

STRONG BUSINESS SCHOOL

Aparecida Soares Fialho
Camila Araujo Pessoa
Rafael Setubal
Renan Almidori Santoro
Sámeque Sarai Silva Oliveira
Vanessa Vieira da Silva
Yasmim Bittar

EXPERIENCE.TECH

SANTO ANDRÉ
2021

Aparecida Soares Fialho
Camila Araujo Pessoa
Rafael Setubal
Renan Almidori Santoro
Sámeque Sarai Silva Oliveira
Vanessa Vieira da Silva
Yasmim Bittar

EXPERIENCE.TECH

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como exigência para a
obtenção do grau de Bacharel em
Administração – STRONG BUSINESS
SCHOOL

Orientador: Prof. Eduardo Pinto Vilas
Boas

SANTO ANDRÉ
2021

COMPONENTES DE GRUPO



Camila Araújo



Aparecida Soares Fialho



Rafael Setubal



Renan Almidori Santoro



Sámeque Sarai



Vanessa Vieira



Yasmim Bittar

Cida Soares Fialho
Camila Araujo Pessoa
Rafael Setubal
Renan Almidori Santoro
Sámeque Sarai Silva Oliveira
Vanessa Vieira da Silva
Yasmim Bittar

Santo André, 07 de setembro de
2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Orientador, Eduardo Pinto Vilas Boas
STRONG BUSINESS SCHOOL

Prof. Dra. Coordenadora do Curso Superior em Administração, Danielle Guglieri
Lima
STRONG BUSINESS SCHOOL

Prof. Dr. Mário Kuniy
STRONG BUSINESS SCHOOL

Prof. Ms. Marco Antonio Frabetti
STRONG BUSINESS SCHOOL

DEDICATÓRIA

Aos nossos familiares, colegas e professores, cuja dedicação e paciência serviram como pilares de sustentação para a conclusão deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Professor Eduardo Vilas Boas, por ter nos orientado durante todo o semestre. A paciência e empenho que teve conosco foi de extrema importância para a concretização deste trabalho.

Aos professores e coordenadores do curso de Administração que nos forneceram todas as bases necessárias para a conclusão do trabalho, agradecemos com imensa admiração.

Não poderíamos deixar de expressar nossa gratidão também aos nossos familiares e amigos que em todo momento apoiaram e incentivaram e não permitiram que desistíssemos.

EPÍGRAFE

*“A menos que
modifiquemos à nossa
maneira de pensar, não
seremos capazes de
resolver os problemas
causados pela forma como
nos acostumamos a ver o
mundo”.*

- Albert Einstein

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) tem o comprometimento de criar um plano de negócios para a empresa Experience. Tech, uma instituição de ensino de tecnologia com foco na aprendizagem prática. A companhia visa integrar empresas com a necessidade de projetos de tecnologia com alunos interessados em se desenvolver na área da tecnologia por meio de atividades práticas e projetos reais. Além disso, a organização dispõe de um corpo docente que auxilia na execução e garante a qualidade dos projetos. Para provar a viabilidade do negócio foram realizados estudos e análises das viabilidades: operacional, mercadológica, capital humano e financeira; estas compõem e justificam o plano de negócio.

Palavras-chave: Experience. Tech, viabilidade do negócio, tecnologia, TI, projetos, educação, ensino.

ABSTRACT

This final paper is committed to create a business plan for the Experience. Tech company, an education institution that teach technology with practical learning.

The company aims to integrate companies in need of technology projects with students interested in learning about the technology area through practical activities and real projects. In addition, the organization has a faculty that assists in the execution and guarantees the quality of the projects.

In order to prove the viability of the business, studies and analyzes of the viability were accomplished: operational, marketing, human capital and financial; these make up and justify the business plan.

Keyword: Experience. Tech, viability of the business, technology, projects, education, teaching.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Business Model (CANVAS)	17
Figura 2 - Cadeia de Valor Experience.Tech	46
Figura 3 - Fluxograma.....	48
Figura 4 – Peça Publicitária Experience.Tech.....	67
Figura 5 - Logomarca Experience.Tech	68
Figura 6 - Organograma Experience.Tech	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Empregos em TI – Evolução no mercado formal	28
Gráfico 2 - Taxa de Crescimento do Emprego TI e Taxa de Crescimento do Emprego Formal no Brasil.....	28
Gráfico 3 - Receita Bruta e Receita Operacional Líquida das Empresas de TI.....	29
Gráfico 4 - Busca Material/ Cursos gratuitos online	39
Gráfico 5 - Perfil dos respondentes.....	40
Gráfico 6 - O que gostaria de aprender e fazer com os projetos	41
Gráfico 7 - Linguagem conhecida pelos respondentes.....	42
Gráfico 8 - O que gostaria de aprender e fazer?	42
Gráfico 9 - Interesse em obter experiência prática.....	43
Gráfico 10 - Número de Instituições de Educação Superior no Brasil	54
Gráfico 11 - Projeção número de Instituições (2019 a 2026).....	55
Gráfico 12 - Número de ME e EPP abertas no Brasil.....	56
Gráfico 13 - Projeção número de EPP e ME (2021 a 2026)	56
Gráfico 14 - Evolução do número de ingressantes no Ensino Superior.....	57
Gráfico 15 - Projeção número de Ingressantes Ensino Superior (2019 a 2026)	57
Gráfico 16 - Matrículas na educação profissional (médio técnico).....	58
Gráfico 17 - Projeção número de Ingressantes Ensino Médio Técnico (2021 a 2026)	58

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cotação imóvel para alugar	22
Tabela 2 – Comparação de concorrência - Empresas	36
Tabela 3 - Comparação de concorrência - Estudantes	37
Tabela 4 - BSC Experience.Tech.....	47
Tabela 5 – Feedbacks gerados por professor	50
Tabela 6 – Conversão de clientes por contato	50
Tabela 7 – Investimento Inicial.....	52
Tabela 8 – Despesas mensais da operação	52
Tabela 9 – Custo anual da operação	53
Tabela 10 - Estimativa de alunos	59
Tabela 11 - Estimativa empresas.....	59
Tabela 12 – Serviços ofertados	62
Tabela 13 – Valor médio por projeto	64
Tabela 14 - Meta de captação por ferramenta	65
Tabela 15 - Meta de alunos por ferramenta	66
Tabela 16 - Investimento em Eventos	66
Tabela 17 - Investimento em Marketing para parcerias com escolas	66
Tabela 18 - Estimativa de gastos com marketing	69
Tabela 19 - Descrição de cargo	70
Tabela 20 - Headcount Cargos	72
Tabela 21 – Competências	73
Tabela 22 - Níveis de Complexidade	73
Tabela 23 - Composição dos Salários por Cargo	74
Tabela 24 - Projeção dos custos de salários.....	75
Tabela 25 - Investimento Total.....	76
Tabela 26 - Faturamento Mensal	77
Tabela 27 - Custos Fixos	78
Tabela 28 - Despesas Administrativas	78
Tabela 29 - Despesas Comerciais	79
Tabela 30 - Depreciação.....	79
Tabela 31 - Cálculo Simples Nacional	80
Tabela 32 - Demonstrativo de Resultado para os próximos 5 anos	81
Tabela 33 - Fluxo de caixa para os próximos 5 anos	82
Tabela 34 - Indicadores	83

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TI – Tecnologia da Informação

TIR – Taxa Interna de Retorno

VPL – Valor Presente Líquido

TMA - Taxa Mínima de Atratividade

PJ – Pessoa Jurídica

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

EPP – Empresas de Pequeno Porte

ME – Microempresas

IFs - Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia

IES - Instituições de Educação Superior

CEFETs - Centros Federais de Educação Tecnológica

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

MBA - Master in Business Administration

Sumário

CAPÍTULO I – VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO	17
1 BUSINESS MODEL (CANVAS).....	17
1.1 Proposta de valor	18
1.2 Segmentos de mercado	18
1.3 Canais de distribuição	18
1.4 Relacionamento com clientes.....	18
1.5 Fontes de receita	19
1.6 Recursos principais.....	19
1.7 Atividades principais	19
1.8 Parcerias principais.....	20
1.9 Estrutura de custos	20
2 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO...	21
CAPÍTULO II – SUMÁRIO EXECUTIVO.....	22
1 DADOS GERAIS DO EMPREENDIMENTO	22
2 DADOS DOS EMPREENDEDORES.....	22
3 MISSÃO DA EMPRESA E OS VALORES ORGANIZACIONAIS	24
4 FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	24
5 CAPITAL SOCIAL E FONTES DE RECURSOS.....	25
CAPÍTULO III – VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....	26
1 ESTUDO DO MERCADO ALVO – DADOS SECUNDÁRIOS.....	26
1.1 Mercado Atual.....	26
1.2 Histórico do Mercado	27
1.3 Projeções Futuras	30
1.4 Tendências de Mercado.....	30
2 ESTUDO DOS CLIENTES – DADOS SECUNDÁRIOS.....	31
2.1 Identificação das Características Demográficas dos Clientes.....	31
2.2 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços das empresas	32
3 ANÁLISE DO AMBIENTE GERAL POR MEIO DO MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER	34
3.1 Estudo dos Concorrentes.....	35
3.2 Estudo dos Fornecedores	37
3.3 Estudo da Barganha dos Consumidores	37
3.4 Estudo de Novos Entrantes.....	38
3.5 Estudo de Substitutos	38
4 PESQUISA DE CAMPO	38
5 DELIMITAÇÃO DA ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL	44
5.1 Vantagem Competitiva	44

5.2	BSC – Balanced Scorecard.....	46
6	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....	47
CAPÍTULO IV – VIABILIDADE OPERACIONAL.....		48
1	PLANO OPERACIONAL.....	48
1.1	Fluxograma dos Processos Operacionais	48
1.2	Máquinas e Equipamentos Necessários Para Produção	49
1.3	Projeção da Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços	50
1.4	Principais Fornecedores.....	51
1.5	Plano Logístico e de Distribuição	51
2	ESTIMATIVA DE GASTOS	52
3	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE OPERACIONAL	53
CAPÍTULO V – VIABILIDADE MERCADOLÓGICA.....		54
1	PREVISÃO E MENSURAÇÃO DE DEMANDA	54
1.1	Demanda Concorrente e Futura.....	54
2	PLANO DE MARKETING	60
2.1	Produtos e Serviços	60
2.2	MVP – Produto Mínimo Viável.....	62
2.3	Preço	64
2.4	Promoção.....	64
2.5	Gestão da Marca.....	67
2.6	Posicionamento da Marca.....	68
3	ESTIMATIVA DE GASTOS	69
3.1	Estimativa de gastos	69
4	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DE VIABILIDADE MERCADOLÓGICA	69
CAPÍTULO VI – VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO		70
1	PROJEÇÃO DE COLABORADORES	70
1.1	Atividades	70
1.2	Organograma.....	71
1.3	Headcount.....	72
1.4	Competências	72
1.5	Níveis de Complexidade	73
2	PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS.....	74
2.1	Remuneração	74
2.2	Treinamento e Desenvolvimento	74
3	ESTIMATIVA DE GASTOS	75
4	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO NA ORGANIZAÇÃO	75
CAPÍTULO VII – VIABILIDADE FINANCEIRA.....		76
1	PLANO FINANCEIRO	76
1.1	Pressupostos da análise financeira.....	76
1.2	Cálculo do investimento total.....	76

1.3	Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos.....	77
1.4	Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis, despesas, tributação e investimentos para os próximos 5 anos	77
1.5	Demonstrativo de resultados mensal para os próximos 5 anos.....	80
1.6	Estimativa do fluxo de caixa futuro mensal para os próximos 5 anos	81
1.7	Cálculo e análise dos Indicadores de viabilidade financeira	82
2	ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE FINANCEIRA	84
	CAPÍTULO VIII – VIABILIDADE DO NEGÓCIO	85
	CAPÍTULO IX – RESUMO ESTENDIDO	Erro! Indicador não definido.
	REFERÊNCIAS	86
	APÊNDICES	89
	ANEXOS.....	99

CAPÍTULO I – VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

1 BUSINESS MODEL (CANVAS)

Na Figura 1 será exibida a proposta de negócio do site de projetos Experience.Tech. Após pesquisas foi possível analisar que há poucas ofertas em serviços de projetos focados em programação e eles são de alto custo.

Assim, a intenção é desenvolver um site onde se possa unir a necessidade das empresas em implantar projetos e a necessidade dos alunos e/ou profissionais em adquirir experiência prática na área de tecnologia.

Figura 1 - Business Model (CANVAS)

Parcerias principais  ✓ Instituições de Ensino; ✓ Associações de empresas (ACISA, SEBRAE).	Atividades principais  ✓ Criação de material para estudo; ✓ Captar alunos e empresas; ✓ Monitorar e controlar a qualidade dos projetos realizados; ✓ Realizar feedbacks para os estudantes e identificar os melhores projetos. Recursos principais  ✓ Departamentos principais: • Comercial; • Marketing; • Gestão de Pessoas; • Financeiro; • Jurídico ✓ Recursos físicos: • Instalações; • Equipamentos; ✓ Site	Proposta de Valor  ✓ Possibilitar que estudantes obtenham experiência prática; ✓ Formar uma comunidade onde os estudantes possam interagir; ✓ Criar projetos personalizados para as empresas na área de tecnologia a um preço inferior do que o mercado oferece.	Relacionamento com clientes  Alunos ✓ Feedback personalizado; ✓ Suporte profissional; ✓ Material de apoio; ✓ FAQ. Empresas ✓ Suporte pós entrega; ✓ Avaliação pós entrega; ✓ FAQ. Canais de distribuição  ✓ Site; ✓ Mídias sociais; ✓ Google ADS.	Segmento de Mercado  ✓ Estudantes; ✓ Profissionais; ✓ Pequenas e médias empresas.
Estrutura de custos  ✓ Manutenção e Desenvolvimento do site; ✓ Armazenagem de dados; ✓ Salários; ✓ Investimento em ferramentas e ações de marketing; ✓ Aluquel do espaço físico e compra de equipamentos.		Fontes de receita  ✓ Projetos realizados; ✓ Anúncios.		

Fonte: Os autores, 2021.

1.1 Proposta de valor

A proposta de valor da Experience.Tech será unir por meio de um site empresas que precisam realizar projetos de tecnologia com estudantes interessados em se capacitar e obter experiência prática neste segmento. A proposta visa a interação entre os estudantes por meio do site, além de oferecer para as empresas projetos com valor inferiores ao do mercado.

1.2 Segmentos de mercado

O foco será atender estudantes que necessitam colocar em prática os conhecimentos adquiridos em suas respectivas instituições de ensino. Bem como, profissionais que desejam ampliar seus conhecimentos em outras linguagens de programação, por meio de projetos.

Além disso, atenderá pequenas e médias empresas que precisam desenvolver projetos de tecnologia, porém não tem uma área especializada para suprir essa necessidade.

1.3 Canais de distribuição

O acesso ao conteúdo será por meio do site da empresa. A área de marketing fará ações para aumentar a visibilidade do site, investindo em canais como Google ADS e mídias sociais, para que as empresas que estejam precisando de projetos de tecnologia saibam que o site da Experience.Tech oferece este tipo de serviço. Além disso, a área comercial mapeará e entrará em contato com pequenas e médias empresas que necessitam de desenvolvimento tecnológico.

1.4 Relacionamento com clientes

A captação de clientes (estudantes) se dará por meio de parcerias com instituições de ensino e divulgação em mídias sociais. O relacionamento será via site da empresa, onde será necessário realizar um cadastro informando nome, idade, telefone, matrícula, curso e instituição de ensino. Para assim fazer parte da comunidade, no caso de não ser estudante o acesso ao site será mediante do pagamento de uma assinatura. Desta forma, será possível criar conexões entre os estudantes, o que aumentará o engajamento e fortalecerá a relação entre empresa e

cliente. Também serão disponibilizados materiais e professores que darão suporte para o desenvolvimento dos projetos disponíveis no site.

O atendimento às pequenas e médias empresas será por intermédio da área comercial que se encarregará das propostas, negociação de valores dos projetos, elaboração dos contratos - junto ao jurídico - e finalização das vendas. Antes de iniciar o desenvolvimento de um projeto, será realizada uma reunião para entender qual a necessidade e expectativa do cliente (empresas).

A Experience.Tech preza pela qualidade na relação com os clientes, assim haverá uma equipe preparada para atendê-los de forma eficiente via do telefone, e-mail e FAQ dentro do site.

1.5 Fontes de receita

A receita virá de projetos contratados pelas empresas, com valores que variam de acordo com a complexidade do que for solicitado.

Enquanto o estudante estiver matriculado em um curso ele não pagará nenhum valor para ter acesso ao site. Outra fonte de receita será o site disponibilizar espaço para anúncios.

1.6 Recursos principais

É necessário que a empresa disponha de recursos físicos, humanos e financeiros para o seu funcionamento. O espaço físico terá estrutura e equipamentos necessários para a realização do trabalho da equipe de funcionários. A área comercial será responsável pelo relacionamento com o cliente; o marketing fará a divulgação da empresa e ações de captação de parceiros e clientes; a área de Recursos Humanos fará a gestão dos funcionários como um todo; o financeiro fica responsável por garantir uma boa gestão dos recursos e por fim, a área jurídica ficará responsável – junto ao comercial – pela elaboração dos contratos com as empresas e questões legais no geral.

1.7 Atividades principais

A empresa será focada na experiência do cliente, tanto empresa quanto estudantes. Assim nossas atividades principais serão:

- Criação de material para estudo;

- Capacitação dos estudantes para desenvolverem projetos;
- Captar estudantes e empresas;
- Monitorar e controlar a qualidade dos projetos realizados;
- Realizar feedbacks para os estudantes e identificar os melhores projetos.

1.8 Parcerias principais

A principal parceria para captar os estudantes é com instituições de ensino em geral. A instituição indicaria o site da Experience.Tech aos seus alunos para que eles colocassem em prática todo o conhecimento adquirido. A quantidade de alunos da comunidade dentro do site aumenta de acordo com o aumento das parcerias com as instituições.

Já para a captação de empresas o parceiro serão as associações de empresas (ACISA, SEBRAE) que indicarão pequenas e médias empresas que necessitam de algum projeto no âmbito tecnológico.

1.9 Estrutura de custos

A estrutura de custos será distribuída da seguinte forma: desenvolvimento e manutenção do site, além da armazenagem de um banco de dados. Ademais, haverá os custos com a remuneração e benefícios dos funcionários e terceiros da empresa; aluguel do espaço físico; compra de equipamentos e investimento em ferramentas e ações de marketing. Toda essa distribuição é pensada para que o negócio tenha sucesso e traga retorno financeiro.

2 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

Atualmente o mercado brasileiro de Tecnologia de Informação apresenta um déficit de profissionais, de acordo com o “CanalTech¹” essa diferença chega à ordem de 25 mil.

Essa falta de mão de obra faz com que diversas empresas tenham que contratar mão de obra do exterior ou realizar treinamentos internos para suprir sua demanda.

Além disso, no âmbito acadêmico, aqueles que se formam ainda apresentam dificuldade para entrar no mercado de trabalho visto que, de acordo com Rodrigo Terrom, COO da Rocketseat, em depoimento para a matéria do site “Correiobraziliense²”: “A tecnologia que é utilizada hoje pode, daqui a dois anos, ser obsoleta”, alerta. Ele aponta que as instituições de ensino superior, por vezes, formam profissionais que não estão preparados para o mercado. Dessa forma, assim que pegam o diploma, estão com conhecimento desatualizados”.

Pensando no problema exposto acima, a Experience.Tech foi criada com a pretensão de solucionar esse déficit. Desenvolvendo um site que sirva para intermediar a negociação entre empresas que necessitam de mão de obra para realizar projetos de TI e estudantes interessados em se capacitar com conteúdo teórico e experiência prática na realização desses projetos.

Esse projeto realizado pelos estudantes, se aprovado e utilizado pela empresa, resultaria em uma remuneração ao seu criador e a rentabilização do negócio viria a partir de uma taxa cobrada em cima do valor do projeto. De maneira que seria pago pela empresa, mantendo o estudante apenas como ofertante de sua mão de obra.

Além da realização do projeto o site possibilita uma relação entre as empresas e os estudantes, que a partir dos projetos e portfólios possibilitaria a comunicação entre estes e eventualmente uma contratação.

Sendo assim, o projeto é viável conforme análise do Business Model Canvas, pois a Experience.Tech dará a oportunidade de estudantes obterem experiência prática e de empresas terem acesso a projetos de tecnologia a um preço inferior em relação ao que o mercado oferece.

¹ Disponível em: <https://canaltech.com.br/carreira/pesquisa-preve-carencia-de-408-mil-profissionais-de-ti-ate-2022-189998/>. Acessado em: 11/08/2021

² Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/euestudante/trabalho-e-formacao/2021/05/4926392-apagao-na-area-de-ti-sobram-vagas-mas-falta-mao-de-obra.htm>. Acessado em: 11/08/2021

CAPÍTULO II – SUMÁRIO EXECUTIVO

1 DADOS GERAIS DO EMPREENDIMENTO

A Experience.Tech será uma empresa que disponibilizará material para estudantes que visa desenvolver na prática suas habilidades em programação, além de oferecer a empresas (pequenas e médias) projetos de menor custo e acessível.

A sede física estará localizada na cidade de São Caetano, a escolha foi baseada depois de um levantamento de valores de aluguel *versus* metro quadrado³ na região do ABC.

O atendimento aos alunos será pelo site, que dará aos usuários o acesso a conteúdos como materiais de aprendizado e participação na criação de projetos, o relacionamento com os estudantes será remoto via telefone, e-mail e FAQ dentro do site. Para as empresas terá à disposição o site que contará com modelos de projetos relacionados à tecnologia e o atendimento poderão ser tanto presenciais quanto remoto. Na tabela 1 é possível verificar tal levantamento.

Tabela 1 - Cotação imóvel para alugar

LOCAL	M ²	VALOR DO ALUGUEL
Jardim Park Business Av: Industrial, 780 - Jardim Santo andré - SP	37m ²	R\$ 3.666,00
Cond. Marco Zero Mix Mbigucci Av: Kennedy, 123 - Jardim do Mar São Bernardo do Campo - SP	36m ²	R\$ 1.710,00
Cond. Executivo JK Av: João Ramalho, 170 Centro - Santo André - SP	43 ²	R\$ 2.280,00
Network Business Tower Alameda Terracota, 185 Ceramida- São Caetano do Sul - SP	54,5m ²	R\$ 2.460,00

Fonte: Autores, 2021.

2 DADOS DOS EMPREENDEDORES

Todos os sócios da Experience.Tech cursam atualmente o oitavo ciclo de bacharelado em Administração de Empresas na instituição de ensino STRONG

³ Disponível em: <https://www.vivareal.com.br/imovel/sala-comercial-jardim-bairros-santo-andre-com-garagem-37m2-venda-RS296000-id-2537368285/> Acesso em: 01/11/2021

Business School.

Além disso, todos os sócios terão poder de decisão e poderão ser acionados para resolução de problemas, exceto Yasmim Bittar que além de sócia atuará como CEO da Experience.Tech.

Os membros atuarão como investidores e conselheiros do negócio na tomada de decisão. Composto por:

- Camila Araujo Pessoa - Atuação na área de planejamento financeiro na CVC Corp, trabalhando nas análises e processos de fechamento do resultado.
- Cida Fialho – Supervisora de Vendas no ramo de e-commerce, há 2 anos na Construções Baradel, atuando no planejamento de estratégias de promoção e propaganda, acompanhamento dos pedidos, negociação de preços e coleta de indicadores do mercado consumidor.
- Rafael Setubal – Atuação na área de gerenciamento de projetos na Associação Comercial e Industrial de Santo André, realizando o gerenciamento do Programa Empreender, um conjunto de Núcleo Setoriais e Multisetoriais de empresários que se unem para realizar ações conjuntas visando tornar suas respectivas empresas mais competitivas e eficientes, solucionando suas principais demandas em conjunto por meio do associativismo. Principais atividades: organizar e elaborar pautas para as reuniões, providenciar as respostas as necessidades levantadas pelos empresários e auxiliar o processo democrático de tomada de decisão do Núcleo.
- Renan – Monitor dos cursos de atualização; pós graduação e MBA Executivo do Instituto de Ensino e Pesquisa do Hospital Israelita Albert Einstein. Atuando como mediador para com os docentes, alunos e coordenação. Contribuindo para eficácia do aprendizado dos alunos e facilitando a comunicação entre docentes; coordenadores e alunos.
- Sámeque Sarai – Analista de cursos de pós-graduação e MBA Executivo do Instituto de Ensino e Pesquisa do Hospital Israelita Albert Einstein. Responsável pelo processo seletivo de todos os cursos da

área de Gestão do Ensino Einstein; apoio aos coordenadores; atendimento aos alunos; gestão dos monitores da área; gestão de evasão e inadimplência; e pagamentos de docentes/coordenadores.

