11 %	72,74 %	107,09 %	148,30 %	197,77 %
Prazo de retorno do investimento	2 anos e 4 meses				

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Carlos Henrique de Almeida Hordane		
Endereço:	Rua Aparício Castilho Menegucci, 306		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Bacharel em Sistemas de Informação			
Atribuições:			
Analista de Sistema, Programador			

Nome:	Kamil Piotr Tyliszczak		
Endereço:	Rua Aparício Castilho Menegucci, 306		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Bacharel em Sistemas de Informação			
Atribuições:			

Programador.

Nome:	Leonardo Murata Saito		
Endereço:	Rua Amazonas, 635		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Bacharel em Administração de Empresas, Pós-Graduado MBA Logística e Cadeia de Suprimentos, e Bacharel em Sistemas de Informação			
Atribuições:			
Administrador de empresas. Analista de Sistemas.			

Nome:	Rafael Petelin		
Endereço:	Rua Aparício Castilho Menegucci, 306		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Bacharel em Sistemas de Informação			
Atribuições:			
Co-Idealizador Analista de Sistemas.			

Nome:	Felipe Batisttete Dias		
Endereço:	Rua Aparício Castilho Menegucci, 306		
Cidade:	Maília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Formado em Design Gráfico e estudante de Design de Interiores			
Atribuições:			
É responsável por criar as artes exclusivas do site.			

Nome:	José Eduardo de Angelo dos Santos		
Endereço:	Rua Aparício Castilho Menegucci, 306		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Formado em Design Gráfico.			
Atribuições:			
O primeiro contato entre a equipe de desenvolvimento com a equipe de design. É responsável por criar grande parte das interfaces e por definir a identidade visual do Poltroneando.			

Nome:	Pedro da Silva Martinez		
Endereço:	Rua Aparício Castilho Menegucci, 306		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			
Formado em Design gráfico			
Atribuições:			
responsável por desenvolver a maior parte das telas do projeto, definindo a disposição dos componentes. Também será responsável pelo plano de marketing a ser utilizado no site.			

1.3 - Missão da empresa

Missão: Informar e expor novidades do entretenimento da sétima arte para os consumidores, trocar informações entre eles e aumentar a divulgação do conteúdo.

A empresa tem como foco a exposição de informações, novidades e divulgação do entretenimento informando o máximo o consumidor sobre os temas de sua preferência, bem como permitir a comunicação entre os fans, criando um local onde os mesmos tenham todo o conteúdo desejado.

1.4 - Setores de atividade

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

1.5 - Forma jurídica

- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Microempreendedor Individual – MEI
- Sociedade Limitada
- Outros:

1.6 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

- Sim
- Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Carlos Henrique de Almeida Hordane	R\$ 3.232,26	25,00
2	Kamil Piotr Tyliczszak	R\$ 3.232,26	25,00
3	Leonardo Murata Saito	R\$ 3.232,26	25,00
4	Rafael Petelin	R\$ 3.232,26	25,00
5	Felipe Batisttete Dias	R\$ 0,00	0,00
6	José Eduardo de Angelo dos Santos	R\$ 0,00	0,00
7	Pedro da Silva Martinez	R\$ 0,00	0,00
Total		R\$ 12.929,04	100,00

1.8 - Fonte de recursos

Recursos Próprios.

2 - Análise de mercado

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

A faixa etária mais expressiva entre os consumidores está entre os 25-34 anos, representando uma proporção de 49%, seguidos por 18-24 anos (23%), em sua maioria solteiros (57%) e pertencentes a classe C. A “cultura pop”, assim vulgarmente chamada, está presente em todos os âmbitos da sociedade e a diferença entre homens (50,38%) e mulheres (49,68%) é praticamente inexpressiva.

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

Dados divulgados em 2015 pela Ancine (Agência Nacional de Cinema), as salas de cinema receberam 179,9 milhões de espectadores, que até a data de divulgação somavam em todo o país mais de 3.000 salas, tornando o Brasil o 5º maior mercado mundial. Nos últimos cinco anos o seu crescimento foi estimado em cerca de 40%, atraindo a atenção das maiores companhias do ramo como Cinépolis, Cinemark e UCI, que trouxeram consigo melhorias como tecnologia 3D, multiplex, tecnologias IMAX e outras experiências que atraem os consumidores.

