

**STRONG ESAGS – ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E
GESTÃO**

Gabriel Servidoni Torres

Letícia de Souza Silva

Mariana de Souza Ferreira

Maurício Nogueira Rodrigues Bueno

Raphael Moreira Bello

Yuri Nemer

TÓPICOS ESPECIAIS EM ADMINISTRAÇÃO II

LINK

Santo André

2018

Gabriel Servidoni Torres

Letícia de Souza Silva

Mariana de Souza Ferreira

Maurício Nogueira Rodrigues Bueno

Raphael Moreira Bello

Yuri Nemer

TÓPICOS ESPECIAIS EM ADMINISTRAÇÃO II

LINK

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, à Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG ESAGS

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

Santo André

2018

T645I

Torres, Gabriel Servidoni

Link: análise da viabilidade do plano de negócios / Gabriel Servidoni

Torres... [et al.]. – Santo André, 2018.

100 f.: il. color.; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) -

Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS, 2018.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

1. Link. 2. Plataforma 3. Aplicativo. 4. Tatuagem. I. Silva, Letícia de Souza. II. Ferreira, Mariana de Souza. III. Bueno, Maurício Nogueira Rodrigues. IV. Bello, Raphael Moreira. V. Nemer, Yuri. VI. Título.

CDU 65.012.2

COMPONENTES DO GRUPO



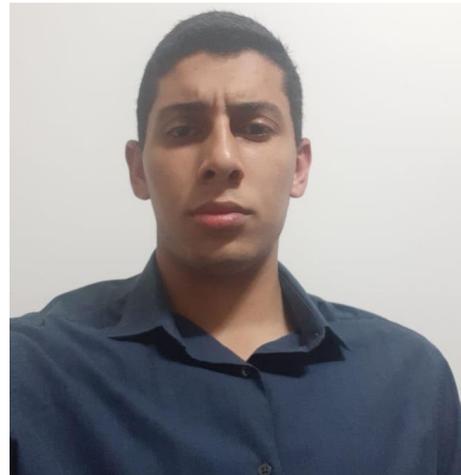
Gabriel Torres



Letícia Souza



Mariana Ferreira



Maurício Bueno



Raphael Bello



Yuri Nemer

Gabriel Servidoni Torres

Letícia de Souza Silva

Mariana de Souza Ferreira

Maurício Nogueira Rodrigues Bueno

Raphael Moreira Bello

Yuri Nemer

TÓPICOS ESPECIAIS EM ADMINISTRAÇÃO II

LINK

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, à Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG ESAGS.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

Prof. Dra. Danielle Gugliere Lima

STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

Prof. Robinson Romão

STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão

Santo André

2018

DEDICATÓRIA

Nós dedicamos este trabalho aos nossos amigos e familiares. Bem como, nossos educadores nos quais nos capacitaram de maneira que podemos evoluir e colocar em prática grande parte do conhecimento adquirido ao longo desses anos.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos amigos, colegas de curso e familiares que nos apoiaram e nos motivaram de maneira direta ou indireta na elaboração de um trabalho de conclusão de curso que foi motivador a todos. Nele tivemos a oportunidade de colocar em prática grande parte do conhecimento adquirido durante esses quatro anos. Agradecemos imensamente aos professores por toda a dedicação e empenho conosco para que possamos entregar um trabalho de qualidade.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

José de Alencar

RESUMO

O referido trabalho, tem como foco analisar a viabilidade de inserção da empresa LINK no crescente mercado de tatuagens. Atuando em território nacional a empresa tem o objetivo de unir em um aplicativo os tatuadores e seus potenciais clientes, corroborando para uma maior exposição dos artistas e uma maior facilidade de busca para os clientes em questão.

No desenvolvimento do trabalho serão expostas as etapas do planejamento estratégico, análise de mercado realizada para averiguar a aceitação da empresa, plano de custeio da estrutura e da manutenção da mesma. Com isso, é possível vislumbrar a probabilidade de sucesso da LINK.

Portanto, o Trabalho de conclusão de curso de administração da STRONG ESAGS, visa a análise do plano de negócios em um período de cinco anos da LINK e sua viabilidade.

Palavras-chave: crescente mercado. tatuagem. aplicativo. território nacional. facilidade de busca.

ABSTRACT

The aforementioned business plan focuses to analyze the feasibility of the insertion of the company LINK in the market for tattoos. Acting on a national level, the company intends to apply the applications and the potential advertisements, corroborating for a greater exposure of the artists and a greater ease of searching for the customers.