- Vanessa Vieira- Analista em atendimento ao cliente há 15 anos, no Grupo Carrefour.
- Yasmim Bittar - Atuação na área de riscos há 2 anos da Porto Seguro com o objetivo de criar/monitorar ferramentas automatizadas que encontrem possíveis lavadores de dinheiro relacionados com a companhia (clientes, fornecedores, prestadores, funcionários etc.). Foco em automatizar vigilâncias exigidas pelos órgãos COAF, BACEN e SUSEP e a criação de regras internas que evitem perda de capital da companhia.

3 MISSÃO DA EMPRESA E OS VALORES ORGANIZACIONAIS

A Experience.Tech tem como missão disponibilizar conteúdo referente a linguagem de programação, possibilitando assim desenvolver novas habilidades e criar experiências incríveis aos usuários e promover soluções de sucesso com foco em desenvolvimento tecnológico para as empresas.

Como Valor, terá como prioridade a Qualidade, Praticidade, Inovação, Confiabilidade.

4 FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A empresa Experience.Tech durante os três primeiros anos será enquadrada, na tributação Simples Nacional – Lei Federal nº 9.317/1996 cujo objetivo é facilitar o recolhimento de contribuições das microempresas e médias empresas e a partir do seu quarto ano pode ser enquadrada no Lucro Presumido, com um faturamento anual acima do limite do Simples Nacional de R\$ 4,8 milhões.

A forma jurídica será a Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada de acordo com o artigo 1.052 do Código Civil, onde a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela

integralização do capital social. Cada um dos sete sócios terá responsabilidade de 14,28%.

Para dar garantia publicidade, autenticidade, segurança e eficácia aos atos, o registro público será feita na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP), que tem como responsabilidade realizar e armazenar os registros de atividades ligadas a empresa e com emissão do Número de Identificação de Registro de Empresa (NIRE), o principal documento usado para emissão do CNPJ da empresa.

5 CAPITAL SOCIAL E FONTES DE RECURSOS

Para dar início às operações da Experience.Tech, terá como montante o valor de R\$ 160.216,00 (cento e sessenta mil e duzentos e dezesseis reais) de capital social. Dessa forma, com quotas igualitárias de 14,28%, onde cada um dos sócios contribuirá com o valor de capital próprio de R\$ 22.888,00 (vinte e dois mil e oitocentos e oitenta e oito reais). Os recursos para a manutenção e operação virão a partir dos projetos futuros.

CAPÍTULO III – VIABILIDADE ESTRATÉGICA

1 ESTUDO DO MERCADO ALVO – DADOS SECUNDÁRIOS

Os dois principais mercados-alvos da Experience.Tech serão o de educação e o de pequenas e médias empresas. O setor de educação abrange escolas públicas, privadas, técnicas, faculdades, centros universitários e universidades. Com essa cooperação entre instituições de ensino e a Experience.Tech será possível o desenvolvimento da experiência prática na área de programação, além de possibilitar a interação e o engajamento desses estudantes.

O segundo mercado-alvo serão as pequenas e médias empresas que ainda não têm uma área de T.I para desenvolver projetos ligados a tecnologia como, por exemplo, automatização de processos, criação de sites e/ou aplicativos. Como resultado da parceria com a Experience.Tech, essas empresas poderão realizar esses projetos com um menor investimento comparado a empresas do mercado que oferecem esse tipo de serviço e ainda contribuirão para o desenvolvimento dos estudantes.

1.1 Mercado Atual

Com a velocidade do desenvolvimento tecnológico, as empresas cada vez mais precisam adaptar-se a esse novo tempo a fim de conseguirem estar à frente do mercado e ganharem escalabilidade. Hoje, abraçar intensamente as inúmeras vantagens e oportunidades que a tecnologia proporciona não é uma questão de opção, e sim um diferencial competitivo fundamental.

O número de vagas para a área de TI vem crescendo massivamente, e é isso que mostra um levantamento feito pela GeekHunter⁴, startup de consultoria. O setor teve um aumento de vagas abertas de 310% no ano de 2020, e a estimativa é de que até 2024 haverá a criação de aproximadamente 420 mil novas vagas, tornando a área de TI uma das mais importantes e influentes no mercado.

Apesar da crescente oportunidade de empregos criada nos últimos anos, as empresas ainda sofrem, e muito, com a baixa qualificação dos profissionais dessa

⁴ Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/setor-de-ti-tem-crescimento-de-310-das-vagas-no-ultimo-ano> . Acessado em: 02/09/2021

área. A conferência Brazil at Silicon Valley⁵ fez um levantamento que mostra que 35% dos cursos da área de TI não cumprem requisitos básicos pedidos pelo mercado, o que exemplifica um pouco o porquê dessa falta de mão de obra especializada.

Complementando a análise sobre o mercado atual, foram estudados os dois principais mercados-alvos da Experience.Tech. Segundo o Censo de Educação Superior (2018) ⁶realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), o número de instituições cresceu 3,6% em relação ao ano de 2017. O total de instituições de educação superior (IES) em 2018 era de 2.537, sendo que 88,2% deste total é privada e o restante divide-se entre instituições estatuais, federais e municipais. Enquanto neste mesmo ano o total de microempresas (ME) e de empresas de Pequeno Porte (EPP) abertas foram de 570.160 segundo estudo do Observatório MPE realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)⁷.

1.2 Histórico do Mercado

De acordo com o estudo, Overview⁸ do Setor de Tecnologia da Informação, feito pela Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro, Softex, o número de profissionais de TI teve um crescimento progressivo de 83% durante o período de 2007 até 2015, atingindo um pico de 443.503 profissionais.

Nos anos subsequentes houve uma queda de 6,8% dos empregos, mas que mesmo assim manteve o aumento do número de profissionais num alto patamar, fechando o período de 2007 até 2017 com 415.166 empregos, um crescimento de 72% em todo o intervalo de 10 anos, como é possível ver no Gráfico 1.

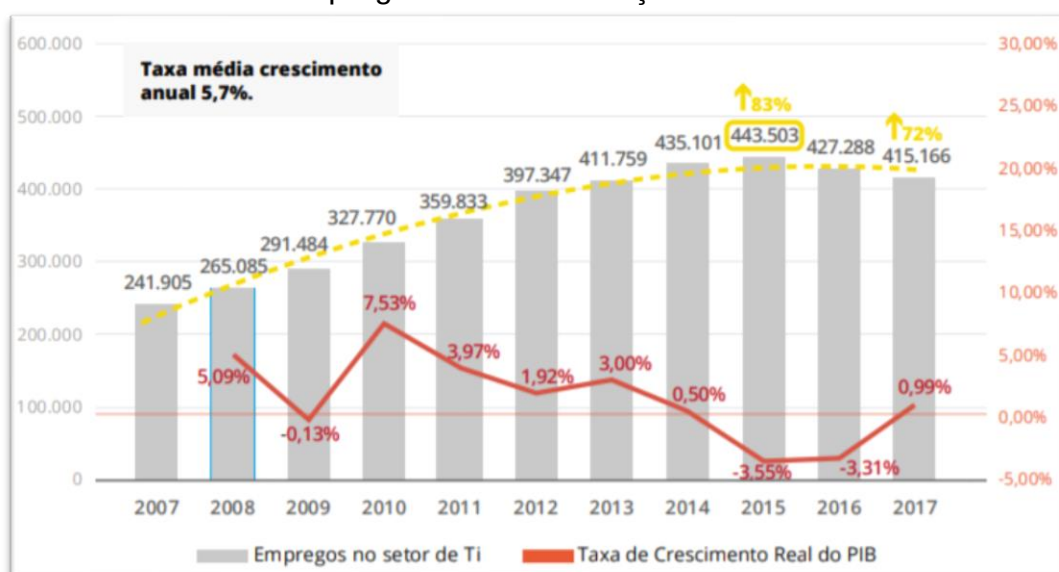
⁵ Disponível em: <https://www.infonova.com.br/gestao-de-equipes/profissionais-ti-qualificados/> .
Acessado em: 03/09/2021

⁶ Disponível em:
https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/resumo_tecnico_censo_da_educacao_superior_2018.pdf acessado em: 02/10/2021

⁷ Disponível em:
[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2d2332f20f744c53a98504e1e8b3c197/\\$File/30586.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2d2332f20f744c53a98504e1e8b3c197/$File/30586.pdf) Acesso em: 02/10/2021.

⁸ Disponível em: <https://www.contic.org.br/wp-content/uploads/2019/06/SOFTTEX-2019-Overview-do-Setor-de-Tecnologia-da-Informacao-Brasileiro.pdf>. Acessado em: 03/09/2021

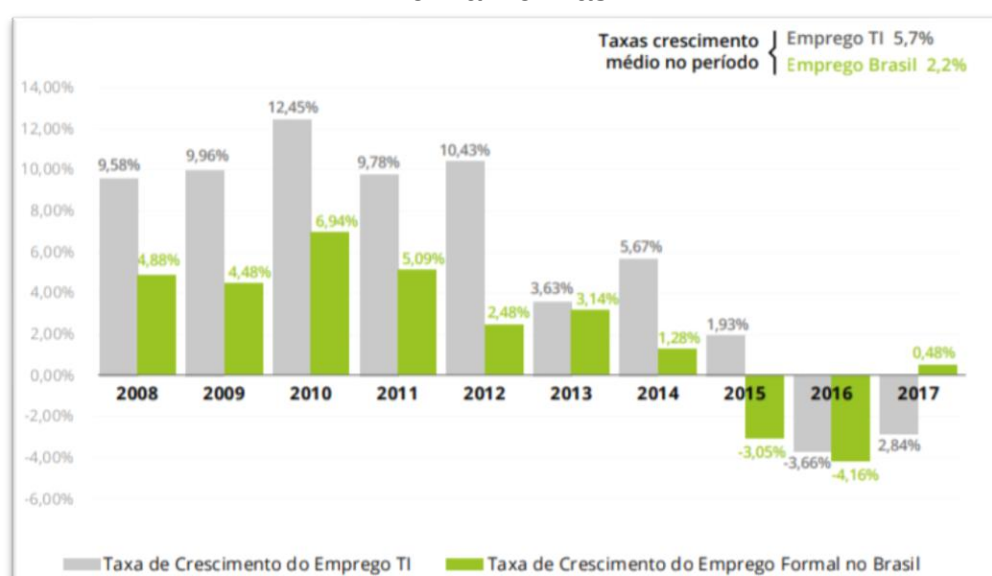
Gráfico 1 - Empregos em TI – Evolução no mercado formal



Fonte: Softex, 2019

O estudo também compara o crescimento do emprego formal no Brasil como um todo. É possível observar no Gráfico 2 que o setor de TI cresceu mais que a média de empregos de maneira geral, sendo que a taxa média de crescimento do emprego formal em TI no período foi mais que o dobro do crescimento médio dos empregos formais na economia de maneira geral.

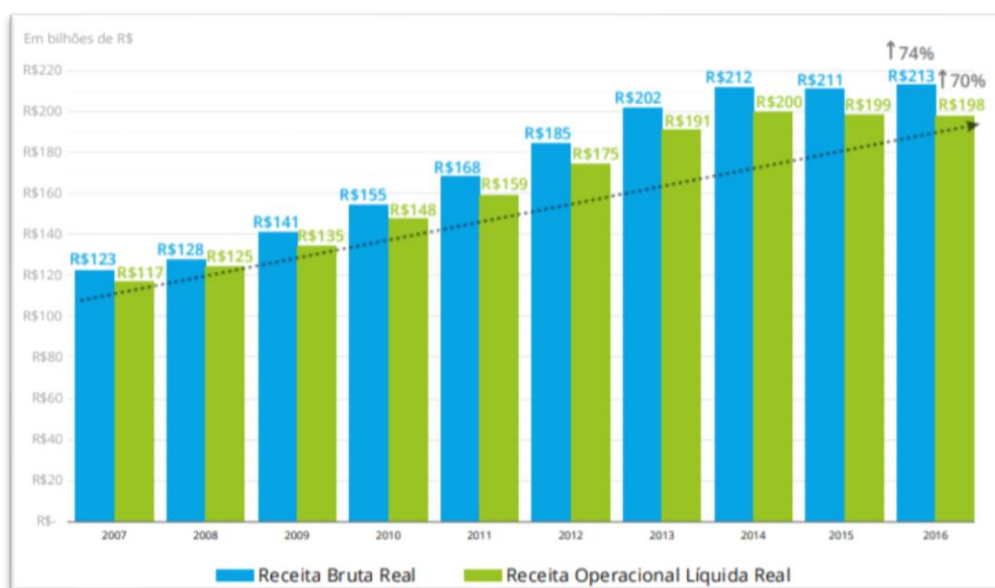
Gráfico 2 - Taxa de Crescimento do Emprego TI e Taxa de Crescimento do Emprego Formal no Brasil



Fonte: Softex, 2019

Outro fator que demonstra esse aquecimento no mercado de TI é o crescimento do faturamento das empresas, a Receita Bruta das empresas de TI saltou de R\$123 bilhões em 2007 para R\$213 bilhões em 2016, crescimento de 74%. Quanto à Receita Operacional Líquida ela teve aumento de 70%, passando de R\$117 milhões em 2007 para R\$198 milhões em 2016, como é possível observar no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Receita Bruta e Receita Operacional Líquida das Empresas de TI



Fonte: Softex, 2019

De acordo com outro estudo⁹ realizado pela própria Softex, entre os anos de 2010 e 2020, o Brasil teve perdas acumuladas de R\$167 bilhões devido à carência de profissionais qualificados em TI.

Os dados históricos do mercado de TI mostram que o Brasil está se tornando cada vez mais dependente da tecnologia, o que faz a oferta de emprego aumentar, o grande ponto nesse mercado é como já foi dito, a falta de mão de obra qualificada para esse tipo de trabalho, como explicitado no histórico de mercado e mercado atual.

⁹ Disponível em: <https://canaltech.com.br/carreira/pesquisa-preve-carencia-de-408-mil-profissionais-de-ti-ate-2022-189998/>. Acessado em: 11/08/2021

1.3 Projeções Futuras

Diante do cenário pandêmico atual, o mercado precisou antecipar seus planos de modernização, ou até mesmo criar um. De um dia para o outro as escolas tiveram que implementar o estudo remoto e as empresas passaram a adotar o trabalho via home office. Com isso, é possível notar que a tecnologia já é, e continuará sendo, cada vez mais presente na vida não só dos profissionais, mas de toda uma geração. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹⁰, a área de Tecnologia da Informação (TI) deve ter até o ano de 2024, cerca de 290 mil vagas em aberto.

Apesar da crescente abertura de vagas na área, um estudo da Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom) revela que o setor enfrenta um grande problema quanto a grande quantidade de vagas disponíveis e a falta de mão de obra qualificada. Até 2024 a busca por profissionais com habilidades digitais chegará a 70 mil por ano no País, mas o número de formados na área será de 46 mil¹¹.

1.4 Tendências de Mercado

Se tratando de tecnologia as tendências são muitas, tendo em vista que é um mercado com muita expansão e que a cada dia se moderniza mais e mais. A pandemia do coronavírus gerou um forte impacto na inovação e transformação digital no mundo dos negócios e no dia a dia da população, isso tudo a nível global.

Tendo em vista este cenário as empresas começam a buscar por maiores inovações para alcançarem maiores resultados e melhorar sua eficiência, e isso acaba gerando uma demanda maior por cursos na área de TI.

Devido a essa constante modernização é incerto o que será cobrado pelas empresas aos seus funcionários ou possíveis candidatos, e é nesse cenário que a Experience. Tech pretende contribuir, sempre atualizando seus cursos de acordo com a cobrança e demanda do mercado, desenvolvendo o conhecimento de estudantes que pretende adentrar a esse mercado.

A Experience. Tech pretende acompanhar as mudanças constantes que

¹⁰ Disponível em: <https://www.folhape.com.br/economia/estudo-revela-que-falta-mao-de-obra-qualificada-no-setor-de-tecnologia/128753/> acessado em: 02/09/2021.

¹¹ Disponível em: <https://www.folhape.com.br/economia/estudo-revela-que-falta-mao-de-obra-qualificada-no-setor-de-tecnologia/128753/> Acesso em: 02/09/2021.

acontecem no mercado de TI e principalmente no de programação, como por exemplo a Internet of Behavior, que a cada dia mais vai ganhando seu espaço nas empresas que necessitam de gerar um relacionamento mais próximo e pessoal com seus clientes, ou o Automated Machine Learning que tem como objetivo automatizar as tarefas demoradas e iterativas do desenvolvimento de machine learning.

2 ESTUDO DOS CLIENTES – DADOS SECUNDÁRIOS

Conhecer o cliente é indispensável para o sucesso de qualquer negócio. Somente compreendendo bem o público-alvo é que qualquer empresa terá condições de estabelecer uma comunicação eficiente, podendo assim definir um planejamento estratégico e desenvolvendo produtos e serviços para atender às necessidades específicas.

2.1 Identificação das Características Demográficas dos Clientes

Investir em qualificação profissional também é pensar na carreira a longo prazo, por esta razão a Experience.Tech terá como objetivo oferecer serviços e/ou produtos relacionados a tecnologia da informação para estudantes de educação profissional, tecnólogo e bacharelado bem como para Microempresa (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP).

➤ Características Demográficas de Estudantes

Segundo o censo realizado pelo Inep/Mec apresentado pelo site Abras¹² o total de alunos matriculados na educação profissional que engloba cursos de qualificação, habilitação técnica e tecnológica, e de pós-graduação (EPT)¹³ em 2019 no Brasil foi de 1.914.759 evidenciando um crescimento para 2020 onde total foi de 1.936.094. O estudo¹⁴ em relação ao ensino Tecnólogo (conhecido também como graduação tecnológica com duração de dois a três anos) aponta um total de 212.037 de concluintes no Brasil no ano de 2020. Já os cursos de bacharelado têm 8,4 milhões

¹² Disponível em: <https://abres.org.br/estatisticas/> Acesso em: 28/09/2021

¹³ Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/educacao-profissional-e-tecnologica-ept#:~:text=A%20educa%C3%A7%C3%A3o%20profissional%20e%20tecnol%C3%B3gica,e%20na%20vida%20em%20sociedade>. Acesso em: 27/10/2021

¹⁴ Disponível em <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/afinal-curso-tecnologo-tem-reconhecimento-de-nivel-superior> Acesso em: 27/10/2021

de estudantes matriculados em 2018, o estudo por sua vez aponta que cerca de (57%) são do sexo feminino totalizando 4.817.096, sendo assim (43%) das matrículas é composto pelo sexo masculinos sendo 3.882.904. Ao observar a faixa etária viu-se que, há 23.343 jovens com menos de 18 anos (0,27%). entre 18 e 24 anos são 4.323.580 (51,16%), de 25 a 29 anos são 1.614.821 (19,1%), de 30 a 39 anos são 1.664.336 (19,69%) e de 40 a 64 anos, 815.805 (9,65%).

➤ **Características de Empresas (clientes)**

Segundo dados expostos pelo SEBRAE¹⁵ o Brasil tem cerca de 6.586.497 Microempresa (ME) sendo que a receita bruta para este porte de empresa deve ser igual ou inferior a 360 mil, já para Empresas de pequeno porte (EPP) o número chega a 896.336 que por sua vez sua receita deve ser superior a 360 mil e igual ou inferior a 4800 milhões¹⁶. Os setores que mais abriram unidades relacionadas a Microempresas (ME) foram: serviços de escritório e apoio administrativos sendo (20.398), comércio varejistas de vestuário e acessórios (16.786) e restaurantes e similares com um total de (13.124). Por sua vez Empresas de pequeno porte (EPP) tiveram seus setores abertos em: serviços de escritório e apoio administrativos (3.108), construção de edifícios (2.617) e varejista com total de (2.469)¹⁷.

2.2 Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir os produtos ou serviços das empresas

A tomada de decisão em utilizar um serviço ou produto envolve diversos fatores por vezes de alta complexidade por isso a importância da identificação dos motivos que levam clientes usufruir de um serviço ou produto.

Sobre o processo de decisões de compra e apresentado por Kotler e Keller (2012), o consumidor tende a passar por cinco estágios sendo eles, reconhecimento do problema, busca das informações, avaliação das alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra.

A seguir será descrita as decisões de compra dos dois segmentos de clientes

¹⁵ Disponível em: <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas-11-05-2020/> Acessado: 26/10/2021.

¹⁶ Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acessado: 28/10/2021

¹⁷ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/mais-de-620-mil-micro-e-pequenas-empresas-foram-abertas-em-2020> Acessado: 26/10/2021.

da Experience.Tech.

➤ **Estudantes (clientes)**

Reconhecimento do problema ou da necessidade – estudantes da área de tecnologia que ao buscar por vagas relacionadas ao seu curso se depara com a falta de experiência exigida por este setor, visto que profissionais com maior capacitação são mais valorizados.

Busca das informações – aqui o estudante pensando na necessidade de colocar em prática as teorias adquiridas pede orientação para seus professores ou passa a pesquisar na internet opções para se autodesenvolver, uma vez que as instituições de ensino serão parceiras da Experience.Tech o aluno será orientado sobre a existência do site, além disso a divulgação do site da empresa será feita por mídias sociais e Google ADS.

Avaliação das alternativas – Esse é o momento que o estudante julga suas escolhas com base nas características que são primordiais para si, como facilidade de navegação pelo site, conteúdo disponível para o desenvolvimento do projeto proposto e avaliação de outros usuários. Assim sendo a Experience.Tech pensando em aumentar a capacitação de estudantes (usuários) terá como diferencial disponibilizar projetos reais voltados para programação tecnológica.

Decisão de compra – Para ter acesso ao site será necessária realizar um cadastro no site da empresa, depois desenvolver um projeto para iniciantes, assim, após avaliação do setor técnico o estudante terá acesso aos projetos postado previamente para então escolher aquele que julga ser mais compatível com suas preferências.

Comportamento pós-compra – O estudante terá à disposição uma equipe para dar feedbacks auxiliando e sanando as dúvidas via site. O propósito das equipes é acompanhar o desenvolvimento da realização, uma vez que Experience.Tech preza pela qualidade e pontualidade.

➤ **Empresas (clientes)**

Reconhecimento do problema ou da necessidade – Quando o concorrente implementa um sistema claramente irá ganhar vantagem competitiva, assim sendo a reação para não ficar em desvantagem é investir em tecnologia. Empresas que focam

em desenvolvimento tecnológico se tornam mais ágeis, econômicas e eficazes, além disso deixar os serviços automatizados utilizando dados como fator estratégico possibilita melhorar o posicionamento diante de um mercado muito competitivo.

Busca das informações – Ao se deparar com tal necessidade as empresas passam a buscar informações de como melhorar e/ou automatizar seus processos e serviços via internet ou por indicação, sendo assim a divulgação da Experience.Tech irá acontecer de duas maneiras, por meio de mídias sociais como Instagram e Google ADS e pelo setor comercial que entrará em contato com pequenas e média empresas divulgando o serviços da empresa.

Avaliação das Alternativas – Neste momento que as empresas (clientes) fazem suas escolhas com base em suas necessidades, observam o preço, prazo de entrega e se os projetos disponíveis no site vão de encontro a resolução do problema, assim sendo a Experience.Tech tem como diferencial oferecer projetos de desenvolvimento tecnológico com custo menor do que o mercado oferece, pois devido as parcerias com instituições de ensino isso será viável, além de dispor de uma equipe técnica que prestará assistência na implementação dos projetos.

Decisão de compra – Depois de considerar todas as opções disponíveis, estando pronto para decidir que a solução que melhor se enquadra com sua necessidade. A empresa (cliente) pode escolher entrar em contato via telefone ou e-mail quando será marcado uma reunião com o representante da Experience.Tech para que possa expor qual tipo de projeto deseja adquirir.

Comportamento pós-compra – Pensando nos benefícios para obter maior fidelização, a empresa vai oferecer aos seus clientes apoio na implementação do projeto escolhido, treinamento para utilização e suporte técnico.

3 ANÁLISE DO AMBIENTE GERAL POR MEIO DO MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER

As 5 forças de Porter é um modelo criado por Michael Porter que facilita no entendimento da posição de uma empresa no mercado, indicando quais são seus pontos positivos e negativos. De acordo com Marcelo Nakagawa¹⁸, a ferramenta auxilia o empreendedor a encontrar o melhor posicionamento diante do mercado

¹⁸ Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_5-Forcas-Porter.PDF Acesso em: 07/09/2021

competitivo.