O crescimento é visível não somente no cinema, mas em serviços de televisão por assinatura e Streaming como Netflix, Social Comics, Netnow e HBO Go, que chamam atenção principalmente com suas séries e conteúdos exclusivos, conquistando um número de espectadores maior a cada dia. Apresentando uma dimensão do impacto destes produtos, no dia quatro de dezembro de 2014 na cidade de São Paulo foi realizada a Primeira Comic Con do Brasil, denominada Comic Con Experiencie, idealizada e organizada pelo Grupo Omelete, um dos maiores portais de notícias nacional do ramo. Neste evento estúdios de Cinema, editoras de quadrinhos e livros e canais de TV e Streaming trouxeram artistas, peças e sets de filmagem, produtos licenciados para a feira, atraindo ainda mais holofotes para o Brasil.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Por ser um produto que está na internet, a área é Nacional e internacional.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Omelete	Muito Conhecido	0	0	Internet	Internet	- Notícias sobre filmes. - Base de dados sobre Cinema, Séries e Celebidades.
Jovem Nerd	Muito Conhecido	0	0	Internet	Internet	- Notícias sobre Filmes e Séries. - Responsivo.
NerdCast	Muito Conhecido	0	0	Internet	Internet	Downloads dos filmes e seriados.
Adoro Cinema	Muito Conhecido	0	0	Internet	Internet	- Notícias sobre filmes e séries.
Filmow	Muito conhecido	0	0	Internet	Internet	- Notícias sobre Filmes e Séries. - Base de dados sobre Cinema, Séries e Celebidades. - Gerenciamento de Títulos e Listas
IMDb	Muito Conhecido.	0	0	Internet	Internet	- Notícias sobre Filmes e Séries. - Base de Dados sobre Filmes, Séries e Celebidades.

Conclusões

Dentro do mercado Brasileiro existem portais, sites e até mesmo uma rede social voltada ao cinema e entretenimento, que serão concorrentes do produto a ser desenvolvido, porém todos servirão como parceiros, pois serão as fontes dos dados buscados do Webservice.

2.3 - Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	<ul style="list-style-type: none"> - Notícias sobre filmes. - Base de dados sobre Cinema, Séries e Celebridades. 	Omelete	0	0	0	Internet
2	<ul style="list-style-type: none"> - Notícias sobre Filmes e Séries. - Responsivo. 	Jovem Nerd	0	0	0	Internet

3 - Plano de marketing

3.1 - Produtos e serviços

O empreendimento é em um portal de entretenimento integrado, que reunirá informações, notícias e críticas sobre cultura pop, ou seja, cinema, séries, música e games. Juntamente ao portal, uma rede social com o mesmo seguimento estará disponível aos usuários.

Nº	Produtos / Serviços
1	Informações sobre filmes, séries e jogos digitais.
2	Banners
3	Links Iniciais
4	Pacote Golden Ticket

3.2 - Preço

O Preço do serviço das "Informações sobre filmes, séries e jogos digitais" é gratuito, já outros serviços é cobrado conforme os valores praticados por concorrentes, no caso dos banners ou podendo ser valorizado pelas pageviews. No caso dos Golden Tickets será cobrado o valor simbólico pelo serviços de personalização.

3.3 - Estratégias promocionais

O site será trabalhado com público através das redes sociais, neles utilizando as formas de impulsos, como chamado no Facebook, impulsionando as propagandas que possuímos. Outra ferramenta é o Google AdWords, colocando em primeiro lugar com as "tags" nas buscas do Google.

3.4 - Estrutura de comercialização

Os serviços são realizados pela internet, tendo distribuição os sites de relacionamentos como, Facebook, Twitter, entre outros.

Acomercialização será pela venda de banners para os fornecedores, e também os fornecedores que pagarem, terão as suas notícias em primeira linha.