In the development of the work will be exposed the stages of strategic planning, market analysis performed to ascertain the company's acceptance, plan for costing the structure and maintenance of the same. With this, it is possible to glimpse the probability of success of LINK.

Therefore, this final paper is aimed at analyzing the business plan over a five-year period of LINK and its feasibility.

Key-Words: growing market, tattoo, mobile app, national level, facilitate search.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Confiança no aplicativo.....	25
Gráfico 2 - Importância do filtro de raio de distância.	26
Gráfico 3 - Importância do filtro de estilo das tatuagens.	26
Gráfico 4 - Importância do Filtro de Média de preços.....	27
Gráfico 5 - Importância do Filtro de Tempo médio de espera.	27
Gráfico 6 - Curva Salarial.....	58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Canvas.....	17
Figura 2 – Cadeia de Valor.....	28
Figura 3 – Balanced Scorecard.....	29
Figura 4 – Fluxograma de Processos Operacionais.....	32
Figura 5 – Planta da LINK.....	33
Figura 6 – Google Office.....	33
Figura 7 – Matriz BCG.....	40
Figura 8 – Estande da LINK.....	41
Figura 9 – Símbolo Conexão.....	42
Figura 10 – Símbolo Máquina de Tatuagem.....	42
Figura 11 – Logomarca da LINK.....	43
Figura 12 – Peça Publicitária.....	43
Figura 13 – Esboço do Aplicativo.....	44
Figura 14 – Página Inicial.....	45
Figura 15 – Explorar Novos Artistas.....	45
Figura 16 – Utilização dos Filtros.....	46
Figura 17 – Mensagens.....	46
Figura 18 – Curtidas.....	47
Figura 19 – Fluxograma da Experiência do Usuário.....	48
Figura 20 – Organograma.....	54
Figura 21 – SWOT.....	70
Figura 22 – Plano de Ação - Desenvolvimento do Aplicativo.....	72
Figura 23 – Plano de Ação – Recrutamento de um Analista de RH.....	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Indicadores.....	29
Tabela 2 – Apple Store x Google Store.....	36
Tabela 3 – Custo Mensal Arranjo Físico.	37
Tabela 4 –Custo Mensal de Bens Não Duráveis.....	37
Tabela 5 – Custo Mensal Total da Empresa.	38
Tabela 6 – Custo Total de Bens Duráveis.....	38
Tabela 7 – 1º Ano da Demanda.	50
Tabela 8 – 2º Ano da Demanda	50
Tabela 9 – 3º Ano da Demanda.	50
Tabela 10 – 4º Ano da Demanda.	51
Tabela 11 – 5º Ano da Demanda.	51
Tabela 12 – Cargos.....	55
Tabela 13 – Competências.....	55
Tabela 14 – Remuneração	57
Tabela 15 – Obrigações Trabalhistas.....	59
Tabela 16 – Investimento Pré-Operacional.	63
Tabela 17 – Estimativa Faturamento Anual.....	64
Tabela 18 – Depreciação	64
Tabela 19 – Custos Fixos.....	64
Tabela 20 – Despesas	65
Tabela 21 – Demonstrações de Resultado	66
Tabela 22 – Fluxo de Caixa.....	67
Tabela 23 - TIR	68
Tabela 24 - VPL	68
Tabela 25 - PAYBACK.....	68

LISTA DE ABREVIATURAS

ANVISA: Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APP: Application - Aplicativo