3.1 Estudo dos Concorrentes

Como a empresa tem dois tipos de clientes: os alunos do site e as empresas que necessitam de projetos, ela também tem dois tipos de concorrentes. São seus concorrentes:

Empresas que fornecem projetos de tecnologia para pequenas e médias empresas;

Empresas que fornecem conhecimentos de tecnologia para estudantes.

Em relação aos concorrentes que fornecem projetos de tecnologia para pequenas e médias empresas, os líderes deste mercado são *marketplaces* de profissionais de tecnologia, como a 99freelas ou workana.

Assim como a Experience.Tech, a 99freelas e a workana disponibilizam um espaço no site para os clientes realizarem uma publicação de suas necessidades. O foco destes concorrentes é realizar a integração entre o cliente e o profissional de tecnologia, exigindo do cliente uma análise detalhada para a escolha de um profissional adequado que desenvolva o projeto da forma mais eficiente. Porém empresas pequenas em desenvolvimento, em muitos casos, ainda não tem os conhecimentos necessários para escolher o profissional mais adequado para a realização do trabalho.

A Experience.Tech oferece um serviço de conforto para o cliente, que só terá de agrupar as informações necessárias para a realização do projeto no primeiro contato com o site. Depois, cabe à empresa escolher qual será o projeto ideal para a empresa, e realizar toda a comunicação com os responsáveis a desenvolver o projeto.

Além disso, a empresa conta com valores abaixo do mercado. Como os responsáveis pela realização dos projetos não são remunerados financeiramente pelo seu trabalho, é possível definir um menor preço para os projetos, sem perder a qualidade do produto.

Em relação à garantia do produto, a empresa trabalha de forma semelhante aos seus concorrentes. O custo do projeto é definido após a postagem no site e o pagamento do cliente é realizado antes do início do desenvolvimento do projeto. Este valor é armazenado pelo site e caso o problema não seja solucionado, o dinheiro é devolvido. Na tabela 2 comparou-se as funcionalidades que a concorrência oferece e

o que a Experience.Tech irá oferecer aos usuários.

Tabela 2 – Comparação de concorrência - Empresas

FUNCIONALIDADES	EMPRESA	CONCORRENTES		Índice de inovação por ferramenta
	Experience.Tech	99freelas	Workana	
Atendimento personalizado	Sim	Não	Não	100%
Preço abaixo do mercado	Sim	Não	Não	100%
Garantia do produto final ou retorno do valor pago	Sim	Sim	Sim	0%
Plataforma em Português	Sim	Sim	Sim	0%
Índice de inovação por concorrente	-	50%	50%	

Fonte: Autores, 2021.

Já em relação aos outros concorrentes, aqueles que atendem aos clientes que são pessoas físicas interessadas em ter maiores conhecimentos na área de tecnologia, a concorrência é extremamente alta. Como existe uma alta procura em conhecimento na área, existe também uma grande quantidade de sites oferecendo este serviço. Os principais concorrentes são empresas como a Udemy e a Alura.

A fidelidade destes clientes do site é conquistada através do conhecimento e a experiência prática oferecida no site, com os materiais, com a realização do projeto e com o feedback após a realização dos projetos.

Seus concorrentes têm a estratégia focada em gerar aprendizado com aulas gravadas e exercícios de fixação. Já o site Experience.Tech, gera aprendizado por meio da experiência dos usuários, que colocam em prática suas habilidades e aprendem com os erros e feedbacks fornecidos pelos professores. Assim, o site prepara seus usuários para o mercado de trabalho. Então após a finalização de um projeto eficiente, o cliente já tem a experiência semelhante à de um profissional do mercado.

Empresas de aprendizagem costumam cobrar de seus alunos pelo fornecimento do conhecimento, porém o site Experience.Tech irá fornecer seus serviços de aprendizado gratuitamente para estudantes matriculados em cursos, ensino superior ou ensino médio, se destacando na conquista de usuários em relação a outras plataformas. Na tabela 3 será evidenciado as funcionalidades que a Experience. Tech ofertará aos estudantes e o que a concorrência já oferta, fazendo assim uma comparação entre as empresas.

Tabela 3 - Comparação de concorrência - Estudantes

FUNCIONALIDADES	EMPRESA	CONCORRENTES		Índice de inovação por ferramenta
	Experience.Tech	Udemy	Alura	
Material de estudo	Sim	Não	Sim	50%
Aprendizado com a prática	Sim	Não	Não	100%
Experiência real de mercado	Sim	Não	Não	100%
Gratuidade para PF matriculadas em cursos, graduação ou ensino médio	Sim	Não	Não	100%
Índice de inovação por concorrente	-	0%	25%	

Fonte: Autores, 2021.

Levando em conta as informações acima, pode-se concluir que a concorrência é pouco acirrada.

3.2 Estudo dos Fornecedores

Os fornecedores da Experience.Tech são empresas que fornecem o servidor do site e dos computadores. Existem muitos fornecedores para estes serviços, os preços variam muito de acordo com a quantidade de usuários do site e o peso das informações geradas nela. É natural que clientes que contratam estes serviços alterem seus planos ou até mudem de fornecedores para aumentar o espaço de armazenamento de seus dados e aumentar a quantidade máxima de usuários ativos.

Por existirem muitas empresas fornecendo este serviço no mercado, é possível concluir que o poder de barganha dos fornecedores é baixo.

3.3 Estudo da Barganha dos Consumidores

Lembrando que os dois principais clientes: as pessoas físicas interessados no conhecimento e as pessoas jurídicas que necessitam de projetos. Em relação aos clientes pessoas físicas, de acordo com a pesquisa realizada pela Experience.Tech, não existe uma empresa que apresente um produto semelhante que possa substituir o valor oferecido aos alunos, apesar de existirem muitas empresas que ofereçam cursos online, nenhuma delas tem o foco na experiência de mercado como a Experience.Tech.

Em relação às pessoas jurídicas que necessitam de projetos, existe uma grande quantidade de empresas que oferecem serviços com valores semelhantes, porém a Experience.Tech se destaca pelos seus preços abaixo do mercado e o maior conforto na solicitação dos projetos. Sendo assim, considera-se que os consumidores

têm um poder médio de barganha.

3.4 Estudo de Novos Entrantes

A oferta de cursos online está aumentando, este é um mercado que está em alta, principalmente quando se trata do estudo em tecnologia. O mercado de profissionais de programação tem um déficit grande de oferta, por isso é um mercado interessante para novos entrantes. Além de que o conhecimento na área de programação é extremamente acessível, empresas como Python e R Studio fornecem suas plataformas de forma gratuita. Então, é possível concluir que a ameaça de novos entrantes é alta, porém a Experience.Tech criará barreiras dominando tecnologias de ponta além disso proporcionará aprendizado com experiência prática de forma gratuita.

3.5 Estudo de Substitutos

Possíveis substitutos da empresa seriam empresas júnior, que são empresas que fornecem um valor semelhante à Experience. Tech, elas também integram estudantes e empresas e realizam projeto para empresas. Apesar de existirem uma grande quantidade de empresas júnior, nem todas atenderiam os mesmos clientes que a Experience. Tech, pois essas empresas atendem projetos que são relacionados aos cursos de graduação oferecidos pela universidade.

Mesmo tendo poucas empresas atendendo as mesmas necessidades dos consumidores, a expectativa é que o número de empresas Juniors que atendem projetos de tecnologia aumente. Por isso, é possível concluir que existe uma alta ameaça de produtos substitutos.

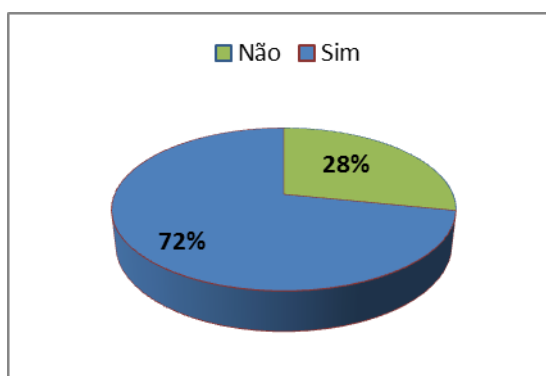
4 PESQUISA DE CAMPO

Para obter uma prévia do mercado e entender a disposição dos clientes/alunos em relação à busca do conhecimento e da prática em programação e TI, foi elaborada uma pesquisa de campo na qual foram apresentadas 9 perguntas, que visam identificar o perfil dos respondentes. Essa pesquisa foi realizada via Google Forms e compartilhada por WhatsApp entre os dias 8 e 15 de setembro de 2021 e teve um total de 110 respondentes.

O perfil dos respondentes em sua maioria é do gênero masculinos sendo eles 71,4% e 26% feminino e apenas 2,6% preferiram não dizer. Para ratificar o resultado da pesquisa, segundo o site Itforum¹⁹ apenas 24% dos cargos em empresas de tecnologia no mundo é ocupado por mulheres, de acordo com estudo divulgado pela associação americana de TI Computing Technology Industry Association (CompTIA).

A pesquisa apresenta o interesse pela busca de conhecimento nas áreas ligadas a programação, considerando os 110 respondentes, 72% já buscaram material/cursos gratuitos online para aprender a programar, isso mostra que há um mercado promissor para a Experience.Tech atuar. O gráfico 4 ilustra essa busca:

Gráfico 4 - Busca Material/ Cursos gratuitos online



Fonte: Os autores, 2021.

Para identificar o perfil dos respondentes foi realizada a seguinte pergunta:

Em qual perfil você se encaixa?

- Sem conhecimento em programação, mas com interesse em aprender;
- Estudante de programação (Técnico, Bacharel, Cursos Livres ou autodidata);
- Programador dentro do mercado de trabalho;
- Programador dentro do mercado de trabalho.

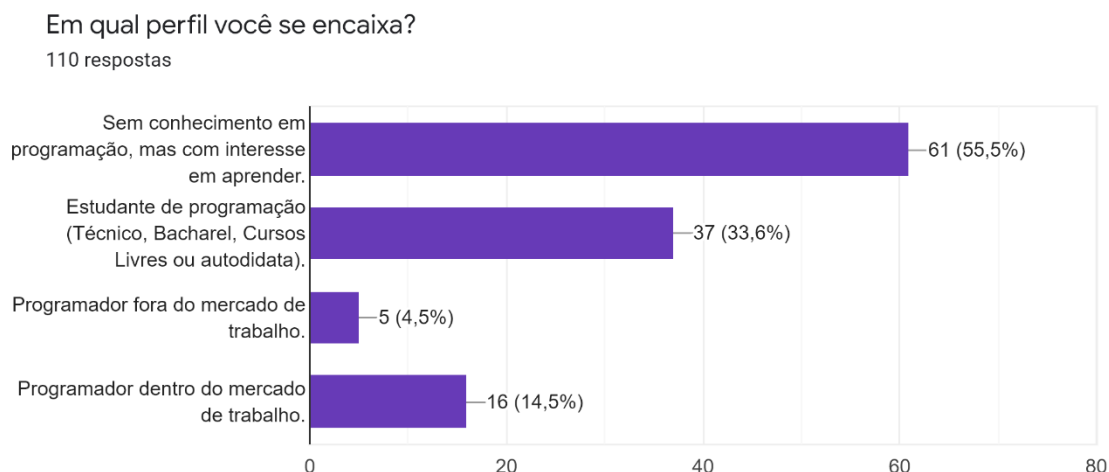
O resultado mostra que os estudantes de programação (técnico, bacharel, cursos livres ou autodidata) representam 30,9% da amostra, os programadores dentro do mercado 14,5% e programadores fora do mercado de trabalho 4,5% e 53,6% dos respondentes não tem conhecimento em programação, mas tem interesse em aprender, ainda que a porcentagem maior seja de não estudantes, a pesquisa mostra

¹⁹ Disponível em: <https://itforum.com.br/noticias/saiba-qual-e-o-perfil-do-novo-profissional-de-tecnologia/> acessado em: 04/10/2021.

que existe o interesse por parte deles em aprender programação, sendo assim pode-se considerar possíveis clientes da Experience.Tech.

O gráfico 5 ilustra os números mencionados anteriormente facilitando assim o entendimento sobre o perfil de cada um dos respondentes.

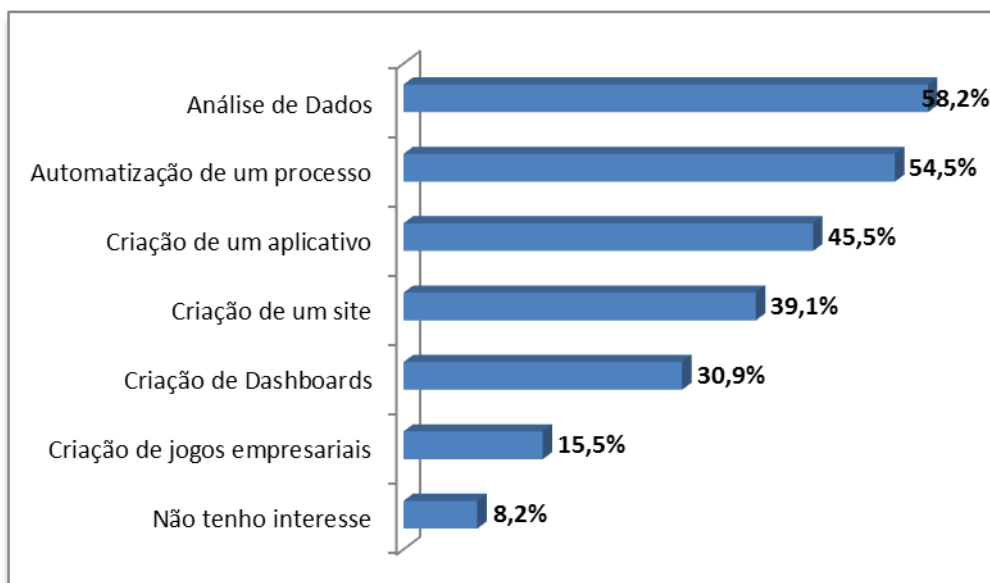
Gráfico 5 - Perfil dos respondentes



Fonte: Os autores, 2021.

Ainda buscando entender os objetivos dos respondentes em aprender e desenvolver projetos chegou-se a 54,5% querem aprender a automatizar processos já existentes, 58,2% análise dados, 45,5% criar aplicativos, 39,1% criar sites, 30,9% criar dashboards e 15,5% criar jogos empresarias, conclui-se que em sua maioria, o foco está em processos de melhoria e aplicabilidades internas, é importante ressaltar que os respondentes podiam escolher mais de uma opção. Com o resultado apresentado será possível ter uma menção de quais materiais poderão ser disponibilizados e quais projetos a empresa ofertará aos clientes. O gráfico 6 ilustra os resultados mencionados acima.

Gráfico 6 - O que gostaria de aprender e fazer com os projetos



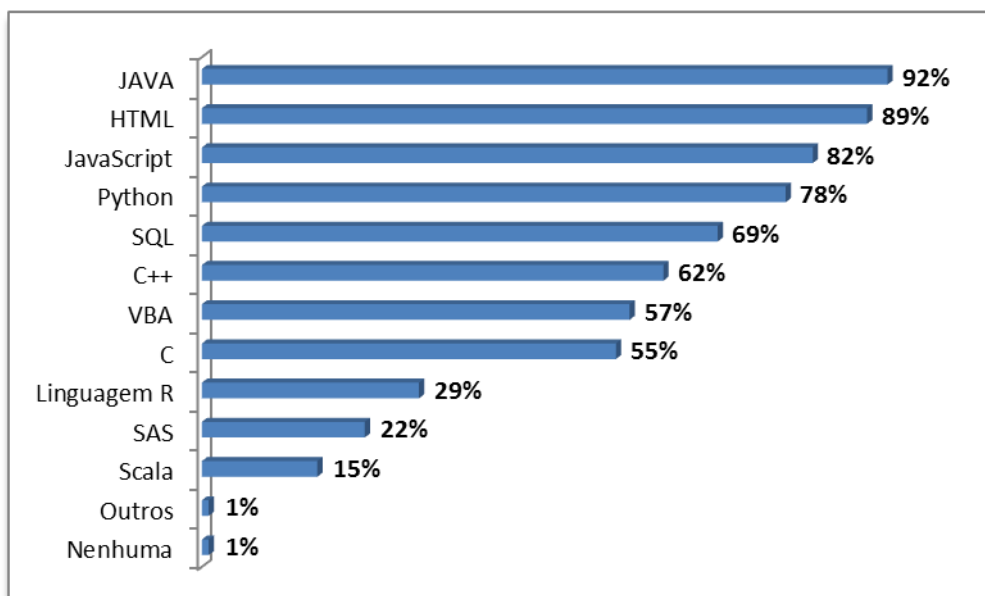
Fonte: Os autores, 2021.

Segundo o site Baguete a revista Exame realizou um levantamento de dados que demonstra que os cargos com maiores demandas atualmente são: Programador Node.js; Desenvolvedor Python; Desenvolvedor RPA; Desenvolvedor JAVA; Desenvolvedor.NET²⁰.

Para identificar qual a familiaridade dos respondentes com linguagens de programação, foram apresentadas diversas opções, no gráfico 7 está ilustrado as mais conhecidas de acordo com os respondentes:

²⁰ Disponível em: <https://www.baguete.com.br/noticias/17/08/2021/como-se-tornar-um-programador-desejado-pelo-mercado> Acesso em: 14/09/2021.

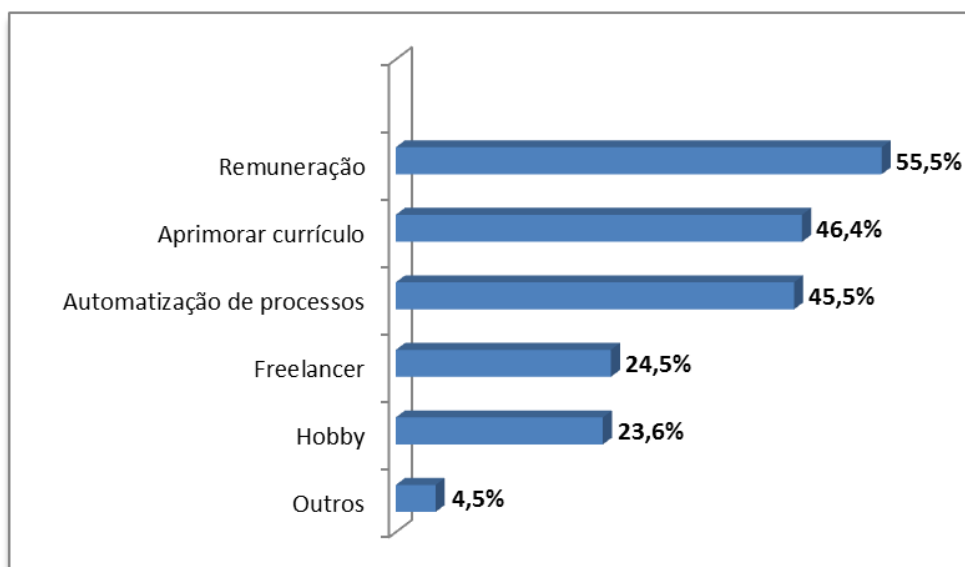
Gráfico 7 - Linguagem conhecida pelos respondentes



Fonte: Os autores, 2021.

Com base nos dados apresentados no gráfico 8, 46,4% dos respondentes desejam aprimorar o currículo e 45,5% gostaria de ganhar mais autonomia e agilidade no trabalho com a automatização de processos, entende-se que a Experience.Tech poderá tê-los como cliente. Pois, o site irá oferecer a oportunidade de desenvolvimento profissional.

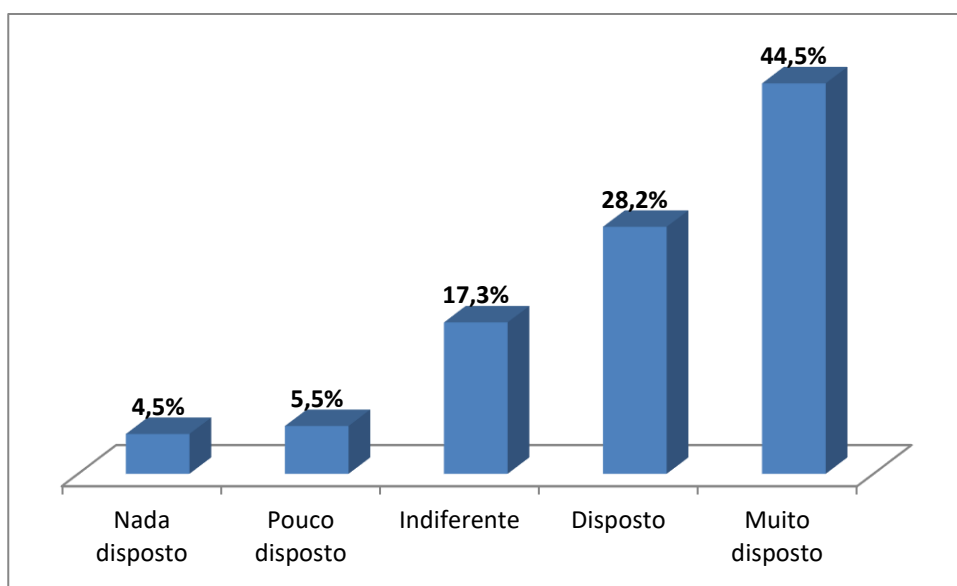
Gráfico 8 - O que gostaria de aprender e fazer?



Fonte: Os autores, 2021.

Com intuito de proporcionar uma experiência completa aliada ao conhecimento adquirido nos cursos e materiais de apoio disponíveis, foi perguntado o quanto o respondente teria de interesse em participar, desenvolver e obter experiência prática em projetos reais. O resultado está demonstrado no gráfico 9.

Gráfico 9 - Interesse em obter experiência prática



Fonte: Autores, 2021.

O resultado mostra que os respondentes não só buscam conhecimento, mas também vivenciar experiência na prática, com este resultado a Experience.Tech é capaz de captar esse público, ofertando não só materiais de apoio, mas também a oportunidade de desenvolver projetos reais.

De acordo com o estudo do mercado alvo, é possível concluir que a ciência de dados é um ramo promissor, principalmente pelo fato de que o número de pessoas que buscam aprender sobre o tema está em crescimento, como é possível notar na pesquisa em que 72% já buscaram em algum site esse conteúdo gratuito. Dentro dos 72% que responderam sim, 78% deles demonstraram interesse (nota 4 e 5) na proposta ofertada pela empresa. Desse percentual 76% é composto por estudantes e pessoas que não tem conhecimento na área, mas desejam aprender. Logo os números apontam para um mercado com uma ampla demanda que se sente atraída pela proposta da Experience.Tech.

5 DELIMITAÇÃO DA ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL

5.1 Vantagem Competitiva

Segundo Michael Porter (2004) a cadeia de valor auxilia a empresa a gerenciar seus processos revelando a ligação entre suas atividades, assim cria-se vantagem competitiva e gera valor aos seus clientes.

A seguir estão as cinco atividades primárias da Experience.Tech e como serão desenvolvidas para que obtenha vantagem competitiva:

- Logística de entrada (Montante) – a empresa será voltada para o desenvolvimento da educação do aluno, enquanto o mesmo realiza um projeto voltado para a prestação de serviços na área de programação, logo, sua logística de entrada será determinada por dois pontos: a recepção das demandas de projetos das empresas e os alunos (independentemente de sua formação) que possuem interesse em ingressar no mercado de tecnologia e para isso, buscam experiência e o desenvolvimento de suas habilidades.
- Operações – a partir do momento que há demanda e alunos para suprirem a mesma, eles poderão selecionar os projetos que mais tem interesse em participar (individualmente ou em grupo), visando competir uns com os outros para entregar o melhor, sempre com suporte de professores do site e dentro de um prazo determinado de acordo com a complexidade.
- Logística de Saída (Jusante) – serão os alunos tendo adquirido experiência com a realização dos projetos e assim, mais preparados e visados pelas empresas, por terem desenvolvido suas habilidades, aprendendo como colocá-las em prática no mercado de trabalho. Quando finalizados os projetos, eles serão avaliados pela equipe de professores, a qual vai selecionar o vencedor e apresentar a entrega final - junto com os realizadores do trabalho - para a empresa.
- Marketing e Vendas – a empresa será divulgada por meio de eventos acadêmicos em faculdades, cursos técnicos e parcerias com escolas de Data Science. Além disso, serão criadas redes sociais e divulgados anúncios por campanhas publicitárias de marketing digital, dentro dos sites: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn e Youtube.