No caso dos pacotes, estes são diretamente para o consumidor final, que poderá personalizar sua página e também escolher qual será suas notícias preferidas e também qual assunto quer que apareça primeiro.

3.5 - Localização do negócio

Endereço:	Avenida Hygino Muzzi Filho, 529
Bairro:	Jd Acapulco
Cidade:	Marília
Estado:	São Paulo
Fone 1:	(14) 9617-1032

Fone 1:	() -
Fax:	() -

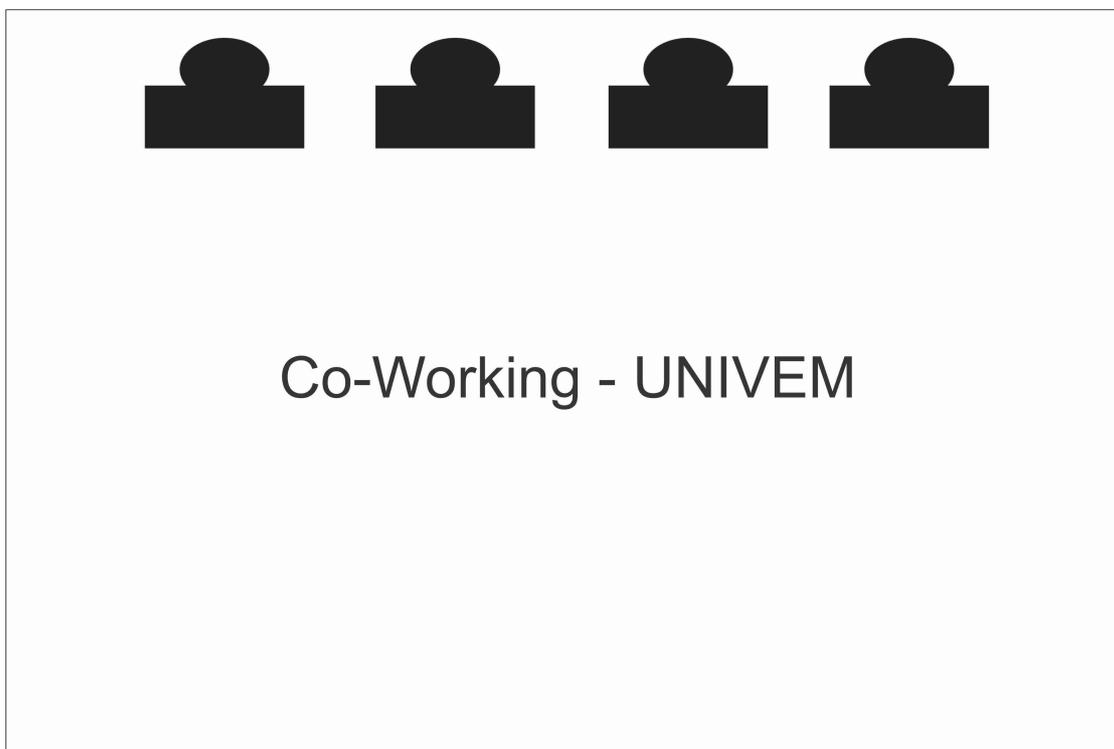
Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Estamos no Centro Incubado da Fundação Eurípides Soares da Rocha - Univem

Co-Working

4 - Plano operacional

4.1 - Leiaute



4.2 - Capacidade instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

Ilimitado.

4.3 - Processos operacionais

Os processos são os feeds de notícias que serão capturados dos concorrentes e fornecedores, feitos por um robo que automaticamente buscará diariamente estes conteúdos.

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Design Gráfico	Formado em Design Gráfico.
2	Administrativo	Graduado em Administração de Empresas, ou afins.
3	Analista de Sistemas	Bacharel em Sistemas de Informação
4	Programador	Bacharel e Sistemas de informação ou Ciência da Computação.