BCG: Matriz Boston Consulting Group

BSC: Balanced Scorecard

DRE: Demonstração de Resultado do Exercício

EPP: Empresa de Pequeno Porte

FTP: *File Transfer Protocol* – Protocolo de transferência de Arquivo

MVP: *Minimum Viable Product* – Produto Mínimo Viável

KPI: *Key Performance Indicator* – Indicadores-Chave de Desempenho

RH: Recursos Humanos

TI: Tecnologia da Informação

TIR: Taxa Interna de Retorno

VPL: Valor Presente Líquido

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
Capítulo 1: Viabilidade da ideia do negócio.	17
1.1. Business Model Canvas.	17
1.2. Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio:	18
Capítulo 2: Sumário executivo	19
2.1. Dados gerais do empreendimento	19
2.2. Dados dos empreendedores.....	19
2.3. Missão da empresa e os valores organizacionais	19
2.4. Forma jurídica e enquadramento Tributário.....	20
2.5. Capital social e fonte de recursos	20
Capítulo 3: Viabilidade estratégica.....	21
3.1. Estudo do mercado-alvo	21
3.2. Estudo dos clientes.....	23
3.3. Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter	24
3.4. Pesquisa de Campo:.....	25
3.5. Delimitação da estratégia organizacional.	28
3.6. Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica:.....	30
Capítulo 4: Viabilidade operacional.....	31
4.1. Plano Operacional	31
4.2. Estimativa de gastos:.....	36
4.3. Análise e diagnóstico da viabilidade operacional.....	38
Capítulo 5. Viabilidade Mercadológica:	40
5.1. Plano de Marketing (Modelo dos 4 P's de Kotler e Keller):.....	40
5.2. Previsão e mensuração da demanda:	49

5.3. Estimativa de gastos:.....	51
5.4. Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica:	52
Capítulo 6: Viabilidade do capital humano.....	53
6.1. Projeção de colaboradores	53
6.2. Plano de gestão de pessoas.....	56
6.3. Estimativa de gastos:.....	60
6.4. Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização:....	61
Capítulo 7: Viabilidade financeira.....	62
7.1. Plano Financeiro.....	62
7.2. Análise e diagnóstico da viabilidade financeira:.....	69
Capítulo 8. Viabilidade do negócio: Conclusão do Trabalho.....	70
8.1. Análise SWOT da empresa:	70
8.2. Planos de ações:	71
8.3. Considerações finais sobre o negócio:	73
Capítulo 9: Resumo estendido.....	74
REFERÊNCIAS.....	89
APÊNDICE A – DRE PARA OS 5 ANOS.....	90
APÊNDICE B – FLUXO DE CAIXA MENSAL	95
APÊNDICE C – CÁLCULO DA DEPRECIAÇÃO	100
APÊNDICE D – CÁLCULO DO CUSTO DE CAPITAL E DA TRIBUTAÇÃO	100
APÊNDICE E – DETALHAMENTO DOS DADOS DA PESQUISA DE VALIDAÇÃO DE CONCEITO DE NEGÓCIO	100

INTRODUÇÃO

Nesse trabalho será apresentando um Plano de Negócios, para analisar sua viabilidade de maneira lógica, e provar se a LINK será viável estrategicamente, operacionalmente, mercadologicamente, em relação a viabilidade do capital humano necessário, e, por fim financeiramente.

O Plano de Negócios apresentado ao longo do trabalho refere-se a um aplicativo para busca de tatuagens e tatuadores, tendo como expertise a praticidade para encontrar um tatuador de acordo com suas necessidades, a partir de filtros.

Essa oportunidade foi notada, visto que o mercado de tatuagens se encontra em constante crescimento, até então não existe uma plataforma digital onde seja realizado uma pesquisa referente a tatuagens e tatuadores de maneira prática e específica.

O primeiro capítulo apresenta a modelo de negócio Canvas, permite elaborar a ideia do projeto definindo a proposta de valor, segmentação de mercado, os canais de distribuição que serão utilizados, fontes de receita, estrutura de custos, etc. O segundo capítulo, são abordados temas como porte da empresa, nome fantasia, estrutura de capital. Também são definidos os valores, a missão e a visão da empresa.

O terceiro capítulo conta com uma pesquisa de mercado para identificar o cliente e os concorrentes, fundamental para definir a estratégia que a empresa utilizará. O quarto capítulo é a análise da viabilidade operacional, definir o layout do escritório e quais equipamentos serão necessários para realizar as atividades da LINK.

O quinto capítulo é a análise da viabilidade mercadológica, nessa etapa é estimada a demanda pelo serviço com base nas ações de marketing. No sexto capítulo é definido as atividades que a equipe deverá desempenhar e o perfil do colaborador e suas competências.