- Pós-Venda – o serviço pós-venda dos alunos serão os feedbacks finais fornecidos em relação a suas entregas (independentemente de estarem entre as melhores ou não), visando apontar os pontos fortes do seu projeto e as melhorias que podem ser trabalhadas futuramente. Eles poderão avaliar o amparo que os professores forneceram e como foi sua experiência, por meio de avaliações posteriores a entrega. Além disso, para aqueles que se destacarem e mostrarem possuir as qualificações necessárias (avaliadas de acordo com o critério estabelecido pelos professores) será entregue um certificado de qualificação em determinada atividade e linguagem de programação. Já para as empresas será por meio do suporte para dúvidas posteriores a entrega do projeto final e avaliações que ela irá fazer a respeito do atendimento e da qualidade do que lhe foi entregue.

As atividades de apoio serão:

- Infraestrutura – a empresa vai ser composta pela área tecnologia da informação – composta pelos professores -, financeira e contábil, legal, de gestão de pessoas e marketing. O serviço ocorrerá por meio de site online, logo, serão necessárias criação e manutenção periódica do site. Além do mais, será necessário espaço físico e equipamentos para ele.

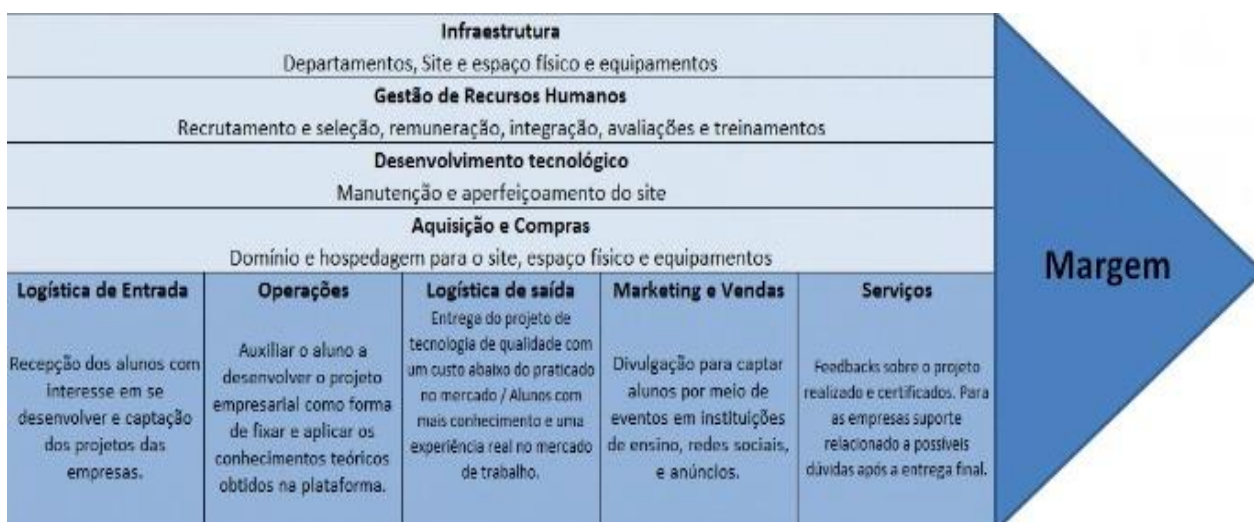
- Gestão de recursos humanos – a área será responsável tanto pelo recrutamento e seleção dos funcionários para as áreas citadas acima, como auxiliar nos processos de remuneração e benefícios e na integração dos funcionários à organização, por meio de Onboarding, avaliações da empresa e treinamentos periódicos. Além de observar o clima organizacional e a cultura, visando trazer propostas para que seja sempre, respectivamente, agradável e alinhada com seus colaboradores.

- Desenvolvimento tecnológico – o desenvolvimento será voltado para a manutenção e aperfeiçoamento constante do site que os alunos e empresa utilizarão, sendo o mesmo realizado por uma empresa terceira.

- Aquisição e compra – para o funcionamento do site, serão necessários o domínio e a hospedagem. Ademais, o aluguel do espaço físico onde estará localizada a sede da empresa e equipamentos que serão utilizados.

A Experience.Tech então, se destaca em relação ao mercado pela sua capacidade de integrar alunos que estão procurando se desenvolver com empresas que tenham necessidade de realizar projetos na área. Tendo nessa troca, o principal diferencial a sua oferta de experiência prática com projetos reais aos alunos. A vantagem competitiva está presente no elo de logística de saída, pois representa o *core business* da empresa, garantir que ao final do projeto o aluno saia com experiência prática obtida por meio de projetos reais. A figura 2 representa a cadeia de valor da empresa.

Figura 2 - Cadeia de Valor Experience.Tech



Fonte: Autores, 2021

5.2 BSC – Balanced Scorecard

Nesse ponto, será abordada a metodologia criada por Kaplan e Norton, chamada Balanced Scorecard, ou BSC, que busca abranger não somente o financeiro, mas também os clientes, processos e inovação e aprendizagem, proporcionando assim, uma visão estratégica mais ampla da empresa.

Na tabela 4 será apresentado o Balanced Scorecard da Experience.Tech:

Tabela 4 - BSC Experience.Tech

	Objetivos	Metas	Indicadores	Iniciativas
Perspectiva Financeira	Gerar receita por meio de projetos viáveis que tragam retornos financeiros positivos.	Obter um percentual de lucro de 18% sobre receita líquida.	Margem de lucro líquido.	Fazer o levantamento dos custos e despesas para melhor precificação com base no percentual de lucro pretendido.
Perspectiva do Cliente	Ser procurada pelos alunos que desejam obter experiências práticas para o mercado e pelas empresas que desejam realizar projetos.	Aumentar o número de visitantes em 10% a cada mês no site e ter uma taxa de rejeição do site menor que 30%.	Visualização de páginas, usuários e taxa de rejeição (todos via Google Analytics).	Implementar ações de marketing via Google ADS e desenvolver contas nas principais redes sociais.
Perspectiva de Processos Internos	Ter um suporte e atendimento de qualidade para os alunos e empresas.	Ter nota superior a 9 nas avaliações de satisfação.	Média final da avaliações de satisfação.	Implantar uma avaliação para o aluno e outra para a empresa cliente, com questões voltadas para a qualidade do serviço.
Perspectiva de Aprendizagem e crescimento	Ter uma equipe comercial capacitada para captação de empresas e alunos.	Realizar treinamento com 100% da área comercial.	Índice de desempenho e produtividade e avaliação de aprendizagem.	Fazer parcerias com profissionais de vendas experientes para os treinamentos e realizar reuniões semanais do gestor comercial com a equipe para alinhamentos.

Fonte: Autores, 2021.

6 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE ESTRATÉGICA

A área da tecnologia é uma das que mais crescem no mundo, de maneira que se torna a cada dia mais indispensável para empresas e organizações que desejam se manter saudáveis e competitivas. O Brasil possui um déficit de mão de obra na área de tecnologia na ordem de 25 mil vagas / ano e muitas vezes as empresas recorrem a internacionalização de seu RH para tentar suprir essa demanda²¹.

A partir deste cenário a Experience.Tech surge para sanar e reduzir essa diferença existente entre a demanda por parte das empresas e a oferta por parte dos profissionais.

Para isso ela fornecerá capacitações e materiais de estudo gratuitamente para estudantes interessados na área, que servirão de base para que eles desenvolvam projetos para empresas clientes, sempre sob supervisão de profissionais qualificados para garantir a qualidade do projeto.

Assim a organização fortalecerá os dois elos dessa equação: de um lado fornecendo experiência prática e auxiliando na formação de novos profissionais e no outro suprimindo a necessidade de implementação de projetos de tecnologia das empresas a um preço inferior do praticado normalmente.

²¹ Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/euestudante/trabalho-e-formacao/2021/05/4926392-apagao-na-area-de-ti-sobram-vagas-mas-falta-mao-de-obra.html> Acesso em: 09/09/2021

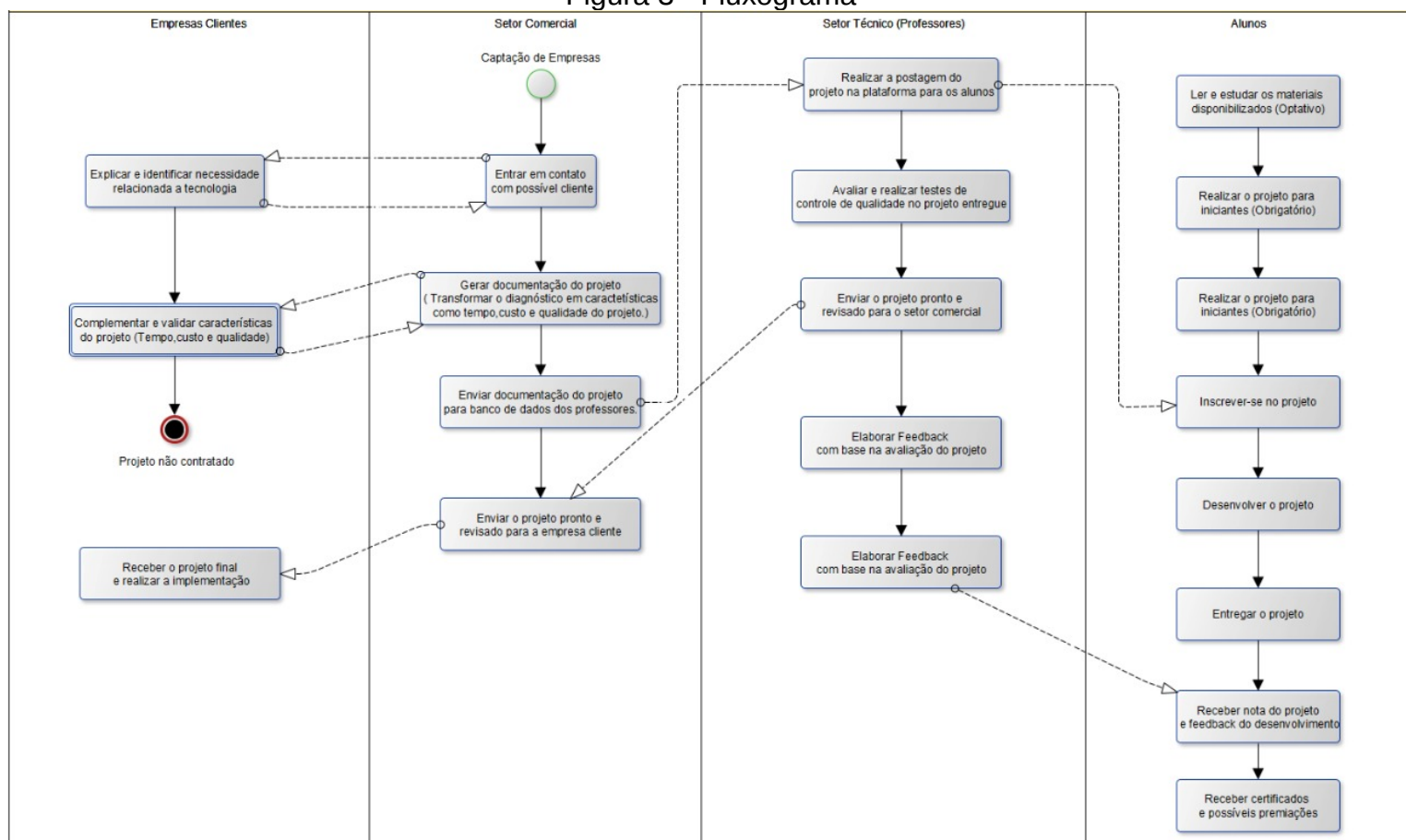
CAPÍTULO IV – VIABILIDADE OPERACIONAL

1 PLANO OPERACIONAL

1.1 Fluxograma dos Processos Operacionais

Como podemos ver no Fluxograma apresentado na figura 3 o processo produtivo da Experience.Tech se sustenta em dois pilares principais, o setor comercial e o setor técnico de professores.

Figura 3 - Fluxograma



Fonte: Autores, 2021

O primeiro, Setor comercial, cuida para que a jornada das empresas clientes, que demandam por projetos de tecnologia, seja o mais satisfatória possível, explicando a proposta de valor da Experience.Tech e dando todo o suporte necessário para que a empresa consiga definir sua real necessidade por tecnologia, além disso esse setor transforma esse diagnóstico inicial em um documento que garante que o

setor técnico de professores tenham todas as informações necessárias para postar o projeto no site.

Já o segundo, Setor Técnico, cuida para que a jornada do estudante que desenvolverá o projeto seja o mais satisfatória possível, dando suporte para eventuais dúvidas durante o projeto e avaliando e criando um feedback detalhado para que o aluno possa enxergar com clareza seus acertos, erros e pontos a melhorar.

1.2 Máquinas e Equipamentos Necessários Para Produção

Para o desenvolvimento e funcionamento da empresa é essencial a criação de um site com algumas funcionalidades específicas, entre elas estão:

- Ambiente para acesso aos materiais de estudo;
- Ambiente para empresas solicitarem a realização de projetos;
- Ambiente em que a Experience. Tech posta projetos para os alunos se inscreverem;
- Ambiente para comunicação e discussão de dúvidas entre os alunos;
- Ambiente com banco de talentos.

Estes ambientes do site serão desenvolvidos e atualizados por funcionários da empresa, que em um primeiro momento serão responsáveis pela criação deste site, e em um segundo momento serão professores do site que também farão ajustes no site quando necessário.

Cada funcionário da empresa terá a sua disposição um notebook e somente para os funcionários do comercial a empresa irá fornecer celulares para que esses realizem o contato com clientes pessoas jurídicas. Na sede da empresa terá energia elétrica, internet e acesso a higiene básica à disposição.

Somente para aqueles funcionários que desejam trabalhar presencialmente a empresa irá fornecer materiais físicos como mesas, cadeiras e materiais básicos de escritório. Em relação aos funcionários que irão trabalhar a distância, a empresa vai arcar com os custos de eletricidade e internet.

1.3 Projeção da Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços

A capacidade de fornecer materiais de estudo aos alunos é ilimitada, pois os materiais estarão disponíveis para eles a todo momento, assim como o ambiente de tirar dúvidas do site. Porém existirá um limite de feedbacks por semana. A cada uma hora, um professor é capaz de realizar um feedback, então a cada uma semana, um professor é capaz de realizar feedbacks para 40 grupos de alunos. O racional para esse cálculo é apresentado na Tabela 5.

Tabela 5 – Feedbacks gerados por professor

	Professores	Horas criando a documentação de feedback	Total de feedbacks gerados
Hora	1	1	1
Dia		8	8
Semana		40	40
Mês		172	172

Fonte: Autores, 2021

Para encontrar empresas que demandam por um projeto, a organização terá o suporte da área comercial que entrará em contato com os clientes e oferecerá o produto, assim a conversão de clientes será de aproximadamente 2%. Segue tabela 6 com exemplo:

Tabela 6 – Conversão de clientes por contato

	Funcionários do comercial	Horas entrando em contato com possíveis clientes	Total de ligações	Taxa de conversão	Clientes convertidos
Hora	2	1	8	2,00%	0,16
Dia		6	48		0,96
Semana		30	240		4,8
Mês		129	1032		20,64

Fonte: Autores, 2021

Outra função relevante da área do comercial será gerar a documentação dos

projetos que serão realizados, então os funcionários do comercial passarão em torno de 6 horas trabalhando na conversão de novos clientes e as outras 2 horas de seu dia útil realizando um documento detalhado sobre o projeto solicitado.

1.4 Principais Fornecedores

O principal fornecedor da Experience.Tech é a empresa que fornecerá a hospedagem do site, garantindo que os clientes possam acessar o site de maneira rápida e segura. Para isso a HostGator, uma das líderes de mercado quando falamos de hospedagem de sites no Brasil, será contratada.

A empresa citada oferece diversos planos para seus clientes, sendo o Plano de Hospedagem M o escolhido para a fase inicial da Experience.Tech, a contratação será paga por meio de um aporte de R\$ 571,25 que garantirá a hospedagem por 3 anos, este valor é equivalente a R\$15,89/mês.

Este plano contém algumas funções básicas e oferece a possibilidade de criar diversos domínios em apenas um plano, possibilitando a criação do site principal, fórum da comunidade e Banco de Talentos.

Ao passo que a Experience.Tech crescer, o plano será trocado para a modalidade Hospedagem Turbo, que além das funções supracitadas oferece mais espaço de armazenamento de dados, mais poder de processamento e um maior fluxo de visitantes. A contratação será paga por meio de um aporte de R\$ 1.129,93 que garantirá a hospedagem por 3 anos, este valor é equivalente a R\$31,39/mês.

1.5 Plano Logístico e de Distribuição

Os materiais de estudo e projetos serão disponibilizados aos clientes (estudantes) por meio do site oficial da organização. Além disso serão entregues outros conteúdos com domínios complementares como o fórum da comunidade. Futuramente a organização aumentará seus canais de distribuição e acrescentará versões de seu site em aplicativos de smartphone, sendo esses disponibilizados em sites de aplicativos como AppleStore e GooglePlay, assim entregando uma maior comodidade para seus clientes e possibilitando que mais pessoas conheçam e acessem o site.

2 ESTIMATIVA DE GASTOS

O principal gasto da empresa será com os salários dos funcionários, que serão conhecedores de linguagens de programação, até mesmo aqueles da área comercial.

Em um primeiro momento a empresa terá grandes gastos para comprar os equipamentos necessários para criar o arranjo físico. Estes estão discriminados na tabela 7.

Tabela 7 – Investimento Inicial

Tipo de Investimento	Produto	Quantidade	Valor Unitário	Valor Investimento
Informática	Laptop	11	3.000	33.000
	Impressora	1	2.000	2.000
	Celulares	4	1.000	4.000
	Modem	1	500	500
Programas de computadores	Office 365	1	2.000	2.000
	Hospedagem de Site + Domínio	1	16	16
	Servidor	1	2.000	2.000
Móveis	Mesas e Cadeiras	5	800	4.000
	Armários	1	1.000	1.000
	Balcão	1	1.200	1.200
Outros Pré-Operacionais (Decoração e Uso no imóvel)	Jurídico: Abertura da empresa	1	2.000	2.000
	Desenvolvimento do Registro da marca e/ou patentes - INPI	1	10.000	10.000
	Ar Condicionado	1	2.000	2.000
	Ar Condicionado	1	1.500	1.500
	Geladeiras e/ou	1	1.800	1.800
	Luminárias	1	1.200	1.200
	Cortinas	1	1.000	1.000
	Outros	1	1.000	1.000
Valor total	Valor total	1	34.016	70.216

Fonte: Autores, 2021

Além do gasto inicial a empresa também terá gastos mensais, sendo as despesas descritas na tabela 8 e os custos na tabela 9:

Tabela 8 – Despesas mensais da operação

Despesas	
Internet	R\$ 100,00
Aluguel	R\$ 6.000,00
Contas de energia e água	R\$ 300,00
Total	R\$ 6.400,00

Fonte: Autores, 2021

Tabela 9 – Custo anual da operação

Custos	
Servidor	R\$ 190,68
Total	R\$ 190,68

Fonte: Autores, 2021

É perceptível que a empresa não tem grandes gastos com a produção do serviço, por isso é possível diminuir o preço do produto, trazendo uma vantagem competitiva para a empresa.

3 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE OPERACIONAL

Para conseguir fornecer um serviço de qualidade para seus clientes, ou seja, garantir que os alunos tenham acesso a materiais de qualidade e tenham facilidade para tirar dúvidas e fazer contato com os professores de plantão para prosseguir com o projeto, a organização investirá recursos na criação de seu site, que será desenvolvido por um profissional contratado como PJ inicialmente com intenção de posteriormente contratá-lo como CLT para realizar manutenções e atualizações.

O site suportará todo o fluxo de comunicação que será realizado diariamente entre professores e alunos, tanto na fase inicial de assistir os materiais disponibilizados quanto no desenvolvimento do projeto, para prestação de suporte e auxílio, para isso será contratado um serviço de hospedagem que suporte essa grande troca de informações.

Além disso, os professores que prestarão suporte aos alunos também estarão envolvidos no desenvolvimento dos materiais didáticos, pois esses têm total aptidão para gerar o material teórico necessário para capacitar os alunos.

De maneira que a Experience.Tech detém todo o conhecimento e recurso necessário para garantir que seu cliente obtenha a experiência de realizar um projeto de tecnologia para fixação de um curso teórico, entregando assim a proposta de valor inicial, podemos considerar que o projeto é operacionalmente viável.

CAPÍTULO V – VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

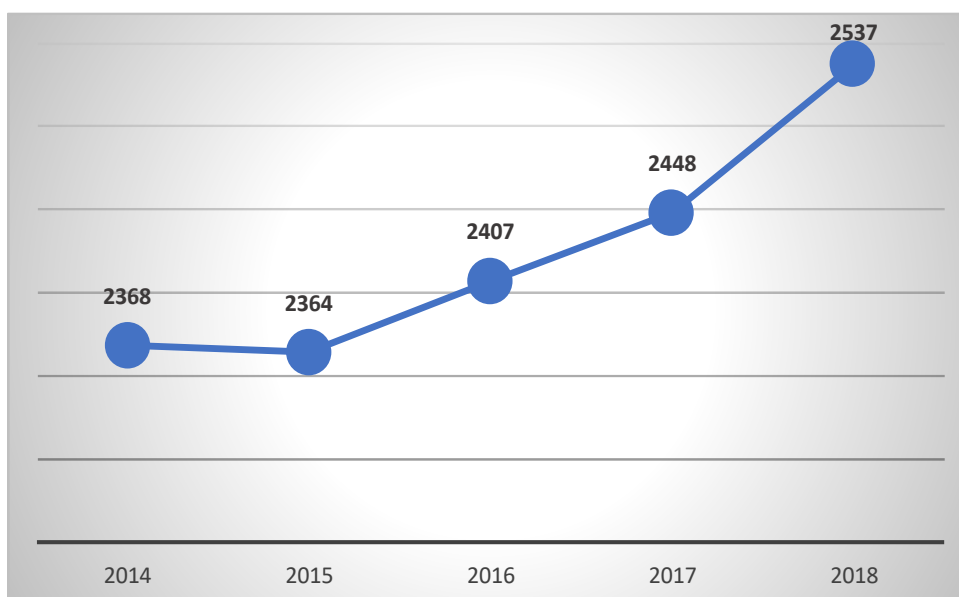
1 PREVISÃO E MENSURAÇÃO DE DEMANDA

1.1 Demanda Concorrente e Futura

O objetivo da previsão de demanda é obter informações sobre o mercado que a Experience.Tech irá explorar, bem como estimar a viabilidade do público-alvo, possibilitando assim elaborar o plano de ação mercadológico que melhor se enquadra para a empresa. A previsibilidade levou em consideração a estimativa de usuários do site. Posto isso, para obter os índices de mensuração utilizaram-se como base informações sobre o crescimento dos números de instituições de ensino e de pequenas e médias empresas e estudantes.

Para definir a média de crescimento do número de instituições observaram-se os dados do Censo de Educação Superior de 2014 a 2018²², efetuando o cálculo da média da taxa de variação anual, exemplo: dados ano 2015 – dados ano 2014)/dados ano 2014 (e assim sucessivamente), obtendo-se a taxa média de 1,4% de crescimento ao ano, que foi aplicada nos anos seguintes (2019 até 2026). O resultado está ilustrado no Gráfico 10.

Gráfico 10 - Número de Instituições de Educação Superior no Brasil

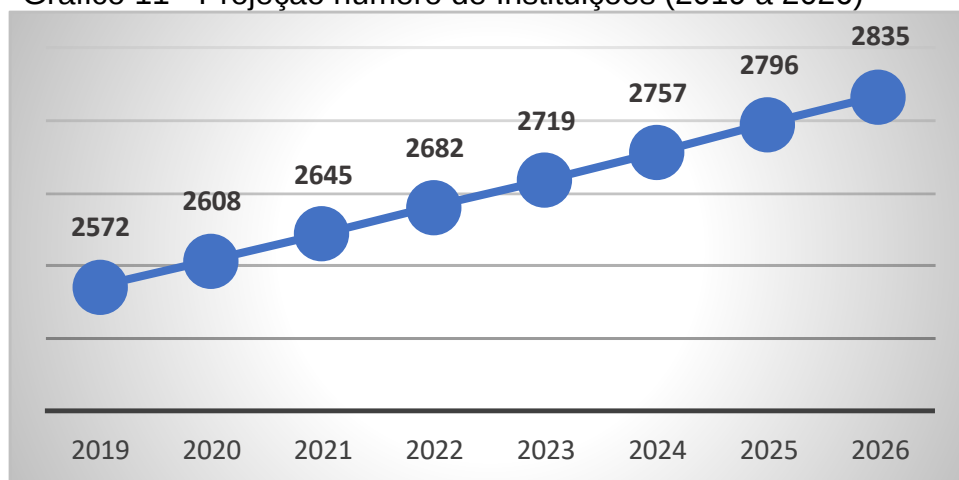


Fonte: Elaborada por Autores com base nos dados do Censo da Educação Superior.