5 - Plano financeiro

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (B)				R\$ 0,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (D)				R\$ 0,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Notebook	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 4.000,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):				R\$ 4.000,00
--	--	--	--	--------------

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Investimentos próprios	4	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00
TOTAL (A)				R\$ 8.000,00

5.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Vendas À Vista	50,00	1	0,50
Vendas a Prazo	50,00	30	15,00
Prazo médio total			16

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Informações	100,00	0	0,00
Prazo médio total			0

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	1

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	16
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	17
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	0
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	0
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	17

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 1.066,67
2. Custo variável mensal	R\$ 87,50
3. Custo total da empresa	R\$ 1.154,17
4. Custo total diário	R\$ 38,47
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	17
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 654,03

Capital de giro (Resumo)

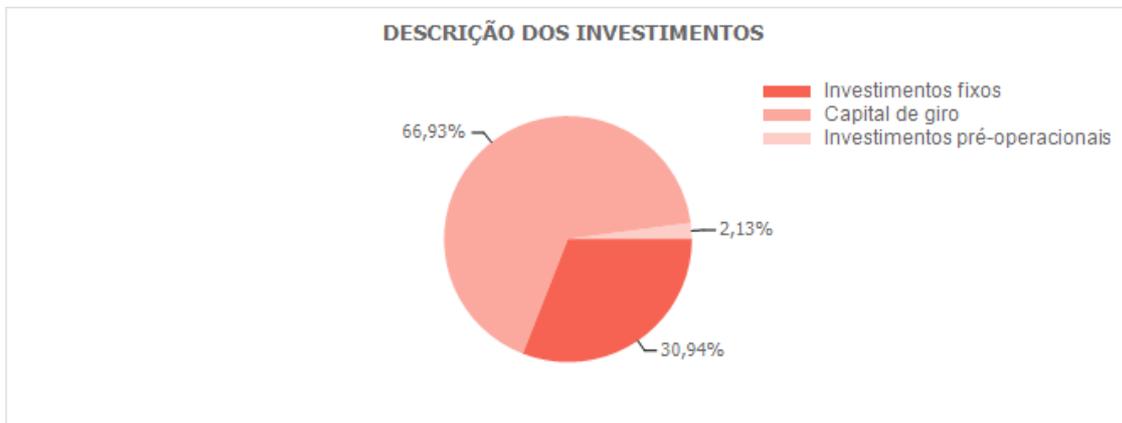
Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 8.000,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 654,03
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 8.654,03

5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 0,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 200,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 75,00
TOTAL	R\$ 275,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 4.000,00	30,94
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 8.654,03	66,93
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 275,00	2,13
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 12.929,03	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 0,00	0,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 12.929,03	100,00

FONTE DE RECURSOS

--

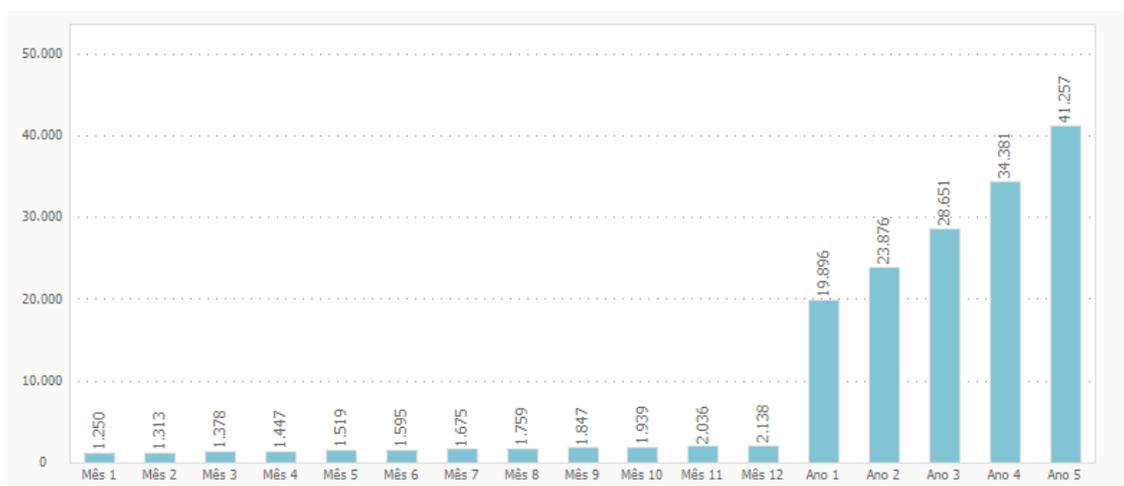
5.6 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Informações sobre filmes, séries e jogos digitais.	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2	Banners	10	R\$ 70,00	R\$ 700,00
3	Links Iniciais	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
4	Pacote Golden Ticket	30	R\$ 15,00	R\$ 450,00
TOTAL				R\$ 1.250,00