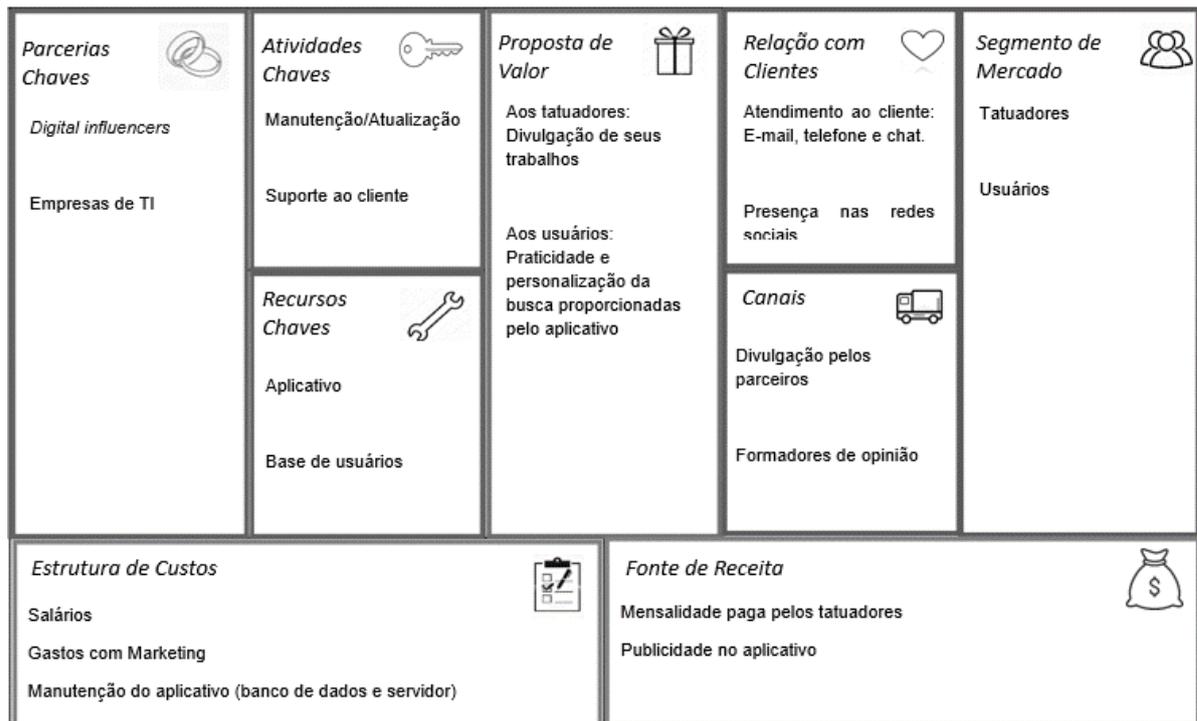
No sétimo capítulo é realizada a análise financeira, utilizando o faturamento estimado frente ao custos e despesas definidos nos capítulos de viabilidade. O oitavo capítulo é a conclusão do plano de negócios.

Capítulo 1: Viabilidade da ideia do negócio.

1.1. Business Model Canvas.

O Canvas da LINK é apresentado na Figura 1. Os nove blocos do Canvas apresentam a forma como a empresa irá operar e gerar valor ao cliente.

Figura 1 - Canvas



Fonte: LINK, 2018.

1.1.1. Proposta de valor: O valor gerado aos clientes diretos (os tatuadores), vem da exposição do seu trabalho em uma rede social totalmente voltada para o ramo de atividade deles, a tatuagem, e também aos clientes indiretos (usuários do aplicativo), possibilitando que eles façam uma pesquisa de mercado totalmente segmentada com as especificações necessárias por meio dos filtros disponíveis no aplicativo.

1.1.2. Segmentos de mercado: Com a popularização da tatuagem entre as diversas gerações e classes sociais, o público alvo acaba sendo muito abrangente. De forma direta os tatuadores e indireta os usuários do aplicativo.

1.1.3. Canais de distribuição: A divulgação do aplicativo será realizada pelas redes sociais Facebook e Instagram, com anúncios que redirecionam para uma página do aplicativo com uma descrição do serviço e de como adquiri-lo.

1.1.4. Relacionamento com consumidores: Para se relacionar com os clientes, a LINK conta com um serviço de atendimento ao consumidor realizado por telefone, e-mail, chat dentro do aplicativo e presença nas principais redes sociais.

1.1.5. Fontes de receita: A fonte de receita da LINK é resultado da mensalidade cobrada para os tatuadores que queiram se cadastrar como prestadores de serviço e divulgar seu trabalho no aplicativo.

1.1.6. Recursos principais: A plataforma utilizada para divulgar o portfólio com fotos dos trabalhos dos tatuadores e a base de usuários que utilizam o aplicativo para encontrar tatuadores.

1.1.7. Atividades principais: Dentre as principais atividades da LINK estão: realizar a manutenção do aplicativo, gerir o banco de dados com informações do perfil dos clientes e aprimorar o marketing afim de atrair mais usuários para o aplicativo.