²² Disponível em: <http://inep.gov.br/web/guest/resumos-tecnicos1> Acesso em: 02/10/2021.

O gráfico 11 evidencia a projeção calculada com base no parágrafo 2º deste capítulo.

Gráfico 11 - Projeção número de Instituições (2019 a 2026)



Fonte: Elaborada por Autores, 2021.

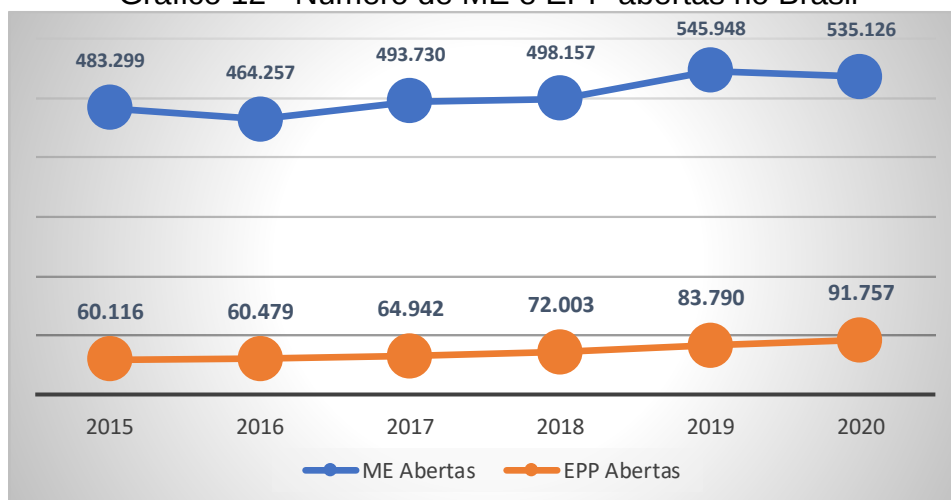
O gráfico 12 mostra a quantidade de Microempresas (ME) e Empresas de pequeno porte (EPP) abertas no período de 2015 a 2020. É possível observar que o ano de 2019 foi o que teve maior quantidade de ME abertas (linha azul), com uma taxa de crescimento de 9,59% no período. Já no ano de 2020 houve uma ligeira queda de 1,98% em relação ao ano de 2019.

Já o número de abertura de EPP (linha laranja), manteve um crescimento constante, evoluindo a cada ano. Principalmente no ano de 2020, quando cresceu 9,51% em relação ao ano de 2019.

Segundo Agência Sebrae (2020), o presidente do Sebrae, Carlos Melles, afirma que: “As micro e pequenas empresas representam 99% de todas as empresas brasileiras, geram quase 30% das nossas riquezas e são responsáveis por 55% do nosso estoque de empregos formais.”²³

²³ Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/a-recuperacao-da-economia-passa-pelo-incentivo-aos-pequenos-negocios,38f982b3df9f4710VgnVCM1000004c00210aRCRD>
Acessado em: 05/10/2021.

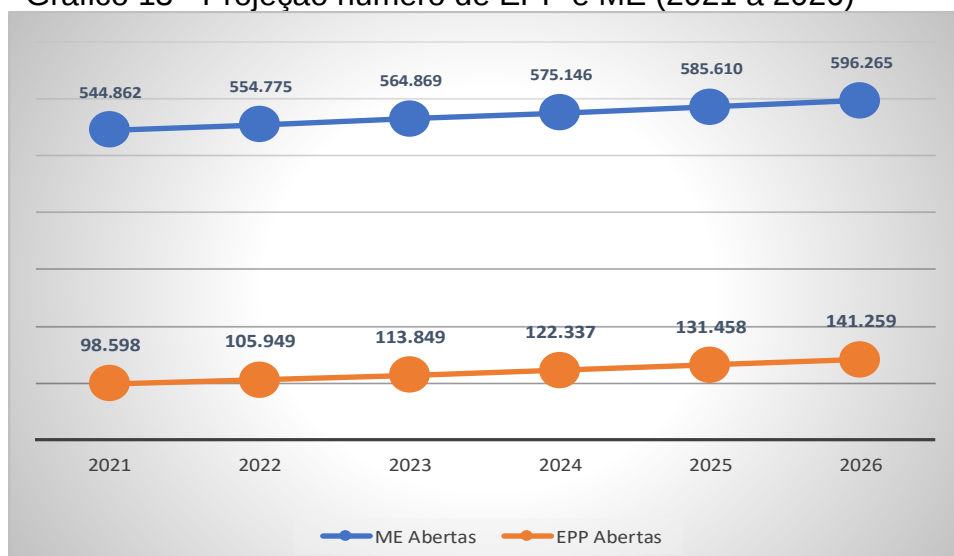
Gráfico 12 - Número de ME e EPP abertas no Brasil



Fonte: Elaborada por Autores com base nos dados do Observatório MPE²⁴, SEBRAE.

O gráfico 13 evidencia a projeção calculada com base no parágrafo 2º deste capítulo. Para a projeção de EPP e ME foi respectivamente 7,46% e 1,82%.

Gráfico 13 - Projeção número de EPP e ME (2021 a 2026)



Fonte: Elaborada por Autores, 2021.

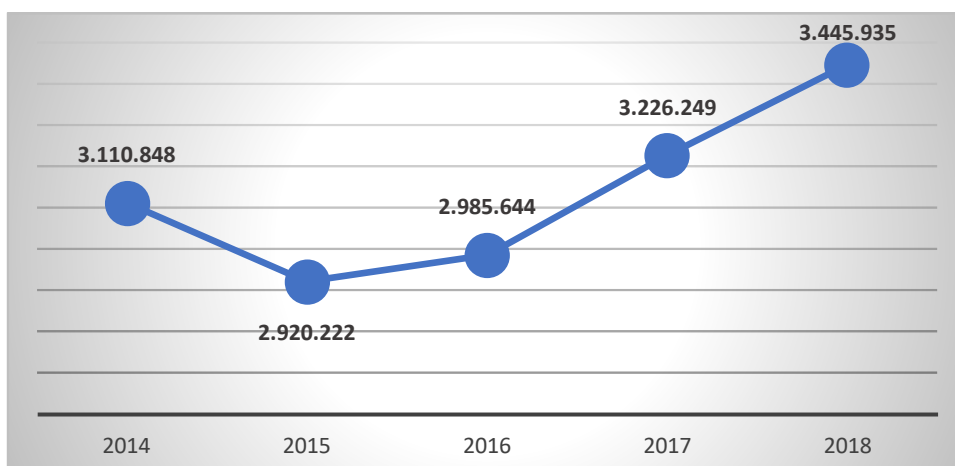
A evolução do número de ingressantes no ensino superior está evidenciada no Gráfico 14 para a previsão de crescimento dos anos de 2019 e 2020, utilizou-se o mesmo cálculo de taxa média detalhado no 2º parágrafo deste capítulo.

²⁴ Disponível em:

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2d2332f20f744c53a98504e1e8b3c197/\\$File/30586.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2d2332f20f744c53a98504e1e8b3c197/$File/30586.pdf) Acessado em: 02/10/2021.

No que tange à organização acadêmica, considera-se o total de alunos ingressantes em faculdades, centros universitários, universidades, institutos federais de educação, ciência e tecnologia (IFs) e centros federais de educação tecnológica (Cefets).

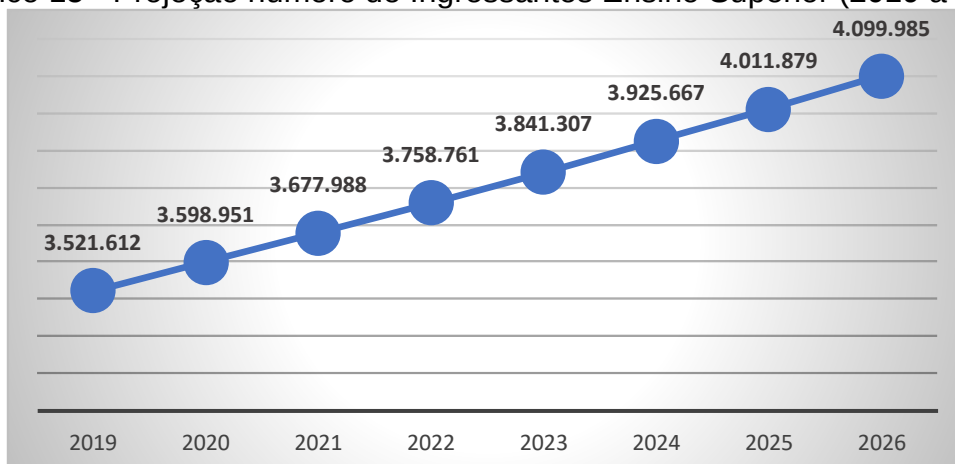
Gráfico 14 - Evolução do número de ingressantes no Ensino Superior



Fonte: Elaborada por Autores com base nos dados do Censo da Educação Superior²⁵.

O gráfico 15 evidencia a projeção calculada com base no parágrafo 2º deste capítulo. Para a projeção de ingressantes do Ensino Superior foi de 2,20%.

Gráfico 15 - Projeção número de Ingressantes Ensino Superior (2019 a 2026)



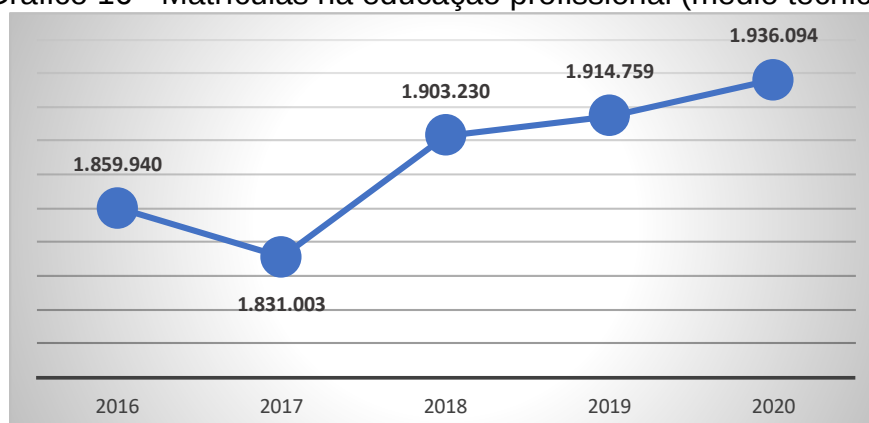
Fonte: Elaborada por Autores, 2021.

Ainda nessa senda, analisou-se também o número de matrículas na educação profissional (médio técnico), pois estes estudantes podem fazer parte do site da

²⁵ Disponível em: <http://inep.gov.br/web/guest/resumos-tecnicos1> Acesso em: 02/10/2021.

Experience.Tech e adquirir experiência prática no desenvolvimento de projetos. No gráfico 16 percebe-se um crescimento de 2018 a 2020, fazendo uma comparação entre 2016 e 2020 houve aumento de 4,1%, resultando no total de 1.936.094 estudantes em todo o Brasil.

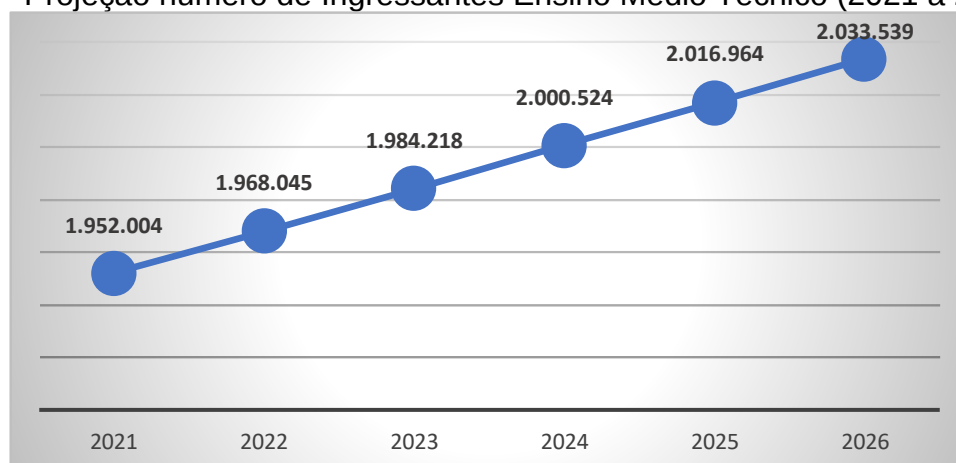
Gráfico 16 - Matrículas na educação profissional (médio técnico)



Fonte: Elaborada por Autores com base nos dados do Censo da Educação Básica.²⁶

O gráfico 17 evidencia a projeção calculada com base no parágrafo 2º deste capítulo. Para a projeção de ingressantes do Ensino Médio Técnico de 04,82%.

Gráfico 17 - Projeção número de Ingressantes Ensino Médio Técnico (2021 a 2026)



Fonte: Elaborada por Autores, 2021.

Levando em consideração os dados apresentados acima de ensino superior e médio técnico, foi realizada a projeção de cada um para os próximos anos de acordo com as taxas médias de crescimento de cada e somados para chegar no tamanho de

²⁶ Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-escolar> acessado em: 02/10/2021.

mercado.

O número de mercado é obtido por meio da soma dos alunos de ensino médio técnico e ensino superior calculados por meio da taxa média citada no parágrafo 2.

A pesquisa realizada no capítulo 3 revelou que 44,5% dos respondentes demonstraram muito interesse em participar de um projeto como o proposto pela Experience.Tech. Logo, com base neste percentual foi calculado o público alvo e desse público foi determinado o número de alunos que a organização pretende alcançar. De acordo com a capacidade de atendimento de alunos dos professores determinada no Capítulo IV foi determinada a meta de captação da quantidade de alunos conforme Tabela 10.

Tabela 10 - Estimativa de alunos

Estimativa de Alunos			
Ano	Mercado	Público-Alvo	Captação de Alunos
2022	5.726.806	2.548.429	2.382
2023	5.825.526	2.592.359	3.175
2024	5.926.192	2.637.155	4.763
2025	6.028.844	2.682.835	7.145
2026	6.133.524	2.729.418	11.908

Fonte: Autores,2021

Para a demanda de empresas foi utilizado um parâmetro semelhante, a partir dos dados obtidos nos parágrafos acima, foram projetados os mercados (EPP + ME) para os anos seguintes utilizando a variação média dos anos anteriores. Depois de projetados, foram somados, resultando no mercado conforme tabela 11. A partir desse prospecto, a Experience.Tech irá buscar projetos com base em sua capacidade produtiva.

Tabela 11 - Estimativa empresas

Estimativa das Empresas		
Ano	Mercado	Prospecto
2022	662.703	13.254
2023	681.742	13.635
2024	701.594	14.032
2025	722.306	14.446
2026	743.932	14.879

Fonte: Autores,2021

2 PLANO DE MARKETING

Neste capítulo será apresentado o desdobramento de marketing, por meio do modelo criado por McCarthy, de acordo com Kotler e Keller (2012), denominado quatro Ps de marketing, que é composto pelas seguintes divisões: Produto; Preço; Promoção e Praça. Dessa forma, a Experience.Tech visa trazer os conceitos do mesmo e como é pretendido que seja aplicado na empresa.

2.1 Produtos e Serviços

O primeiro P, produtos e serviços, tem como objetivo definir o que a empresa vai ofertar a seus clientes. Dessa forma, a plataforma da Experience.Tech terá como objetivo fornecer produtos para seus dois públicos alvos: alunos e empresas.

Deste modo, os produtos serão ofertados por meio do site, nele haverá uma plataforma própria para os alunos cadastrados acessarem os cursos e projetos disponíveis. Já para as empresas o site vai expor quais os serviços de programação relacionados à tecnologia que serão ofertados. A seguir será exposto o funcionamento da plataforma para os tipos de usuário.

- Estudantes e/ou profissionais – O acesso à plataforma será mediante ao cadastro. Após o cadastro o aluno já terá à sua disposição todos os materiais para estudo. Para se inscrever em um projeto real, o aluno deverá desenvolver um projeto de iniciante que irá avaliar se ele está apto para seguir com o projeto oficial ou se há necessidade de aprofundar seus estudos antes. Após passar por essa prova será possível sua inscrição. Ao se inscrever no projeto o aluno terá a possibilidade de escolher o tamanho do grupo em que quer trabalhar (de 1 a 4 pessoas), após essa escolha a organização mesclará os alunos em grupos de acordo com as necessidades do projeto e as linguagens pretendidas por cada aluno. O estudante irá receber o certificado da realização do projeto e, quando houver competições esporádicas será possível uma remuneração para os mais bem colocados. Vale ressaltar que o objetivo principal não é apenas certificar como em outras instituições e sim, oferecer treinamento prático com foco na necessidade de mercado por profissionais capacitados na área de programação.

Durante todo desenvolvimento o aluno vai ter à sua disposição professores para sanar possíveis dúvidas e/ou orientar o direcionamento do projeto a ser executado, pois a qualidade deve estar dentro dos padrões pela Experience.Tech. Durante a realização do projeto os alunos terão professores a disposição para prestar suporte, ao identificar a necessidade de mentoria, qualquer integrante do grupo poderá acessar a plataforma da Experience Tech e agendar uma reunião virtual com o professor responsável pelo projeto. Após a entrega ao fazer os testes e garantir a qualidade do projeto, o professor elaborará o feedback do grupo e o disponibilizará para os alunos.

- Empresas (clientes) – Ao entrar no site o empreendedor verá os serviços oferecidos e com base em sua necessidade entrará em contato com o setor comercial para marcar uma possível reunião com consultores altamente capacitados para validar as características do projeto a ser desenvolvido. Lembrando que Experience.Tech poderá desenvolver um projeto sob medida levando em consideração as necessidades do cliente. O empresário não acompanhará o projeto, pois como diversas equipes realizam o mesmo projeto seria inviável. Porém ao final ele vai avaliar se ele está dentro das suas necessidades e se gostaria de alguma alteração.

Abaixo estarão as linguagens de programação que serão ofertadas, assim como suas finalidades para os alunos e empresas.

- Java: é uma linguagem padrão global, voltada para o desenvolvimento de sites e aplicativos. Sua finalidade é permitir que o programador escrevesse uma vez o programa e conseguisse executar por meio de qualquer dispositivo (MAC, Linux, Windows etc).
- JavaScript: essa linguagem é voltada para a parte visual dos sites e aplicativos. Ele também pode processar informações de modo a criar conteúdo que se atualizam de forma dinâmica, controlar multimídias e imagens animadas.
- Python: é uma linguagem de fácil acesso, já que roda em quase qualquer

sistema operacional. Com ela é possível desenvolver scripts, visando, principalmente, a análise e visualização de muitos dados, além de automatizar tarefas.

- SQL: tem o intuito de trabalhar com bancos de dados relacionais, de forma que consiga tratá-los e utilizá-los de maneira mais certa.

Na tabela 12 são apresentados os produtos que estão sendo ofertados para os públicos. Ou seja, a primeira coluna representa o serviço ofertado para os alunos: as linguagens de programação que serão estudadas e colocadas em prática; já na segunda coluna, a finalidade de cada linguagem, que representa o produto que será entregue para a empresa contratante.

Tabela 12 – Serviços ofertados

Alunos	Empresas
JAVA	Sites e Aplicativos.
JavaScript	Conteúdos dinâmicos, controle de multimídia e imagens animadas.
Python	Automatizar tarefas; Análise e visualização de muitos dados.
SQL	Banco de dados relacionais.

Fonte: Autores, 2021

O site vai disponibilizar projetos reais voltados para área tecnológica, assim o estudante terá inúmeros projetos desde os mais simples até mais complexos para escolher com base nas suas preferências, em contra partida as empresas terão a sua disposição modelos de projetos pré-definidos, além de consultoria para identificar junto a Experience.Tech qual a melhor linguagem de programação para solucionar a demanda do negócio.

2.2 MVP – Produto Mínimo Viável

Ao aplicar os conceitos de Ries na realidade da Experience.Tech, fica evidente que o MPV deve consistir em testar se os alunos tem capacidade de realizar um projeto de tecnologia; se o professor terá capacidade de auxiliar os alunos e garantir

a qualidade de seus projetos e se a empresa cliente perceberá valor no projeto a ponto de despendar recursos para adquiri-lo.

Para testar a percepção de valor do cliente a organização irá, por meio de um dos empreendedores e do professor contratado para dar suporte aos alunos, realizar reuniões com empresários interessados em projetos de tecnologias para suas empresas, nessa reunião o empreendedor explicaria a proposta de valor da organização, fazendo o papel de vendedor, e o professor auxiliaria ele a definir itens importantes da documentação do projeto como : a necessidade da empresa (funcionalidades que o projeto precisa realizar), complexidade do projeto, tempo necessário para realização, custo médio no mercado; entre outras.

Em relação ao teste da capacidade de realização dos projetos e da prestação de suporte e feedbacks, serão formados 20 grupos para atender a dois projetos, os alunos inscritos poderão optar por trabalhar em grupos de 1 a 4 indivíduos, após escolherem o tamanho dos grupos de desejam trabalhar eles serão divididos aleatoriamente. Para captação dos alunos, será realizada uma parceria com uma faculdade, ofertando o benefício de participar de uma experiência real de mercado aos seus alunos. Para capacitar os alunos, serão utilizados materiais gratuitos disponíveis na internet que serão selecionados pelo professor. Para provarem que estão aptos a realizar o projeto os alunos farão uma entrevista com o professor, aonde o mesmo testará algumas noções necessárias. Será então estipulado um prazo para os grupos, dentro dele eles terão liberdade de trabalhar de acordo com seus horários e criatividade, tendo o suporte do professor pelo WhatsApp Business e Google Meet quando necessário.

Concluído o prazo, o professor vai realizar testes no projeto, verificar a qualidade e elaborar um feedback para cada grupo. Além disso, vai selecionar o melhor e apresentar junto ao grupo para a empresa contratada. Finalizadas as entregas, será solicitado que os alunos, empresas e professor respondam avaliações individuais a respeito de toda sua experiência com a Experience.Tech.

Logo, a partir desse MVP, a Experience.Tech pretende entender se seu serviço está alinhado com as expectativas e limitações de seus clientes e funcionários. Além de identificar possíveis gargalos em seus processos para validar a viabilidade operacional e financeira do projeto.

2.3 Preço

A Experience.Tech fornecerá de forma gratuita os acessos aos materiais e projetos para os alunos, todavia, a receita será obtida por meio das empresas que vão pagar de acordo com a complexidade do projeto solicitado. Dessa forma, será realizado um levantamento sobre as necessidades da empresa e com base nesse diagnóstico será criado um documento contemplando as principais características do projeto como, custo, prazo e qualidade (funcionalidades). A tabela 13 evidencia o preço médio por projeto.

Tabela 13 – Valor médio por projeto

Preço Médio	4.850
--------------------	--------------

Fonte: Autores, 2021.

A forma de pagamento se dará no início do projeto, tendo como possibilidade o pagamento por boleto ou cartão de crédito, sendo o parcelamento máximo limitado, de primeiro momento, a quantidade de meses da data de entrega do projeto em relação à contratação. Podendo o parcelamento variar no futuro, dependendo da necessidade de capital de giro (NCG) da empresa, para que as operações sigam funcionando normalmente. Caso o projeto não seja viabilizado o contratante terá devolução total do valor pago.

2.4 Promoção

O P de promoção irá definir o plano de vendas traçado para alcançar os clientes da empresa. Dessa forma, a Experience.Tech irá aplicar ferramentas e estratégias de divulgação em seus dois públicos-alvo, sendo eles: estudantes interessados na área de tecnologia e empresas que buscam realizar projetos no âmbito de TI.

Visando o público-alvo empresas, o principal meio será a área comercial da Experience.Tech que contará com representantes que buscarão e entrarão em contato com empresas que necessitam se desenvolver por meio da tecnologia. O setor será responsável também pela busca de parcerias com instituições como Sebrae e Associações comerciais e industriais, para facilitar o alcance de empresas. A Experience.Tech também contará com a *MailChimp* que é uma plataforma de

automação de marketing e serviço de e-mail marketing, usada por empresas para gerenciar suas listas de mala direta e criar campanhas de e-mail marketing e automações para enviar aos clientes, será utilizado o plano gratuito.