Projeção das Receitas:

- () Sem expectativa de crescimento
 (x) Crescimento a uma taxa constante:
 5,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 20,00 % ao ano a partir do 2º ano
 () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 1.250,00
Mês 2	R\$ 1.312,50
Mês 3	R\$ 1.378,13
Mês 4	R\$ 1.447,03
Mês 5	R\$ 1.519,38
Mês 6	R\$ 1.595,35
Mês 7	R\$ 1.675,12
Mês 8	R\$ 1.758,88
Mês 9	R\$ 1.846,82
Mês 10	R\$ 1.939,16
Mês 11	R\$ 2.036,12
Mês 12	R\$ 2.137,92
Ano 1	R\$ 19.896,41
Ano 2	R\$ 23.875,69
Ano 3	R\$ 28.650,83
Ano 4	R\$ 34.380,99
Ano 5	R\$ 41.257,19



5.7 - Custo unitário

Produto: Informações sobre filmes, séries e jogos digitais.

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

Produto: Banners

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

Produto: Links Iniciais

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

Produto: Pacote Golden Ticket

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

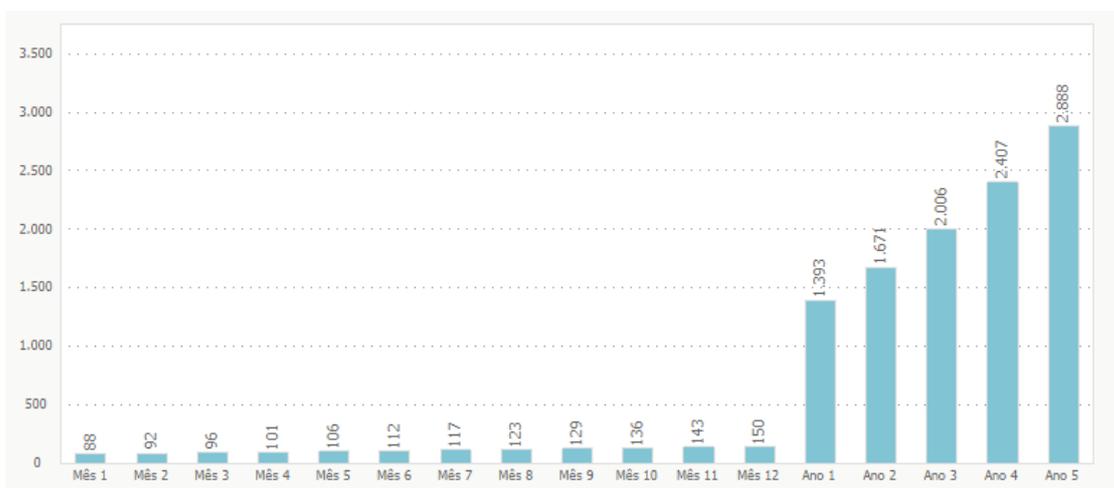
5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	5,00	R\$ 1.250,00	R\$ 62,50
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 1.250,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	2,00	R\$ 1.250,00	R\$ 25,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 1.250,00	R\$ 0,00

Total Impostos	R\$ 62,50
Total Gastos com Vendas	R\$ 25,00
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 87,50

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 87,50
Mês 2	R\$ 91,88
Mês 3	R\$ 96,47
Mês 4	R\$ 101,29