Com a visibilidade que o marketing digital oferece hoje em dia, o público-alvo de estudantes será alcançado via perfis em redes sociais com marketing orgânico (entre eles: Instagram, Facebook, LinkedIn), gerenciados pelo analista de marketing, porém além do digital a Experience.Tech também marcará presença em eventos (como feiras de empregos e estudantis) e parcerias com faculdades.

Dessa forma, a empresa buscará alcançar sua meta de clientes por meio de um conjunto de ferramentas apresentadas na tabela 14.

Tabela 14 – Ferramentas de Marketing

Ferramentas
Marketing Orgânico
Divulgação em Faculdades
Eventos

Fonte: Autores, 2021.

Os custos em relação aos meios de divulgação eventos serão definidos de acordo com uma média²⁷²⁸ de gastos pré-definidas abaixo. É levado em consideração que a Experience.Tech participará de uma média de 5 dias de eventos ao longo do ano e que esse número aumente conforme aumenta demanda. Nesse período serão necessárias as seguintes despesas. O investimento por eventos está descrito na tabela 15.

²⁷ Disponível em: https://www.mediamarketing.com.br/blogs/news/quanto-custa-um-stand-em-feira_
Acesso em: 08/11/2021

²⁸ Disponível em: http://www.arandaeventos.com.br/eventos2017/netcom/ae_freserva.php
Acesso em: 08/11/2021

Tabela 15 – Investimento em Eventos

Eventos	Investimento na Ferramenta				
	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Quantidade de dias de evento	4	8	14	18	21
Estande Padrão (4 m²)	4.800	9.600	16.800	21.600	25.200
Locação do espaço	14.400	28.800	50.400	64.800	75.600
Brindes	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Taxa de Limpeza	352	704	1.232	1.584	1.848
Gastos com a equipe	5.200	10.400	18.200	23.400	27.300
<i>Transporte</i>	1.600	3.200	5.600	7.200	8.400
<i>Hospedagem</i>	2.000	4.000	7.000	9.000	10.500
<i>Alimentação</i>	1.600	3.200	5.600	7.200	8.400
Total	36.752	61.504	98.632	123.384	141.948

Fonte: Autores, 2021.

Na tabela 16 apresenta o valor que será gasto com as divulgações em faculdades.

Tabela 16 - Investimento em Divulgação em Instituições de Ensino

Divulgação em Instituições de Ensino	Investimento na Ferramenta				
	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Quantidade de Visitas	24	30	72	96	120
Transporte	9.600	12.000	28.800	38.400	48.000
Hospedagem	6.000	7.500	18.000	24.000	30.000
Alimentação	4.800	6.000	14.400	19.200	24.000
Brindes	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Total	32.400	37.500	73.200	93.600	114.000

Fonte: Autores, 2021.

Por fim, o valor de marketing orçado para os 5 anos será dividido entre eventos e divulgação em instituições de ensino.

Tabela 17 - Investimento em Marketing para parcerias com escolas

Total	Investimento na Ferramenta				
	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
Eventos	36.752	61.504	98.632	123.384	141.948
Divulgação	32.400	37.500	73.200	93.600	114.000
Total	69.152	99.004	171.832	216.984	255.948

Fonte: Autores, 2021.

Assim sendo, foi feito o logotipo que será publicado nas mídias sociais para promoção da marca Experience.Tech, sendo o primeiro contato com o público-alvo. Por isso, foi construído com base nos valores da empresa visando que os usuários sejam conquistados e cativados. A Figura 4 – Peça Publicitária Experience.Tech

ilustra a arte a ser publicada:

Figura 4 – Peça Publicitária Experience.Tech



Fonte: Autores, 2021.

2.5 Gestão da Marca

Para a criação da Logomarca a Experience.Tech optou por somar os pontos principais da empresa em uma única imagem, para isso criou-se um logo que contém um capelo remetendo a educação, o tendo em vista que o objeto é utilizado no momento de concretização de um objetivo educacional, a graduação acadêmica. Adjunto do capelo está um computador/livro que remete também a educação, mas como ponto principal a tecnologia, ferramenta está necessária para que uma linguagem de programação possa ser desenvolvida.

Para a escolha das cores, em conformidade com a psicologia das cores²⁹, a Experience.Tech escolheu o azul-claro, cor essa que está associada a calma,

²⁹ Disponível em: <https://www.significados.com.br/psicologia-das-cores/> Acessado: 05/10/2021.

serenidade e tranquilidade, características necessárias para um bom aprendizado, tendo em vista que “educação” é o processo para facilitar o aprendizado ou a aquisição de conhecimentos.

Por fim, o nome da empresa se deu pela junção dos nomes em inglês das palavras experiência (EXPERIENCE) e da contração da palavra tecnologia (TECH). A escolha do nome ocorre pelo fato da proposta de valor ser exatamente a oferta de um aprendizado na prática por meio da resolução dos projetos solicitados pelas empresas. A figura 5 representa a logomarca da Experience.Tech.

Figura 5 - Logomarca Experience.Tech



Fonte: Autores, 2021.

2.6 Posicionamento da Marca

Em conformidade com as estratégias genéricas de Porter (2004), as estratégias são divididas em 3 tipos: diferenciação, liderança em custos e foco. Dessas três a Experience.Tech estará alocada na liderança em custos, no que diz respeito a proposta de valor para as empresas que adquirirem o projeto, fornecendo projetos de qualidade, mas com um custo 30% mais barato.

No que concerne a proposta de oferecer projetos práticos para estudantes a empresa utilizará a estratégia de diferenciação, tendo em vista o potencial de aprendizado que o aluno terá ao resolver projetos reais na prática, algo que nenhuma empresa brasileira fornece hoje no mercado.

3 ESTIMATIVA DE GASTOS

3.1 Estimativa de gastos

A Experience.Tech então vai posicionar suas ações de marketing no alcance de alunos por meio de redes sociais, visando um alcance por marketing orgânico, da divulgação em escolas de ensino médio e superior e por fim, na divulgação em eventos educacionais.

Para isso, foi calculada a estimativa de gastos para os próximos 5 anos, com base no limite de despesas determinado de acordo com o faturamento, sendo ela apresentada na tabela 18:

Tabela 18 - Estimativa de gastos com marketing

	Investimento em Marketing				
	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	5º ano
<i>Eventos</i>	23.440	25.728	28.016	30.304	32.592
<i>Parcerias com escolas</i>	31.233	51.607	78.321	120.167	180.409
Total	54.673	77.335	106.337	150.471	213.001

Fonte: Autores, 2021.

4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DE VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

Tendo analisado todo Plano de Marketing, estimativas de gastos e a previsão e mensuração da demanda, a Experience.Tech constatou que as estratégias implementadas pela empresa são viáveis no que diz respeito a conversão do público-alvo. A Experience.Tech entende que existe uma viabilidade mercadológica factível para o mercado para o mercado em que a empresa atuará.

CAPÍTULO VI – VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

1 PROJEÇÃO DE COLABORADORES

A projeção de colaboradores foi elaborada pensando em cumprir as atividades que serão desenvolvidas pela Experience.Tech para alcançar o resultado planejado e com isso atender seus clientes – estudantes e empresas – de forma eficiente.

1.1 Atividades

Cada cargo foi desenhado pensando em atender as demandas da empresa, para isso foram distribuídos de forma a suprir a necessidade de cada área dentro da Experience.Tech. A seguir serão apresentados na Tabela 19 as descrições dos cargos:

Tabela 19 - Descrição de cargo

Cargo	Descrição
CEO	Dirigir a companhia onde terá como responsabilidade a tomada de decisões estratégicas, estar inteirado do que acontece no ambiente externo, visando o desempenho da organização no alcance das metas. Mapeará o mercado para identificar riscos e oportunidades de negócio da Experience.Tech, além de monitorar dados sobre a empresa e clientes, para assim gerar análises que contribuam para uma tomada de decisão assertiva. Gerenciar o quadro de colaboradores, planejar e desenvolver programas de T&D e R&S, processo de desligamento, elaborar plano de carreira, retenção de talentos, plano de cargos e salários e gerenciar funcionários terceirizados. Planejar, gerir e acompanhar a gestão de atividades como: contas a pagar, receber, fluxo de caixa e pagamentos de impostos entre outros.
ANALISTA DE RELACIONAMENTO TI	Prospectar novos negócios na área de tecnologia, fazer levantamento das necessidades técnicas, participar na construção de soluções, avaliar e validar os projetos dos estudantes, educar os representantes comerciais, professores e estudantes sobre a importância dos projetos para com as empresas e os benefícios que a Experience.Tech pode oferecer quando novos projetos forem implantados nas empresas.

Continua na página seguinte.

Cargo	Descrição
ANALISTA DE MARKETING	Elaborar estratégias de campanhas em mídias sociais. Realizar pesquisas de mercado e analisar o comportamento dos clientes para entender as necessidades e criar serviços se necessário. Prestar suporte na organização de feiras, palestras e eventos de capacitação.
ESTAGIÁRIO DE MARKETING	Prestará auxílio no acompanhamento da definição de estratégias de lançamento de novos serviços, campanhas em mídias sociais e nas rotinas administrativas da área junto aos analistas.
REPRESENTANTE COMERCIAL	Gerenciar a carteira de clientes, apresentar e negociar as propostas de valor dos projetos com o intuito da concretização do negócio. Também atuará como mediador entre o departamento de marketing e a área comercial.
PROFESSORES	Prestar suporte, avaliar e validar junto ao Gerente de relacionamento os projetos dos estudantes. Auxiliar o analista de curso na criação de materiais para a plataforma. Auxiliar no suporte as dúvidas dos estudantes e empresas seja via e-mail, telefone, mídias sociais ou via plataforma e direcionar para a área responsável.

Fonte: Autores, 2021.

1.2 Organograma

A Figura 6 apresenta como será a estruturação dos cargos de acordo a posição de cada cargo dentro da empresa.

Figura 6 - Organograma Experience.Tech



Fonte: Autores, 2021.

1.3 Headcount

O número de colaboradores foi calculado visando o crescimento da Experience.Tech e está descrito na Tabela 20.

Tabela 20 - Headcount Cargos

HEADCOUNT					
Cargos	Quantidade de colaboradores				
	2022	2023	2024	2025	2026
CEO	1	1	1	1	1
ANALISTA DE RELACIONAMENTO TI	1	1	1	1	1
ANALISTA DE MARKETING	1	1	1	1	1
ESTAGIÁRIO DE MARKETING	0	0	1	1	1
REPRESENTANTE COMERCIAL	4	4	5	5	5
PROFESSORES	1,5	2	3	4,5	7,5
TOTAL	8,5	9	12	13,5	16,5

Fonte: Autores, 2021.

1.4 Competências

A Experience.Tech entende que para alcançar bons resultados é necessário ter colaboradores com as competências descritas conforme Tabela 21.

Tabela 21 – Competências

Cargos	Formação	Competência
CEO	Graduação em Administração e Ciências Contábeis e MBA em Gestão da Inovação e Capacidade Tecnológica ou áreas afins.	Capacidade de assumir riscos e tomar decisões sob pressão, inteligência emocional, sinergia, ser capaz de motivar, direcionar, ensinar, inspirar e ter uma visão estratégica e analítica a longo prazo.
ANALISTA DE RELACIONAMENTO TI	Graduação em Tecnologia da Informação com especialização em Gerenciamento de Projetos.	Domínio das tecnologias, capacidade de negociação, resiliência, liderança, gerenciar sistemas internos, boa comunicação interpessoal e ter visão estratégica.
ANALISTA DE MARKETING	Graduação em Marketing, Publicidade e Propaganda ou Comunicação Social.	Comunicativo, domínio de mídias sociais e ferramentas com foco em publicidade, organização, boa leitura de cenários, planejar e atuar na performance de campanhas, analisar comportamento do consumidor e apresentação de resultados.
ESTAGIÁRIO DE MARKETING	Cursando Marketing, Publicidade e Propaganda ou Comunicação Social.	Proatividade, conhecimento em mídias sociais e determinação em aprender.
REPRESENTANTE COMERCIAL	Desejável graduação em Gestão de Negócios ou áreas afins.	Boa comunicação e apresentação, postura que transmita confiança, domínio de tecnologias, entendimento de mercado, resiliência, persuasão, foco e determinação para negociação.
PROFESSORES	Graduação em Tecnologia da Informação com especialização em Gerenciamento de Projetos.	Boa didática, liderança, empatia, boa comunicação interpessoal, pensamento crítico, curadoria de conteúdo, domínio das tecnologias e capacidade de inovação.

Fonte: Autores, 2021.

1.5 Níveis de Complexidade

Na tabela 22 está descrito o nível de complexidade de cada cargo e o que se espera quanto ao conjunto de atividades.

Tabela 22 - Níveis de Complexidade

Cargos	Nível de Complexidade	Nível de Atuação	Papel essencial	Tomada de decisão	Característica Predominante
ESTAGIÁRIO DE MARKETING	1	Operacional	Colaborador, auxiliar	Coleta	Conhecimentos e habilidades. Necessita supervisão.
REPRESENTANTE COMERCIAL	2	Operacional	Contribuidor Individual	Sistematiza/Organiza	Procura mobilizar habilidades e conhecimentos, porém ainda precisa de orientação.
ANALISTA DE RELACIONAMENTO TI	3	Tático	Mentor, Integrador	Participa da decisão	Assume responsabilidade por si e por outros. Mobiliza habilidades, conhecimentos e toma atitudes.
ANALISTA DE MARKETING	3	Tático	Mentor, Integrador	Participa da decisão	
PROFESSORES	3	Tático	Mentor, Integrador	Analisa/Recomenda	
CEO	4	Estratégico	Diretor, Estrategista, Responsável, Gestor	Decide/Responde	Assume responsabilidade perante a sociedade e a organização. Mobiliza habilidades, conhecimentos e atitudes. Autônomo.

Fonte: Autores, 2021.

2 PLANO DE GESTÃO DE PESSOAS

2.1 Remuneração

O salário dos colaboradores da Experience.Tech será composto pelo salário base mais os benefícios oferecidos pela empresa. Para definir o valor de cada salário foi realizada uma média dos valores que o mercado paga atualmente³⁰.

A tabela 23 descreve o valor do salário base, benefícios e encargos que a empresa pagará por cada colaborador.

Tabela 23 - Composição dos Salários por Cargo

Salários + Encargos									
Cargos	Salário Bruto	Salário Líquido	INSS	13º salário	Férias + 1/3 das férias	FGTS	Provisão FGTS (13º e	VA/VR	Dissídio
CEO	R\$ 8.000,00	R\$ 6.400,00	R\$ 1.600,00	R\$ 533,33	R\$ 711,04	R\$ 512,00	R\$ 99,55	R\$ 550,00	0%
ANALISTA DE RELACIONAMENTO TI	R\$ 4.141,00	R\$ 3.312,80	R\$ 828,20	R\$ 276,07	R\$ 368,05	R\$ 265,02	R\$ 51,53	R\$ 550,00	5,2%
ANALISTA DE MARKETING	R\$ 4.141,00	R\$ 3.312,80	R\$ 828,20	R\$ 276,07	R\$ 368,05	R\$ 265,02	R\$ 51,53	R\$ 550,00	4,2%
ESTAGIÁRIO DE MARKETING	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 550,00	0%
REPRESENTANTE COMERCIAL	R\$ 2.200,00	R\$ 1.760,00	R\$ 440,00	R\$ 146,67	R\$ 195,54	R\$ 140,80	R\$ 27,38	R\$ 550,00	4,6%
PROFESSORES	R\$ 6.300,00	R\$ 6.300,00							5%
TOTAL	R\$ 26.082,00	R\$ 22.385,60	R\$ 3.696,40	R\$ 1.232,13	R\$ 1.642,68	R\$ 1.182,85	R\$ 229,98	R\$ 2.750,00	

Fonte: Autores, 2021.

2.2 Treinamento e Desenvolvimento

A Experience.Tech terá um portal de Desenvolvimento de Colaboradores (PDC) que disponibilizará: treinamentos de acordo com cada cargo onde o colaborador terá oportunidade de atualizar seus conhecimentos e se aprimorar constantemente; tutoriais como ferramenta de ensino/aprendizagem e um formulário de avaliação de competências com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento do conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA) de cada colaborador da empresa.

As tecnologias mudam constantemente, por isso os professores serão capacitados sempre que surgir uma nova tecnologia, essa capacitação poderá ocorrer através de workshops, palestras e treinamentos.

³⁰ Disponível em: <https://www.salario.com.br/profissao> Acesso em: 30/09/2021.

3 ESTIMATIVA DE GASTOS

Considerando a composição de salários descrita na Tabela 24, será demonstrado abaixo o valor total anual do 1º ao 5º ano de funcionamento da empresa.

Tabela 24 - Projeção dos custos de salários

Projeção 5 anos										
Cargos	2022		2023		2024		2025		2026	
	Quant.	Despesa	Quant.	Despesa	Quant.	Despesa	Quant.	Despesa	Quant.	Despesa
CEO	1	R\$ 127.431,05	1	R\$ 131.399,05	1	R\$ 135.565,45	1	R\$ 139.940,17	1	R\$ 144.533,63
ANALISTA DE RELACIONAMENTO TI	1	R\$ 69.198,18	1	R\$ 71.337,03	1	R\$ 73.587,10	1	R\$ 75.954,17	1	R\$ 78.444,33
ANALISTA DE MARKETING	1	R\$ 68.933,15	1	R\$ 70.649,55	1	R\$ 72.438,05	1	R\$ 74.301,65	1	R\$ 76.243,53
ESTAGIÁRIO DE MARKETING	0	R\$ -	0	R\$ -	1	R\$ 22.200,00	1	R\$ 22.200,00	1	R\$ 22.200,00
REPRESENTANTE COMERCIAL	4	R\$ 159.088,88	4	R\$ 163.094,13	5	R\$ 209.104,53	5	R\$ 214.582,29	5	R\$ 220.312,04
PROFESSORES	1,5	R\$ 117.180,00	2	R\$ 164.052,00	3	R\$ 258.381,90	4,5	R\$ 406.951,49	7,5	R\$ 712.165,11
TOTAL	8,5	R\$ 541.831,26	9	R\$ 600.531,76	12	R\$ 771.277,02	13,5	R\$ 933.929,78	16,5	R\$ 1.253.898,64

Fonte: Autores, 2021.

4 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO NA ORGANIZAÇÃO

A Experience.Tech acredita que o capital humano é um fator primordial para aumentar a competitividade e proporcionar sucesso a organização. Baseado nisso, a escolha das competências e remuneração de cada cargo foi escolhido pensando na satisfação dos colaboradores e no nível de qualificação dos serviços que serão oferecidos pela empresa.

Objetivando resultados positivos financeiramente, a Experience.Tech, visa qualidade pelos profissionais por meio dos seus conhecimentos técnicos, suas experiências, habilidades, seus comportamentos e suas competências pessoais, a busca é qualitativa e não quantitativa, sendo assim a composição do quadro de colaboradores e toda efetiva sem mão de obra terceirizada. Investir nesse conjunto de profissionais é indispensável para que as atividades de cada colaborador efetivamente agreguem valor no que diz respeito aos resultados dos negócios.

Conclui-se que investir no capital humano não é somente uma questão de viabilidade, mas sim fundamental para se alcançar resultados, além do que seria impossível a existência de um negócio sem o componente humano.

CAPÍTULO VII – VIABILIDADE FINANCEIRA

1 PLANO FINANCEIRO

1.1 Pressupostos da análise financeira

A análise financeira englobou todos os dados já citados e demonstrados nesse trabalho, considerando a viabilidade operacional, viabilidade do capital humano e viabilidade mercadológica. Com base nas premissas destes, foram calculadas no decorrer do capítulo o faturamento, despesas, custos, depreciação e tributações.

A respeito da depreciação foram utilizadas as taxas e vidas úteis definidas pela Receita Federal. Quanto ao regime tributário será utilizado o Simples Nacional mais precisamente Anexo V, que diz respeito aos serviços e tecnologia.

Com essas apurações foram elaboradas a DRE e o Fluxo de Caixa, que foram utilizados para os cálculos dos demais indicadores.

1.2 Cálculo do investimento total

O investimento pré-operacional total foi detalhado na tabela 7 do capítulo “Plano Operacional – Estimativa de gastos” e tem um total de R\$ 70.215,89. Já o valor do capital de giro total é o valor do ativo circulante menos o passivo circulante que resulta em um total de R\$ 90.000,00. A soma do investimento pré-operacional e do capital de giro é considerado o investimento total necessário para o início das atividades, ou seja, o valor do capital social da empresa. Na tabela 25 consta o investimento total da Experience.Tech.

Tabela 25 - Investimento Total

Investimento pré-operacional	70.216
Capital de Giro	90.000
Investimento Total	160.216

Fonte: Autores, 2021.

1.3 Estimativa do faturamento mensal para os próximos 5 anos

Para calcular o faturamento mensal dos primeiros 5 anos da Experience Tech foram utilizadas algumas variáveis que influenciam na capacidade da organização de captar clientes, ou seja, de vender projetos de tecnologia, assim definindo o faturamento dela.

Essas variáveis são: Meta de contatos feitos; Taxa de conversão; Preço Médio do Projeto.

A capacidade de gerar receita da empresa apresenta um crescimento sustentável ao longo dos anos, visto que os investimentos que serão feitos impactarão positivamente as variáveis que definem o faturamento.

Os valores estão explícitos na tabela 26:

Tabela 26 - Faturamento Mensal

Faturamento Mensal					
Mês	2022	2023	2024	2025	2026
Jan	50.052	74.407	146.577	244.814	431.980
Fev	51.303	76.639	151.707	254.607	450.123
Mar	52.586	78.938	157.017	264.791	469.028
Abr	53.901	81.307	162.513	275.382	488.727
Mai	55.248	83.746	168.201	286.398	509.254
Jun	56.629	86.258	174.088	297.854	530.642
Jul	58.045	88.846	180.181	309.768	552.929
Ago	59.496	91.511	186.487	322.159	576.152
Set	60.984	94.257	193.014	335.045	600.351
Out	62.508	97.084	199.770	348.447	625.566
Nov	64.071	99.997	206.762	362.385	651.839
Dez	65.673	102.997	213.998	376.880	679.217
Full Year	690.495	1.055.987	2.140.314	3.678.528	6.565.809

Fonte: Autores, 2021.

1.4 Estimativa mensal dos custos fixos e variáveis, despesas, tributação e investimentos para os próximos 5 anos

A seguir estão os gastos da Experience.Tech. Eles foram divididos em despesas comerciais, despesas com marketing, custos fixos e custos variáveis para um melhor acompanhamento e compreensão da parte financeira.

➤ Custos Fixos

Na tabela 27 é possível ver os custos fixos previstos para os próximos 5 anos. Eles incluem os salários dos professores e o custo com a hospedagem do site. Nos dois primeiros anos os salários serão relativos a 1,5 docentes, aumentando para dois no ano seguinte, depois para 3, logo após 4,5 e no quinto ano, 7,5 professores (ressaltando que eles serão contratados como PJ, logo 0,5 professores significa um professor contratado por meio período).

Tabela 27 - Custos Fixos

CSP					
	2022	2023	2024	2025	2026
MOD (Professores)	117.180	164.052	258.382	406.951	712.165
Hospedagem	191	191	191	191	191
Total	117.371	164.243	258.573	407.142	712.356

Fonte: Autores, 2021.

➤ Custos Variáveis

Não foram identificados custos variáveis nas operações da Experience.Tech.

➤ Despesas Administrativas

As despesas administrativas dizem respeito a parte de BackOffice, no caso da Experience.Tech elas englobam aluguel da sede administrativa, energia e água, internet, salários dos funcionários da parte administrativa, pacote Office, compra de futuros computadores e a depreciação dos bens, os valores referentes as despesas citadas estão evidenciadas na tabela 28.

Tabela 28 - Despesas Administrativas

Despesas Administrativas					
	2022	2023	2024	2025	2026
Aluguel	29.520	32.670	36.156	40.013	44.283
Energia e água	3.600	3.984	4.409	4.880	5.400
Internet	1.200	1.328	1.470	1.627	1.800
Mão de obra escritório	265.562	273.386	303.791	312.396	321.421
Office 365	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Computador		3.000	6.000	9.000	9.000
Depreciação	9.170	9.170	9.170	9.170	9.170
TOTAL (por mês)	25.921	27.128	30.250	31.590	32.756
TOTAL (por ano)	311.052	325.538	362.995	379.086	393.075

Fonte: Autores, 2021.