Mês 5	R\$ 106,36
Mês 6	R\$ 111,67
Mês 7	R\$ 117,26
Mês 8	R\$ 123,12
Mês 9	R\$ 129,28
Mês 10	R\$ 135,74
Mês 11	R\$ 142,53
Mês 12	R\$ 149,65
Ano 1	R\$ 1.392,75
Ano 2	R\$ 1.671,30
Ano 3	R\$ 2.005,56
Ano 4	R\$ 2.406,67
Ano 5	R\$ 2.888,00



5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Informações sobre filmes, séries e jogos digitais.	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2	Banners	10	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3	Links Iniciais	2	R\$ 0,00	R\$ 0,00
4	Pacote Golden Ticket	30	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL				R\$ 0,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 0,00
Mês 2	R\$ 0,00
Mês 3	R\$ 0,00
Mês 4	R\$ 0,00
Mês 5	R\$ 0,00
Mês 6	R\$ 0,00
Mês 7	R\$ 0,00
Mês 8	R\$ 0,00
Mês 9	R\$ 0,00
Mês 10	R\$ 0,00
Mês 11	R\$ 0,00
Mês 12	R\$ 0,00
Ano 1	R\$ 0,00
Ano 2	R\$ 0,00
Ano 3	R\$ 0,00
Ano 4	R\$ 0,00
Ano 5	R\$ 0,00



5.10 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Programador	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 500,00

Analista de Sistemas	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 500,00
Administrativo	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Design Gráfico	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL	2		1.000,00		R\$ 0,00	R\$ 1.000,00

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
COMPUTADORES	R\$ 4.000,00	5	R\$ 800,00	R\$ 66,67
Total			R\$ 800,00	R\$ 66,67

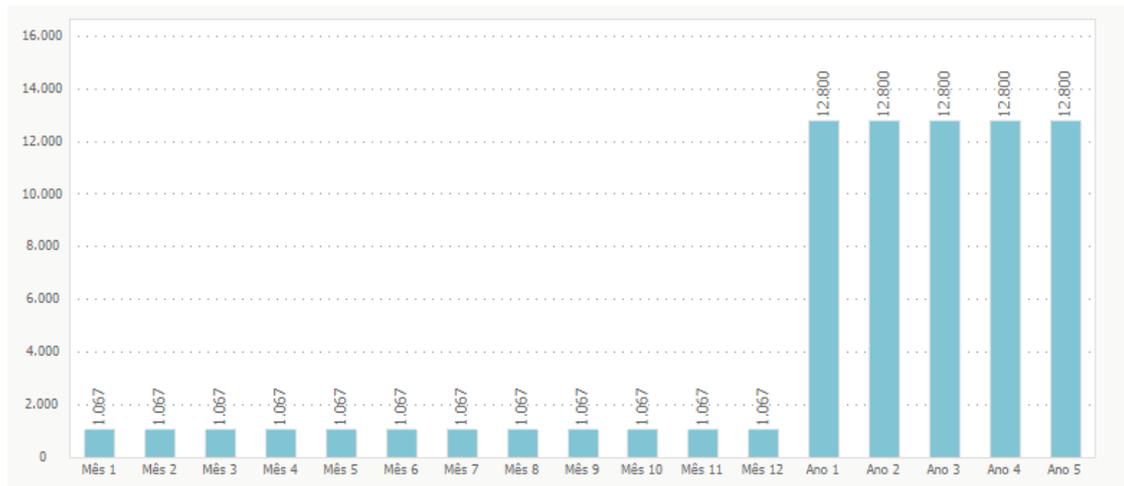
5.12 - Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 0,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 0,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 0,00
Salários + encargos	R\$ 1.000,00
Material de limpeza	R\$ 0,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 66,67
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 1.066,67

Projeção dos Custos:

- Sem expectativa de crescimento
- Crescimento a uma taxa constante:
0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 1.066,67
Mês 2	R\$ 1.066,67
Mês 3	R\$ 1.066,67
Mês 4	R\$ 1.066,67
Mês 5	R\$ 1.066,67
Mês 6	R\$ 1.066,67
Mês 7	R\$ 1.066,67
Mês 8	R\$ 1.066,67
Mês 9	R\$ 1.066,67
Mês 10	R\$ 1.066,67
Mês 11	R\$ 1.066,67
Mês 12	R\$ 1.066,67
Ano 1	R\$ 12.800,04
Ano 2	R\$ 12.800,04
Ano 3	R\$ 12.800,04
Ano 4	R\$ 12.800,04
Ano 5	R\$ 12.800,04

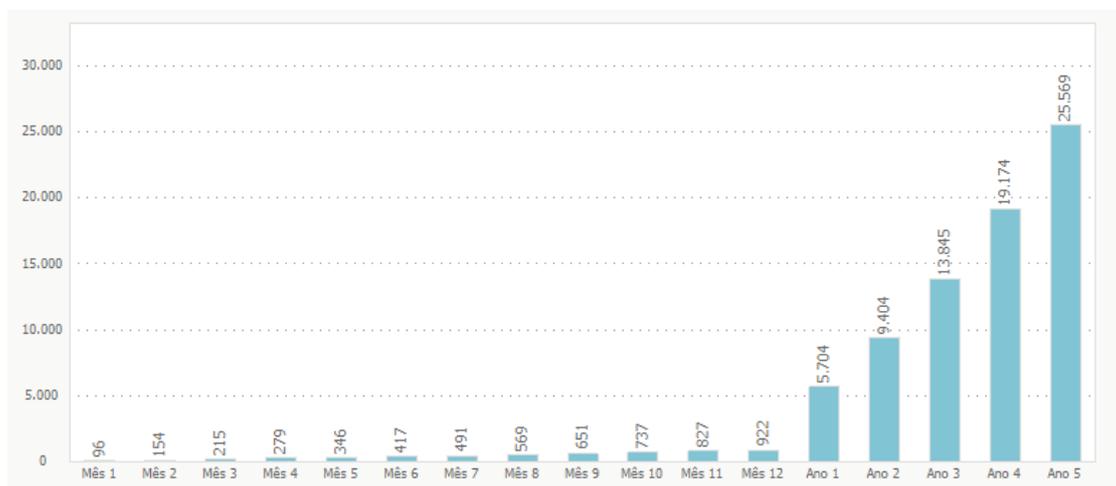


5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 1.250,00	R\$ 19.896,41	100,00
2. Custos Variáveis Totais			

2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 62,50	R\$ 994,82	5,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 25,00	R\$ 397,93	2,00
Total de custos Variáveis	R\$ 87,50	R\$ 1.392,75	7,00
3. Margem de Contribuição	R\$ 1.162,50	R\$ 18.503,66	93,00
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 1.066,67	R\$ 12.800,04	85,33
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 95,83	R\$ 5.703,63	7,67

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 95,83
Mês 2	R\$ 153,96
Mês 3	R\$ 214,99
Mês 4	R\$ 279,07
Mês 5	R\$ 346,36
Mês 6	R\$ 417,01
Mês 7	R\$ 491,19
Mês 8	R\$ 569,08
Mês 9	R\$ 650,87
Mês 10	R\$ 736,75
Mês 11	R\$ 826,92
Mês 12	R\$ 921,60
Ano 1	R\$ 5.703,62
Ano 2	R\$ 9.404,35
Ano 3	R\$ 13.845,23
Ano 4	R\$ 19.174,28
Ano 5	R\$ 25.569,15



5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ponto de Equilíbrio	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48	R\$ 13.763,48
Lucratividade	28,67 %	39,39 %	48,32 %	55,77 %	61,98 %
Rentabilidade	44,11 %	72,74 %	107,09 %	148,30 %	197,77 %
Prazo de retorno do investimento	2 anos e 4 meses				

6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 2,00 %	Receita (otimista) 20,00 %
------------------------------------	-----------------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 1.250,00	100,00	R\$ 1.225,00	100,00	R\$ 1.500,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 62,50	5,00	R\$ 61,25	5,00	R\$ 75,00	5,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 25,00	2,00	R\$ 24,50	2,00	R\$ 30,00	2,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 87,50	7,00	R\$ 85,75	7,00	R\$ 105,00	7,00
3. Margem de contribuição	R\$ 1.162,50	93,00	R\$ 1.139,25	93,00	R\$ 1.395,00	93,00
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 1.066,67	85,33	R\$ 1.066,67	87,08	R\$ 1.066,67	71,11
Resultado Operacional	R\$ 95,83	7,67	R\$ 72,58	5,92	R\$ 328,33	21,89

Ações corretivas e preventivas:

Será implantado o processo de inovações dos produtos e serviços, além de aumento no investimento divulgações.

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS Trabalhar na Internet. Buscar matérias já desenvolvidas pelos fornecedores. Rede social de filmes.	OPORTUNIDADES Concorrentes podem tornar fornecedores
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS Exposição para a cópia de concorrentes	AMEAÇAS Possibilidade de gerar novos concorrentes

Ações:

Gerar Patente para evitar cópias.

8 - Avaliação do plano

8.1 - Análise do plano

A conclusão sobre o plano realizado, é que vendo as vantagens e pontos fortes que apresenta o site, como suas facilidades como unificação de notícias do mundo "nerd", como os filmes e séries, e os comentários realizados nos posts, é de grande aceitação no mercado, como analisado. O desenvolvimento da ferramenta, é o diferencial que é encontrado no site, este buscando as notícias dos parceiros em tempo real fidelizando o que o consumidor necessita, mantendo informado sobre o conteúdo desejado. A ferramenta resultará em crescimento.

Termo de Aceite

SOFTWARE CEPN 3.0 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO

O software tem como objetivo oferecer uma ferramenta simples e prática para a elaboração de um plano de negócios. Criar uma empresa é um desafio e o plano de negócios, enquanto instrumento de planejamento, é adotado em todo o mundo, por diversas instituições e por empresas dos mais diversos porte e setores.

Um plano de negócios tem como proposta fazer com que o empreendedor seja capaz de estimar se, a partir da sua visão de futuro, experiência e conhecimento de mercado, seu projeto é viável ou não. Apesar de não eliminar totalmente os riscos, evita que erros sejam cometidos pela falta de análise.

O sistema foi preparado para orientá-lo no preenchimento de cada seção do plano a partir das informações coletadas por você. Para ajudá-lo, a ferramenta explica as etapas do plano, apresentando dicas, alertas e recomendações. Os exemplos disponibilizados são fictícios, de natureza pedagógica e trazem informações e valores meramente ilustrativos.

Informações Gerais

- Um plano de negócios não garante por si só o sucesso de uma empresa. Fatores externos também influenciam o negócio, portanto monitore ameaças e oportunidades.
- Fatores internos também determinam a existência e o crescimento de uma empresa. Esses fatores estão sob controle do empreendedor e são relacionados à implantação de controles e à uma gestão eficiente.
- Informação é a matéria-prima para qualquer ação de planejamento e quanto mais precisa for, maior será a qualidade do plano de negócios. Portanto, leia revistas especializadas, consulte associações e entidades do seu segmento, participe de feiras e cursos, faça pesquisas na Internet, converse com outros empresários, clientes, fornecedores e especialistas (consultores, contabilistas, advogados, etc.).
- O plano de negócio deve ser revisado periodicamente, pois é flexível e está sujeito a ajustes em função das mudanças no mercado ou do ambiente interno da empresa.
- Apesar do plano ser um instrumento de gestão importante, há outras ferramentas que devem ser utilizadas por você na administração da empresa.
- O plano de negócios pode ser solicitado por uma instituição financeira ou por um investidor para a captação de recursos. Entretanto, este plano não assegura a obtenção dos recursos em si, pois cada instituição tem processos próprios, requisitos e exigências.
- Um plano de negócio pode ser utilizado para obter sócios e investidores, estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo buscar recursos. Porém, o usuário mais importante do plano de negócios é o próprio empreendedor.

Temos ciência e concordamos com os termos acima.

Carlos Henrique de Almeida Hordane

Kamil Piotr Tyliczszak

Leonardo Murata Saito