➤ Despesas Comerciais

Quanto as despesas comerciais foram consideradas os gastos com a mão de obra comercial (Representante Comercial) e os investimentos na área de marketing conforme mostra a tabela 29.

Tabela 29 - Despesas Comerciais

Despesas Comerciais					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Mão de obra comercial	159.089	163.094	209.105	214.582	220.312
Marketing	69.152	99.004	171.832	216.984	255.948

Fonte: Autores, 2021.

➤ Depreciação

Na tabela 30 está demonstrado os valores gastos com a depreciação de cada item da Experience.Tech.

Tabela 30 - Depreciação

Objeto	Taxa Anual de Depreciação (%)	Anos de Vida Útil	Valor	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Depreciação Acumulada
Laptop	20%	5 anos	R\$ 33.000,00	R\$ 6.600,00	R\$ 6.600,00	R\$ 6.600,00	R\$ 6.600,00	R\$ 6.600,00	R\$ 33.000,00
Impressora	20%	5 anos	R\$ 2.000,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
Celulares	10%	5 anos	R\$ 4.000,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
Modem	20%	5 anos	R\$ 500,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 500,00
Office 365	N/E	N/E	R\$ 2.000,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
Mesas e Cadeiras	10%	10 anos	R\$ 4.000,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 2.000,00
Armários	10%	10 anos	R\$ 1.000,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 500,00
Balcão	10%	10 anos	R\$ 1.200,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 600,00
Ar Condicionado	10%	10 anos	R\$ 1.500,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 750,00
Geladeiras e/ou freezers	10%	10 anos	R\$ 1.800,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 900,00
Luminárias	10%	10 anos	R\$ 1.200,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 600,00
Cortinas	20%	5 anos	R\$ 1.000,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
TOTAL				R\$ 9.170,00	R\$ 9.170,00	R\$ 9.170,00	R\$ 9.170,00	R\$ 9.170,00	R\$ 45.850,00

Fonte: Autores, 2021.

➤ Tributação

A tributação da Experience.Tech se dará pelo Simples Nacional, um sistema de tributação simplificado criado pelo Governo Federal para simplificar o recolhimento de tributos por parte das micro e médias empresas. A Experience.Tech se enquadrará no “Anexo V” do Simples Nacional, anexo este, destinado a empresas de serviço e tecnologia. Entretanto, no último ano a empresa não se encaixa mais no Simples Nacional e por conta disso irá realizar o pagamento a partir do lucro presumido. Os valores tributados estão demonstrados na tabela 31 – Cálculo Simples Nacional:

Tabela 31 - Cálculo Simples Nacional

Cálculo Simples Nacional - Experience.Tech		
Período	Faturamento	Imposto a Pagar
2022	R\$ 690.495,02	R\$ 115.952,89
2023	R\$ 1.055.986,51	R\$ 195.066,88
2024	R\$ 2.140.314,47	R\$ 415.105,63
2025	R\$ 3.678.527,60	R\$ 763.495,80
2026	R\$ 6.565.808,56	R\$ 930.011,98

Fonte: Autores, 2021.

1.5 Demonstrativo de resultados mensal para os próximos 5 anos

O Demonstrativo de Resultados, mais conhecido como DRE, é um relatório contábil de grande importância, que vai determinar como está o desempenho financeiro da empresa, por meio de sua receita, custos, despesas e impostos, resumidamente.

Abaixo será apresentada a DRE da Experience.Tech para os próximos 5 anos, tendo ela um resultado negativo apenas em seu primeiro ano por conta do alto investimento nas despesas administrativas em comparação com seu faturamento que no início não terá uma alta taxa de conversão. A partir do 2º ano a empresa começa a ter um resultado positivo e viável.

- Receita: faturamento calculado no tópico 1.3 do capítulo atual;
- CSP: custo de hospedagem apresentado no capítulo de produção e mão de obra direta dos professores, apresentada no capítulo de recursos humanos;
- Resultado operacional Bruto: receita subtraída dos custos de serviço prestado;
- Marketing: valor calculado no capítulo 5 de viabilidade mercadológica.
- Administrativas: valor de mão de obra do escritório, representado na tabela 23 do capítulo de recursos humanos;
- Depreciação: cálculo com base no investimento inicial, como mostra a tabela 30 do tópico 1.4 do capítulo atual;
- Resultado operacional líquido: resultado operacional bruto menos despesas;

- Imposto: Cálculo sobre simples nacional como detalhado no capítulo atual, tópico 1.4;
- Lucro líquido: resultado operacional líquido menos os tributos.

A tabela 32 apresenta o demonstrativo de resultado dos anos de 2022 a 2026.

Tabela 32 - Demonstrativo de Resultado para os próximos 5 anos

<i>Demonstrativo de Resultado</i>	2022	2023	2024	2025	2026
Receitas	690.495	1.055.987	2.140.314	3.678.528	6.565.809
(-) CSP	117.180	164.052	258.382	406.951	712.165
(-) Deduções	17.262	26.400	53.508	91.963	164.145
Resultado Operacional Bruto	556.053	865.535	1.828.425	3.179.613	5.689.498
Despesas	556.053	865.535	1.828.425	3.179.613	5.689.498
(-) Marketing	69.152	99.004	171.832	216.984	255.948
(-) Administrativas	363.855	379.341	395.646	412.832	427.967
(-) Depreciação	9.170	9.170	9.170	9.170	9.170
Resultado Operacional Líquido	113.876	378.020	1.251.777	2.540.627	4.996.413
Tributos	115.953	195.067	415.106	763.496	930.012
(-) Imposto	115.953	195.067	415.106	763.496	930.012
Lucro Líquido	- 2.077	182.953	836.671	1.777.131	4.066.401

Fonte: Autores, 2021.

1.6 Estimativa do fluxo de caixa futuro mensal para os próximos 5 anos

O fluxo de caixa é um relatório importante para entender o saldo entre o que a empresa vai receber e o que irá ter que pagar no exercício, podendo assim verificar se há capital de giro necessário para manter as operações no período.

A tabela 33 irá apresentar a projeção de fluxo de caixa para os próximos 5 anos, levando em consideração que os recebimentos serão à vista, logo, dentro do exercício. No apêndice estarão os detalhamentos mensais de cada ano da Experience.Tech.

Tabela 33 - Fluxo de caixa para os próximos 5 anos

Fluxo de Caixa									
Mês/Ano	Saldo Inicial	Total Entrada	MOD + Hospedagem	MOI	Saída			Total Saída	Saldo Final
0		90.000						90.000	180.000
0								70.216	160.216
jan-22	90.000	50.052	9.450	26.820	3.027	5.763	7.758	52.817	87.235
fev-22	87.235	51.303	9.450	26.820	3.027	5.763	7.952	53.011	85.527
mar-22	85.527	52.586	9.450	26.820	3.027	5.763	8.151	53.210	84.903
abr-22	84.903	53.901	9.450	26.820	3.027	5.763	8.535	53.594	85.210
mai-22	85.210	55.248	9.923	27.532	3.027	5.763	9.000	55.243	85.214
jun-22	85.214	56.629	9.923	27.532	3.027	5.763	9.396	55.640	86.204
jul-22	86.204	58.045	9.923	27.532	3.027	5.763	9.798	56.041	88.207
ago-22	88.207	59.496	9.923	27.532	3.027	5.763	10.255	56.499	91.205
set-22	91.205	60.984	9.923	27.532	3.027	5.763	10.680	56.924	95.264
out-22	95.264	62.508	9.923	27.532	3.027	5.763	11.086	57.329	100.443
nov-22	100.443	64.071	9.923	27.532	3.027	5.763	11.479	57.722	106.791
dez-22	106.791	65.673	9.923	27.532	3.027	5.763	11.865	58.108	114.356
jan-23	114.356	74.407	13.230	27.532	3.582	8.250	13.443	66.037	122.726
fev-23	122.726	76.639	13.230	27.532	3.582	8.250	13.883	66.477	132.888
mar-23	132.888	78.938	13.230	27.532	3.582	8.250	14.359	66.953	144.873
abr-23	144.873	81.307	13.230	27.532	3.582	8.250	14.854	67.448	158.731
mai-23	158.731	83.746	13.892	28.279	3.582	8.250	15.364	69.367	173.110
jun-23	173.110	86.258	13.892	28.279	3.582	8.250	15.889	69.892	189.477
jul-23	189.477	88.846	13.892	28.279	3.582	8.250	16.430	70.433	207.890
ago-23	207.890	91.511	13.892	28.279	3.582	8.250	16.987	70.990	228.411
set-23	228.411	94.257	13.892	28.279	3.582	8.250	17.561	71.563	251.104
out-23	251.104	97.084	13.892	28.279	3.582	8.250	18.151	72.154	276.034
nov-23	276.034	99.997	13.892	28.279	3.582	8.250	18.759	72.762	303.269
dez-23	303.269	102.997	13.892	28.279	3.582	8.250	19.385	73.388	332.878
jan-24	332.878	146.577	20.837	28.279	4.170	14.319	27.675	95.280	384.175
fev-24	384.175	151.707	20.837	28.279	4.170	14.319	28.801	96.406	439.477
mar-24	439.477	157.017	20.837	28.279	4.170	14.319	29.957	97.562	498.932
abr-24	498.932	162.513	20.837	28.279	4.170	14.319	31.146	98.751	562.694
mai-24	562.694	168.201	21.879	29.062	4.170	14.319	32.370	101.800	629.094
jun-24	629.094	174.088	21.879	29.062	4.170	14.319	33.631	103.061	700.122
jul-24	700.122	180.181	21.879	29.062	4.170	14.319	34.930	104.360	775.943
ago-24	775.943	186.487	21.879	29.062	4.170	14.319	36.269	105.699	856.731
set-24	856.731	193.014	21.879	29.062	4.170	14.319	37.650	107.080	942.665
out-24	942.665	199.770	21.879	29.062	4.170	14.319	39.130	108.560	1.033.875
nov-24	1.033.875	206.762	21.879	29.062	4.170	14.319	40.877	110.307	1.130.330
dez-24	1.130.330	213.998	21.879	29.062	4.170	14.319	42.671	112.101	1.232.227
jan-25	1.232.227	244.814	32.819	29.062	4.793	18.082	49.204	133.960	1.343.081
fev-25	1.343.081	254.607	32.819	29.062	4.793	18.082	51.496	136.252	1.461.435
mar-25	1.461.435	264.791	32.819	29.062	4.793	18.082	53.879	138.635	1.587.591
abr-25	1.587.591	275.382	32.819	29.062	4.793	18.082	56.356	141.112	1.721.862
mai-25	1.721.862	286.398	34.460	29.883	4.793	18.082	58.930	146.148	1.862.112
jun-25	1.862.112	297.854	34.460	29.883	4.793	18.082	61.605	148.823	2.011.142
jul-25	2.011.142	309.768	34.460	29.883	4.793	18.082	64.386	151.604	2.169.305
ago-25	2.169.305	322.159	34.460	29.883	4.793	18.082	67.277	154.495	2.336.969
set-25	2.336.969	335.045	34.460	29.883	4.793	18.082	70.282	157.499	2.514.514
out-25	2.514.514	348.447	34.460	29.883	4.793	18.082	73.405	160.623	2.702.339
nov-25	2.702.339	362.385	34.460	29.883	4.793	18.082	76.651	163.869	2.900.854
dez-25	2.900.854	376.880	34.460	29.883	4.793	18.082	80.025	167.243	3.110.491
jan-26	3.110.491	431.980	57.433	29.883	5.207	21.329	60.767	174.618	3.367.852
fev-26	3.367.852	450.123	57.433	29.883	5.207	21.329	63.403	177.255	3.640.721
mar-26	3.640.721	469.028	57.433	29.883	5.207	21.329	66.150	180.001	3.929.747
abr-26	3.929.747	488.727	57.433	29.883	5.207	21.329	69.012	182.864	4.235.611
mai-26	4.235.611	509.254	60.304	30.744	5.207	21.329	71.995	189.579	4.555.286
jun-26	4.555.286	530.642	60.304	30.744	5.207	21.329	75.102	192.687	4.893.242
jul-26	4.893.242	552.929	60.304	30.744	5.207	21.329	78.341	195.925	5.250.246
ago-26	5.250.246	576.152	60.304	30.744	5.207	21.329	81.715	199.299	5.627.100
set-26	5.627.100	600.351	60.304	30.744	5.207	21.329	85.231	202.815	6.024.635
out-26	6.024.635	625.566	60.304	30.744	5.207	21.329	88.895	206.479	6.443.722
nov-26	6.443.722	651.839	60.304	30.744	5.207	21.329	92.712	210.296	6.885.265
dez-26	6.885.265	679.217	60.304	30.744	5.207	21.329	96.690	214.274	7.350.207

Fonte: Autores, 2021.

1.7 Cálculo e análise dos Indicadores de viabilidade financeira

Os indicadores de viabilidade financeira auxiliam na avaliação da viabilidade real da empresa. O período de payback é o período do retorno de um investimento, neste caso, o payback é o período de retorno do investimento inicial da companhia.

Atualmente a empresa obtém seu payback nos primeiros 1,65 anos do projeto, de maneira que só passa a ter lucro operacional no 2º ano.

Já o valor presente líquido determina o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial.

A taxa de valor presente é um índice que indica se o investimento trará lucro ou não. Para realizar o cálculo dele trazemos os valores de investimento e das despesas futuras para o presente. É possível concluir que a taxa do valor presente da

empresa está ótima, pois ela é razoavelmente maior que a TMA.

Em relação ao Ponto de Equilíbrio, medida que determina a quantidade de projetos que precisam ser realizados para ter um resultado igual a 0. Na tabela 34 estão os valores de todos os indicadores de viabilidade financeira.

Tabela 34 - Indicadores

Indicadores	
TMA	20,00%
PAYBACK	1,65324424
TIRM	9,70%
Taxa de Valor Presente	R\$ 3.344.446,16
Margem de Contribuição Total	R\$ 504.163,02
Margem de Contribuição Unitária	R\$ 3.541,21
Ponto de Equilíbrio (R\$)	R\$ 102,75

Fonte: Autores, 2021

1.8 Cenários

Cenário Otimista:

No cenário otimista será considerada a possibilidade da equipe comercial ter uma taxa de conversão de empresas em clientes maior do que a esperada.

Essa variável impactaria diretamente no faturamento da organização e em contra partida, mais projetos sendo fechados significam que a necessidade de professores e alunos aumentará também, logo essas demandas gerarão mais custos variáveis (salário de professores) e despesas variáveis (Investimento em marketing).

Logo, aumentando a eficiência da equipe comercial e sua capacidade de fechar contratos, o lucro líquido da organização aumentaria, de maneira que o crescimento do faturamento é maior do que o dos custos e despesas gerados.

Cenário Pessimista:

No Cenário Pessimista será considerada a hipótese de que a taxa de conversão de alunos em clientes seja menor do que a esperada.

Caso as parcerias com faculdades e investimentos em mídias sociais não

gerem o resultado esperado, a organização terá uma deficiência em sua capacidade de realizar projetos para empresas, assim alterando sua capacidade produtiva negativamente.

Isso acarretaria uma diminuição da equipe comercial, para que não houvesse desperdício de recursos para captar clientes que não poderiam ser atendidos.

O recurso economizado e outros recursos disponíveis seriam alocados no setor de marketing, para que a organização possibilitasse um alcance maior de possíveis alunos.

2 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA VIABILIDADE FINANCEIRA

Ao realizar todas as análises financeiras, a Experience. Tech apresenta uma saúde financeira sustentável para seus primeiros 5 anos de funcionamento, de maneira que passa a ter um saldo de caixa positivo a partir do quarto mês, assim não necessitando de quantidades exorbitantes de recursos para capital de giro, utilizado para sustentar o prejuízo inicial.

O Payback é atingido relativamente rápido, antes de completar o vigésimo mês de operação, isso se dá pelo baixo investimento inicial, decorrente da baixa necessidade de estruturas físicas e investimentos robustos em tecnologia / infraestrutura, o que a torna atrativa para potenciais investidores.

Outro indicador que se demonstrou muito promissor foi o Valor Presente Líquido, este que traz o lucro, neste caso dos primeiros 5 anos, para a data atual e este resultou em R\$ 3.344.446,16.

Logo é possível concluir que o projeto é Financeiramente Viável, levando em consideração as premissas apresentadas ao longo deste trabalho.

CAPÍTULO VIII – VIABILIDADE DO NEGÓCIO

A Experience.Tech chega no mercado com intuito de ser uma empresa que proporcionará conhecimento na área de linguagem de programação com objetivo de suprir um mercado crescente e promissor, porém com falta de mão de obra qualificada.

Será disponibilizado materiais didáticos aos alunos com o propósito de oferecer experiência prática ao desenvolver projetos reais. Além disso, será ofertado projetos a pequenas e médias empresas com valores mais acessíveis; e aos alunos oportunidade de se capacitar para assim tornarem-se mais competitivos no mercado de trabalho.

Com a pesquisa de campo é possível concluir que a área de atuação escolhida pela empresa é favorável ao crescimento, pois o resultado mostra que os respondentes não só buscam conhecimento, mas também vivenciar experiência na prática. Logo o resultado aponta para um mercado com uma ampla demanda que se sente atraída pela proposta da Experience.Tech.

A Experience. Tech surge para suprir uma necessidade do mercado brasileiro de Tecnologia, sendo ela uma plataforma que possibilitará que indivíduos interessados em aprender programação de uma maneira prática realizem projetos com a supervisão e auxílio de professores capacitados, estes projetos são encomendados por micro, pequenas e médias empresas que tem a necessidade de implementar tecnologias a um custo inferior do praticado no mercado.

Ao realizar as pesquisas de mercado e constatar as necessidades de ambos os lados, e após realizar todos os cálculos que demonstram a viabilidade do negócio conclui-se que o projeto é viável.

CAPÍTULO IX – RESUMO ESTENDIDO

A Experience. Tech tem a missão de integrar alunos e empresas gerando valor para ambas as partes. As empresas terão a possibilidade de adquirir um projeto de tecnologia de qualidade com valor abaixo do mercado, e os alunos terão a oportunidade de obter aprendizado e experiência com a realização de projetos reais com a supervisão de professores capacitados.

Essa proposta de valor surge da problemática existente no mercado de tecnologia brasileiro, atualmente existe pouca oferta de profissionais de tecnologia e em contraste, muita demanda por inovação e desenvolvimento tecnológico. O Brasil possui um déficit de mão de obra na área de tecnologia de 25 mil vagas/ano.

Por ser uma intermediadora, a organização tem dois clientes principais e consequentemente dois públicos alvo, o primeiro é composto por estudantes com interesse em obter experiência prática em programação e o segundo são micro, pequenas e médias empresas com necessidade de projetos na área de tecnologia.

Na pesquisa de mercado realizada com uma amostra de indivíduos interessados em programação, 72% dos respondentes estão dispostos a realizar um projeto real para uma empresa com o intuito de adquirir experiência prática na área.

O mercado de ensino de tecnologia é extremamente abrangente, porém são poucas as plataformas/sites que oferecem uma experiência prática aos alunos, tornando o aprendizado da Experience. Tech único para os estudantes de programação e análise de dados. Além de disponibilizar os materiais de estudo para o aprendizado das linguagens de programação e prestar suporte, ao oferecer a oportunidade da realização de um projeto de tecnologia, a organização garante que os alunos apliquem os seus conhecimentos e tenham uma experiência profissional em seu currículo.

Outro fator que torna a proposta de valor única é o fato do serviço oferecido para os alunos ser totalmente gratuito. A fonte de receita será proveniente do valor cobrado pela venda do projeto de tecnologia para o cliente empresa.

O site será utilizado para guiar toda a jornada dos alunos, a primeira etapa é o contato com os materiais de estudo, onde o aluno aprenderá as linguagens e simultaneamente terá a possibilidade de tirar dúvidas e discutir com professores e alunos no fórum disponibilizado; na segunda etapa, escolherá o projeto que deseja desenvolver e terá o apoio de professores especializados na área por meio de

reuniões virtuais; na terceira etapa, ele entregará o projeto final e receberá um feedback do professor, com intuito de continuar o aprendizado com críticas construtivas.

O primeiro contato com os clientes empresas será feito pelo time comercial que entrará em contato com as empresas pelo telefone oferecendo projetos de tecnologia moldados de acordo com a necessidade de cada cliente. Para fechar o projeto com o cliente, a equipe comercial cria um documento com todas as características do projeto como tempo, custo, e funcionalidades essenciais. Logo após, divulgará estes projetos no site para que alunos o desenvolvam.

O site será construído por um terceiro, porém as atualizações e manutenções serão realizadas pela área interna de TI. Ele será composto por uma página de divulgação dos projetos, uma página com os materiais de estudo e um fórum da comunidade.

De acordo com os indicadores calculados ao longo dos primeiros 5 anos da companhia, a Experience. Tech apresenta uma boa saúde financeira e é viável, isso pode ser demonstrado por meio do fluxo de caixa. O saldo final de cada período é de:

2022: R\$ 114.356,00

2023: R\$ 332.878,00

2024: R\$ 1.232.227,00

2025: R\$ 3.110.491,00

2026: R\$ 7.350.207,00

De acordo com o plano de negócio apresentado, é possível concluir que é um projeto viável e com previsão de um futuro saudável.

REFERÊNCIAS

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva**. Elsevier Brasil, 2004.

PORTER, M.E. **The five competitive forces that shape strategy**. *Harvard business review*, Boston, v.86, n.1, p. 78-93, 2008.

RIBEIRO, Antonio.de. L. **Gestão de Treinamento de pessoas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. 9788547230449. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547230449/>. Acesso em: 03 out. 2021.

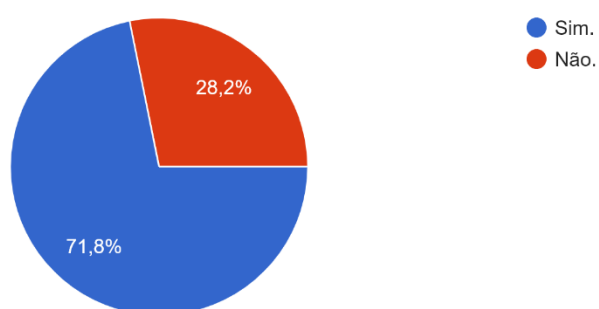
APÊNDICES

Apêndice A – Pesquisa de Campo

A pesquisa foi realizada através do Google Forms e a divulgação foi pela ferramenta WhatsApp.

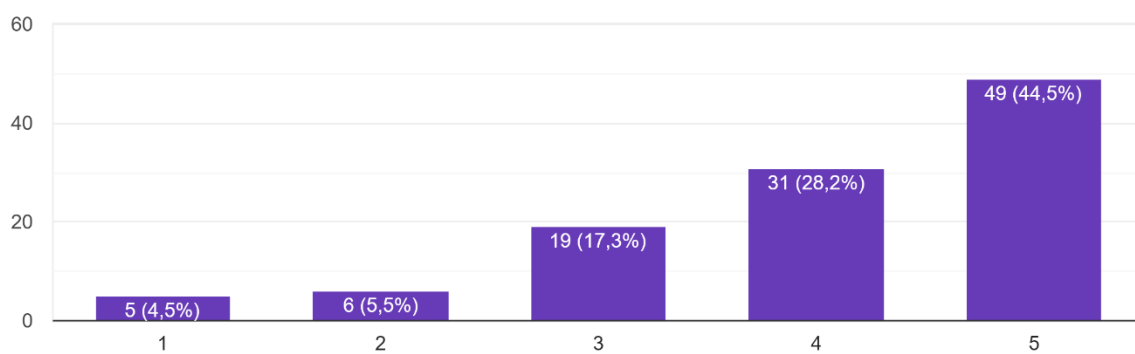
Você já buscou ou busca material/cursos gratuitos online para aprender a programar?

110 respostas



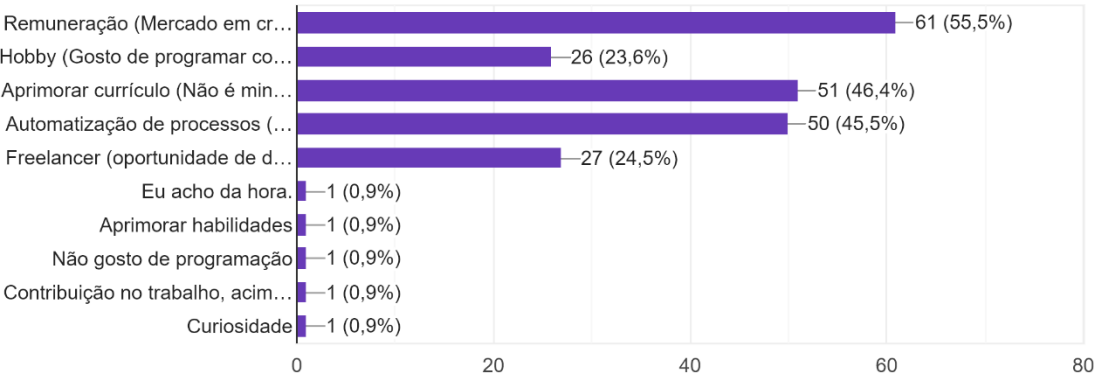
Com apoio de materiais e profissionais da área, o quanto você estaria disposto a aplicar seus conhecimentos em programação em um projeto real ... intuito de desenvolver e adquirir experiência?

110 respostas



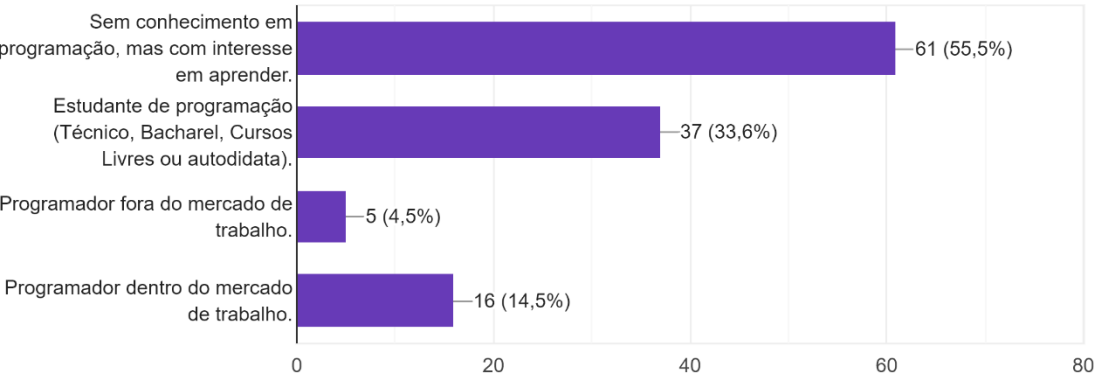
Por que você quer aprender a programar?

110 respostas



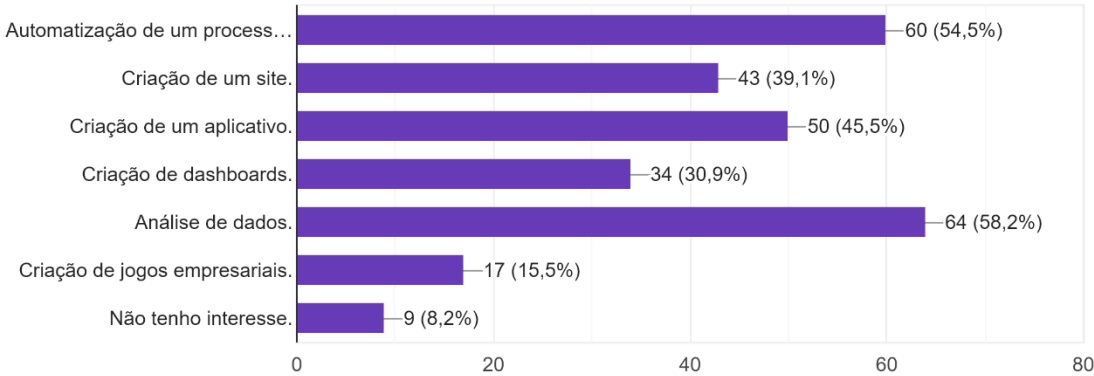
Em qual perfil você se encaixa?

110 respostas



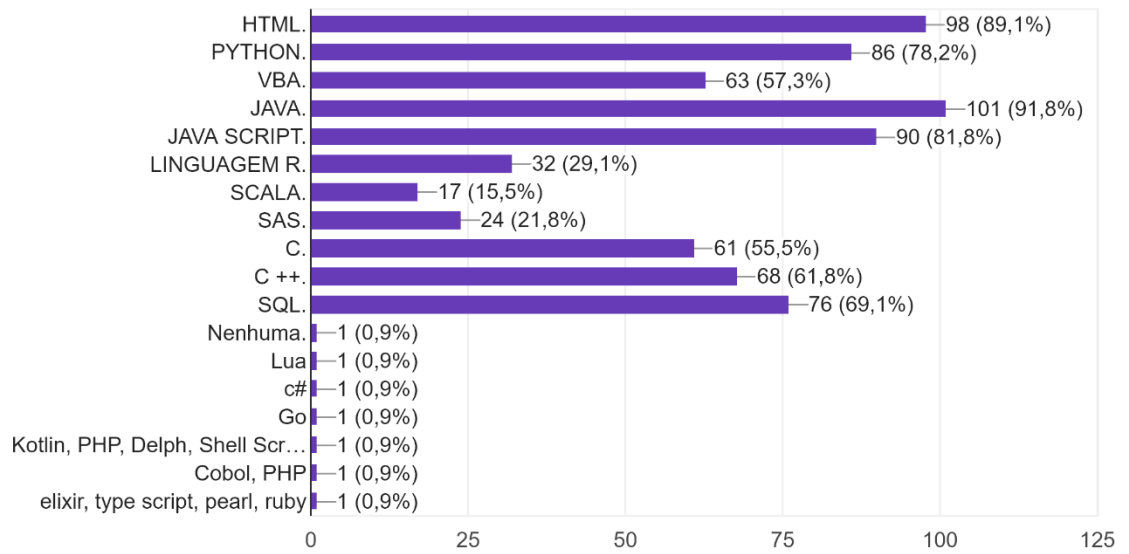
O que você gostaria de aprender a fazer com estes projetos?

110 respostas



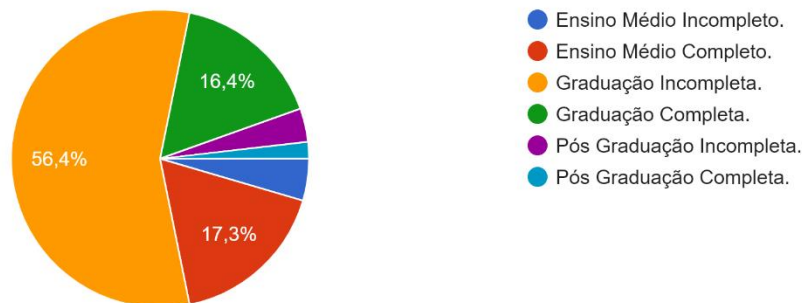
Das linguagens a seguir, quais você já ouviu falar ?

110 respostas



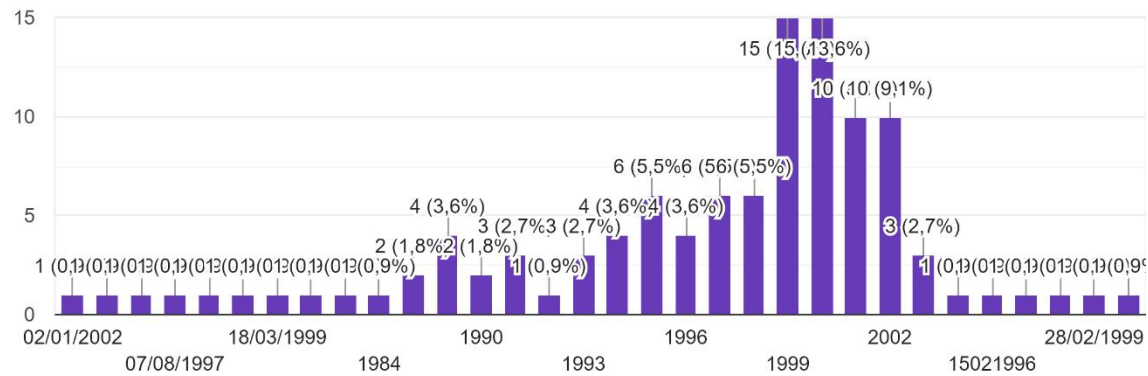
Qual seu grau de escolaridade?

110 respostas



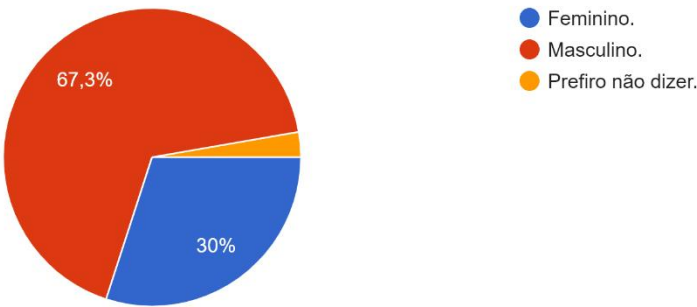
Qual é o seu ano de nascimento? *

110 respostas



Qual seu gênero?

110 respostas



Apêndice B – Consulta Registro da marca


BRASIL

Acesso à informação
Participe
Serviços
Legislação
Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[\[Início | Ajuda? \]](#)

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (29/09/2021 às 19:13:56)

Marca: Experience.Tech

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **28/09/2021** - Nº da Revista:

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910



Apêndice C – Demonstrativos de Resultado de Exercício (DRE) – Próximos 5 Anos

DRE Experience.Tech – Ano 1

<i>Demonstrativo de Resultado</i>	jan-22	fev-22	mar-22	abr-22	mai-22	jun-22	jul-22	ago-22	set-22	out-22	nov-22	dez-22	2022
Receitas	50.052	51.303	52.586	53.901	55.248	56.629	58.045	59.496	60.984	62.508	64.071	65.673	690.495
(-) CSP	9.450	9.450	9.450	9.450	9.923	9.923	9.923	9.923	9.923	9.923	9.923	9.923	117.180
(-) Deduções	1.251	1.283	1.315	1.348	1.381	1.416	1.451	1.487	1.525	1.563	1.602	1.642	17.262
Resultado Operacional Bruto	39.351	40.571	41.821	43.103	43.944	45.291	46.671	48.086	49.536	51.023	52.547	54.108	556.053
Despesas	39.351	40.571	41.821	43.103	43.944	45.291	46.671	48.086	49.536	51.023	52.547	54.108	556.053
(-) Marketing	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	5.763	69.152
(-) Administrativas	29.846	29.846	29.846	29.846	30.559	30.559	30.559	30.559	30.559	30.559	30.559	30.559	363.855
(-) Depreciação	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	9.170
Resultado Operacional Líquido	2.978	4.198	5.448	6.730	6.859	8.206	9.586	11.001	12.451	13.937	15.461	17.023	113.876
Tributos	7.758	7.952	8.151	8.535	9.000	9.396	9.798	10.255	10.680	11.086	11.479	11.865	115.953
(-) Imposto	7.758	7.952	8.151	8.535	9.000	9.396	9.798	10.255	10.680	11.086	11.479	11.865	115.953
Lucro Líquido	- 4.781	- 3.754	- 2.703	- 1.805	- 2.141	- 1.191	- 212	746	1.771	2.852	3.982	5.158	- 2.077

Fonte: Autores, 2021.

DRE Experience.Tech – Ano 2

Demonstrativo de Resultado	jan-23	fev-23	mar-23	abr-23	mai-23	jun-23	jul-23	ago-23	set-23	out-23	nov-23	dez-23	2023
Receitas	74.407	76.639	78.938	81.307	83.746	86.258	88.846	91.511	94.257	97.084	99.997	102.997	1.055.987
(-) CSP	13.230	13.230	13.230	13.230	13.892	13.892	13.892	13.892	13.892	13.892	13.892	13.892	164.052
(-) Deduções	1.860	1.916	1.973	2.033	2.094	2.156	2.221	2.288	2.356	2.427	2.500	2.575	26.400
Resultado Operacional Bruto	59.317	61.493	63.735	66.044	67.761	70.210	72.733	75.332	78.009	80.766	83.605	86.530	865.535
Despesas	59.317	61.493	63.735	66.044	67.761	70.210	72.733	75.332	78.009	80.766	83.605	86.530	865.535
(-) Marketing	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	8.250	99.004
(-) Administrativas	31.114	31.114	31.114	31.114	31.861	31.861	31.861	31.861	31.861	31.861	31.861	31.861	379.341
(-) Depreciação	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	9.170
Resultado Operacional Líquido	19.189	21.365	23.607	25.916	26.885	29.335	31.858	34.457	37.133	39.890	42.730	45.655	378.020
Tributos	13.443	13.883	14.359	14.854	15.364	15.889	16.430	16.987	17.561	18.151	18.759	19.385	195.067
(-) Imposto	13.443	13.883	14.359	14.854	15.364	15.889	16.430	16.987	17.561	18.151	18.759	19.385	195.067
Lucro Líquido	5.746	7.482	9.248	11.062	11.521	13.445	15.428	17.469	19.573	21.739	23.971	26.270	182.953

Fonte: Autores, 2021.

DRE Experience.Tech – Ano 3

Demonstrativo de Resultado	jan-24	fev-24	mar-24	abr-24	mai-24	jun-24	jul-24	ago-24	set-24	out-24	nov-24	dez-24	2024
Receitas	146.577	151.707	157.017	162.513	168.201	174.088	180.181	186.487	193.014	199.770	206.762	213.998	2.140.314
(-) CSP	20.837	20.837	20.837	20.837	21.879	21.879	21.879	21.879	21.879	21.879	21.879	21.879	258.382
(-) Deduções	3.664	3.793	3.925	4.063	4.205	4.352	4.505	4.662	4.825	4.994	5.169	5.350	53.508
Resultado Operacional Bruto	122.076	127.077	132.254	137.613	142.117	147.856	153.797	159.946	166.310	172.896	179.713	186.769	1.828.425
Despesas	122.076	127.077	132.254	137.613	142.117	147.856	153.797	159.946	166.310	172.896	179.713	186.769	1.828.425
(-) Marketing	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	14.319	171.832
(-) Administrativas	32.448	32.448	32.448	32.448	33.232	33.232	33.232	33.232	33.232	33.232	33.232	33.232	395.646
(-) Depreciação	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	9.170
Resultado Operacional Líquido	74.544	79.546	84.723	90.081	93.802	99.541	105.482	111.631	117.995	124.581	131.398	138.454	1.251.777
Tributos	27.675	28.801	29.957	31.146	32.370	33.631	34.930	36.269	37.650	39.130	40.877	42.671	415.106
(-) Imposto	27.675	28.801	29.957	31.146	32.370	33.631	34.930	36.269	37.650	39.130	40.877	42.671	415.106
Lucro Líquido	46.869	50.745	54.766	58.934	61.431	65.911	70.553	75.362	80.344	85.451	90.522	95.783	836.671

Fonte: Autores, 2021.

DRE Experience.Tech – Ano 4

Demonstrativo de Resultado	jan-25	fev-25	mar-25	abr-25	mai-25	jun-25	jul-25	ago-25	set-25	out-25	nov-25	dez-25	2025
Receitas	244.814	254.607	264.791	275.382	286.398	297.854	309.768	322.159	335.045	348.447	362.385	376.880	3.678.528
(-) CSP	32.819	32.819	32.819	32.819	34.460	34.460	34.460	34.460	34.460	34.460	34.460	34.460	406.951
(-) Deduções	6.120	6.365	6.620	6.885	7.160	7.446	7.744	8.054	8.376	8.711	9.060	9.422	91.963
Resultado Operacional Bruto	205.875	215.423	225.352	235.679	244.778	255.948	267.564	279.645	292.209	305.276	318.865	332.998	3.179.613
Despesas	205.875	215.423	225.352	235.679	244.778	255.948	267.564	279.645	292.209	305.276	318.865	332.998	3.179.613
(-) Marketing	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	18.082	216.984
(-) Administrativas	33.855	33.855	33.855	33.855	34.676	34.676	34.676	34.676	34.676	34.676	34.676	34.676	412.832
(-) Depreciação	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	9.170
Resultado Operacional Líquido	153.174	162.721	172.651	182.978	191.256	202.425	214.041	226.122	238.687	251.753	265.343	279.476	2.540.627
Tributos	49.204	51.496	53.879	56.356	58.930	61.605	64.386	67.277	70.282	73.405	76.651	80.025	763.496
(-) Imposto	49.204	51.496	53.879	56.356	58.930	61.605	64.386	67.277	70.282	73.405	76.651	80.025	763.496
Lucro Líquido	103.969	111.225	118.772	126.622	132.326	140.820	149.655	158.845	168.405	178.349	188.692	199.451	1.777.131

Fonte: Autores, 2021.

DRE Experience.Tech – Ano 5

<i>Demonstrativo de Resultado</i>	jan-26	fev-26	mar-26	abr-26	mai-26	jun-26	jul-26	ago-26	set-26	out-26	nov-26	dez-26	2026
Receitas	431.980	450.123	469.028	488.727	509.254	530.642	552.929	576.152	600.351	625.566	651.839	679.217	6.565.809
(-) CSP	57.433	57.433	57.433	57.433	60.304	60.304	60.304	60.304	60.304	60.304	60.304	60.304	712.165
(-) Deduções	10.799	11.253	11.726	12.218	12.731	13.266	13.823	14.404	15.009	15.639	16.296	16.980	164.145
Resultado Operacional Bruto	363.748	381.437	399.870	419.076	436.218	457.072	478.802	501.444	525.038	549.622	575.239	601.932	5.689.498
Despesas	363.748	381.437	399.870	419.076	436.218	457.072	478.802	501.444	525.038	549.622	575.239	601.932	5.689.498
(-) Marketing	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	21.329	255.948
(-) Administrativas	35.090	35.090	35.090	35.090	35.951	35.951	35.951	35.951	35.951	35.951	35.951	35.951	427.967
(-) Depreciação	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	764	9.170
Resultado Operacional Líquido	306.564	324.254	342.687	361.893	378.174	399.028	420.758	443.400	466.994	491.578	517.195	543.888	4.996.413
Tributos	60.767	63.403	66.150	69.012	71.995	75.102	78.341	81.715	85.231	88.895	92.712	96.690	930.012
(-) Imposto	60.767	63.403	66.150	69.012	71.995	75.102	78.341	81.715	85.231	88.895	92.712	96.690	930.012
Lucro Líquido	245.798	260.851	276.537	292.881	306.179	323.926	342.417	361.685	381.763	402.683	424.483	447.198	4.066.401

Fonte: Autores, 2021.

Apêndice D – Demonstrativos de Fluxo de Caixa (DFC) – Próximos 5 Anos

DFC Experience.Tech – Ano 1

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	2022
Entradas													
Recebimento de Vendas	27.336	38.271	43.738	65.608	43.738	49.206	71.075	32.804	60.140	32.804	18.589	63.421	546.729,87
Total de entradas	27.336	38.271	43.738	65.608	43.738	49.206	71.075	32.804	60.140	32.804	18.589	63.421	546.729,87
Saídas													
Fornecedores	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 20.380	- 244.556,52
Mão Obra (Ind+Encargos desconto func. e FGTS patronal)	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 49.385	- 592.621,08
Impostos (ver tributação)	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 8.509	- 102.112,33
Marketing	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 4.556	- 54.672,99
Total de saídas	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 82.830	- 993.962,91
Saldo Final	- 55.493,75	- 44.559,15	- 39.091,85	- 17.222,66	- 39.091,85	- 33.624,55	- 11.755,36	- 50.026,45	- 22.689,96	- 50.026,45	- 64.241,43	- 19.409,58	- 447.233,04

Fonte: Autores, 2021.

DFC Experience.Tech – Ano 2

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	2023
Entradas													
Recebimento de Vendas	38.668	54.135	61.868	92.802	61.868	69.602	100.536	46.401	85.069	46.401	26.294	89.709	773.351,34
Total de entradas	38.668	54.135	61.868	92.802	61.868	69.602	100.536	46.401	85.069	46.401	26.294	89.709	773.351,34
Saídas													
Fornecedores	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 20.379,71	- 244.556,52
Mão Obra (Ind+Encargos desconto func. e FGTS patronal)	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 49.385,09	- 592.621,08
Impostos (ver tributação)	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 12.386,42	- 148.637,03
Marketing	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 6.444,59	- 77.335,13
Total de saídas	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 88.596	- 1.063.150
Saldo Final	- 49.928	- 34.461	- 26.728	- 4.206	- 26.728	- 18.994	- 11.940	- 42.195	- 3.527	- 42.195	- 62.302	- 1.113	- 289.798

Fonte: Autores, 2021.

DFC Experience.Tech – Ano 3

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	2024													
Entradas																										
Recebimento de Vendas		53.169	74.436	85.070	127.604	85.070	95.703	138.238	63.802	116.971	63.802	36.155	123.351	1.063.370,21												
Total de entradas		53.169	74.436	85.070	127.604	85.070	95.703	138.238	63.802	116.971	63.802	36.155	123.351	1.063.370,21												
Saídas																										
Fornecedores	-	30.545,72	-	30.545,72	-	30.545,72	-	30.545,72	-	30.545,72	-	30.545,72	-	366.548,68												
Mão Obra (Ind+Encargos descontado func. e FGTS patronal)	-	61.584,33	-	61.584,33	-	61.584,33	-	61.584,33	-	61.584,33	-	61.584,33	-	739.011,92												
Impostos (ver tributação)	-	17.340,91	-	17.340,91	-	17.340,91	-	17.340,91	-	17.340,91	-	17.340,91	-	208.090,89												
Marketing	-	8.861,42	-	8.861,42	-	8.861,42	-	8.861,42	-	8.861,42	-	8.861,42	-	106.337,02												
Total de saídas	-	118.332	-	118.332	-	118.332	-	118.332	-	118.332	-	118.332	-	1.419.988,52												
Saldo Final	-	65.164	-	43.896	-	33.263	-	9.272	-	33.263	-	22.629	-	19.906	-	54.530	-	1.362	-	54.530	-	82.178	-	5.019	-	356.618

Fonte: Autores, 2021.

DFC Experience.Tech – Ano 4

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	2025													
Entradas																										
Recebimento de Vendas		75.235	105.329	120.376	180.565	120.376	135.424	195.612	90.282	165.518	90.282	51.160	174.546	1.504.705,90												
Total de entradas		75.235	105.329	120.376	180.565	120.376	135.424	195.612	90.282	165.518	90.282	51.160	174.546	1.504.705,90												
Saídas																										
Fornecedores	-	30.546	-	30.546	-	30.546	-	30.546	-	30.546	-	30.546	-	366.548,68												
Mão Obra (Ind+Encargos descontado func. e FGTS patronal) -		61.584	-	61.584	-	61.584	-	61.584	-	61.584	-	61.584	-	739.011,92												
Impostos (ver tributação)	-	24.280	-	24.280	-	24.280	-	24.280	-	24.280	-	24.280	-	291.364,71												
Marketing	-	12.539	-	12.539	-	12.539	-	12.539	-	12.539	-	12.539	-	150.470,59												
Total de saídas	-	128.950	-	128.950	-	128.950	-	128.950	-	128.950	-	128.950	-	1.547.395,90												
Saldo Final	-	53.714	-	23.620	-	8.573	-	51.615	-	8.573	-	6.474	-	66.662	-	38.667	-	36.568	-	38.667	-	77.790	-	45.596	-	42.690,00

Fonte: Autores, 2021.

DFC Experience.Tech – Ano 5

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	2026					
Entradas																		
Recebimento de Vendas		106.501	149.101	170.401	255.602	170.401	191.701	276.902	127.801	234.301	127.801	72.420	247.082	2.130.013,50				
Total de entradas		106.501	149.101	170.401	255.602	170.401	191.701	276.902	127.801	234.301	127.801	72.420	247.082	2.130.013,50				
Saídas																		
Fornecedores	-	40.728	-	40.728	-	40.728	-	40.728	-	40.728	-	40.728	-	488.731,57				
Mão Obra (Ind+Encargos descontado func. e FGTS patronal) -		66.736	-	66.736	-	66.736	-	66.736	-	66.736	-	66.736	-	800.835,60				
Impostos (ver tributação)	-	39.400	-	39.400	-	39.400	-	39.400	-	39.400	-	39.400	-	472.803,11				
Marketing	-	17.750	-	17.750	-	17.750	-	17.750	-	17.750	-	17.750	-	213.001,35				
Total de saídas	-	164.614	-	164.614	-	164.614	-	164.614	-	164.614	-	164.614	-	1.975.371,63				
Saldo Final	-	58.114	-	15.513	5.787	90.987	5.787	27.087	112.287	-	36.813	69.687	-	36.813	-	92.194	82.467	154.642

Fonte: Autores, 2021.

ANEXOS