1.1.8. Parcerias principais: As principais parcerias da organização são os parceiros para divulgação da plataforma como criadores de conteúdo para mídias sociais. A empresa que desenvolve a plataforma, prestam treinamento do analista de TI para realizar manutenções na plataforma.

1.1.9. Estrutura de custos: A estrutura de custos é composta pelo salário dos colaboradores, custos com o escritório e computadores, fornecedores de serviços como hospedagem do banco de dados e divulgação direcionada tanto para tatuadores que desejam divulgar seu trabalho e para novos usuários do aplicativo.

1.2. Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio:

Atualmente, os tatuadores dependem muito da divulgação informal e das suas redes sociais para conseguir novos clientes, o que muitas vezes acaba sendo pouco eficaz, dado o fato de não haver um meio de divulgação específico do ramo de atividades deles.

O plano consiste em uma plataforma digital (Aplicativo), onde os tatuadores se cadastrarão com seus dados pessoais e informações adicionais que serão utilizadas para segmentar a busca (Filtros) tais como: raio (exibir tatuadores dentro de um raio determinado), estilo (realismo, tradicional, tribal...), preço médio e tempo médio de espera.

Portanto, o projeto torna-se viável ao oferecer um meio de divulgação aos profissionais do ramo e trazer praticidade às pessoas que se interessam por tatuagens, por meio de uma plataforma online.

Capítulo 2: Sumário executivo

2.1. Dados gerais do empreendimento

A razão social da empresa é LINK EPP e o nome fantasia LINK. A localização do escritório da empresa será no bairro Vila Bastos em Santo André, na região do Grande ABC.

A modalidade de negócio será a prestação de serviço no ramo de tatuagens por meio do aplicativo para tatuadores e usuários da plataforma, possibilitará uma interação mais prática e fácil entre os artistas e seus respectivos clientes.

2.2. Dados dos empreendedores

A LINK contará com um empreendedor, sendo ele o coordenador da empresa, ele será um dos sócios da empresa que conta com a expertise de sua experiência com o ramo de tatuagem, para assim tomar as devidas ações dentro de um negócio inovador.

Além da expertise, é necessário conhecimento acadêmico, tanto para o empreendedor quanto para os sócios, portanto o curso de administração de empresa é o mais adequado, será essencial um idioma adicional como o inglês ou espanhol, visando expansão a longo prazo do aplicativo para além do território nacional.

Desta forma as tomadas de decisões sobre todas as áreas e assuntos dentro da organização poderão ser tomadas da melhor forma possível.

2.3. Missão da empresa e os valores organizacionais

A missão da LINK é conectar de forma inovadora o tatuador ao seu cliente e dessa forma oferecer ao mesmo praticidade e segurança de maneira descontraída para escolher a melhor opção do mercado e realizar sua tatuagem.

Tendo como visão ser a maior plataforma no ramo de tatuagens no Brasil, inovar na forma de aproximar tatuadores de seus clientes, criatividade na elaboração do aplicativo, qualidade no serviço prestado e confiabilidade aos usuários.

Os valores da organização são: empreendedorismo, comprometimento, empatia e diversidade.

2.4. Forma jurídica e enquadramento Tributário

O enquadramento tributário será com natureza jurídica de empresa de pequeno porte - EPP, o qual é caracterizado para pequenas empresas com o faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões. Essa modalidade permite um número maior de funcionários no quadro da empresa e sua forma de arrecadação será a Simples Nacional. ¹

O Simples nacional abrange os impostos em um único documento de arrecadação (DAS). A empresa se enquadra no anexo III devido ao fator R, ou seja, a relação entre folha de pagamento e faturamento anual é superior à 28%, com uma alíquota efetiva de 10,58%. ²

2.5. Capital social e fonte de recursos

O capital social é o montante necessário para iniciar as atividades da empresa considerando o tempo que essa não gera lucro, o valor calculado é de R\$ 327.533,50 que abrange os investimentos iniciais e o período que a empresa apresenta o fluxo de caixa negativo. ³

1. Disponível em: <http://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>

2. Disponível em: <https://capitalsocial.cnt.br/simples-nacional-empresas-ti/>

3: Disponível em: <https://conube.com.br/blog/o-que-e-capital-social/>

Capítulo 3: Viabilidade estratégica.

3.1. Estudo do mercado-alvo (dados secundários):

3.1.1. Mercado atual:

Um estudo do Sebrae¹ identificou que o setor de tatuagens teve crescimento de 24,1% em números de estúdios, índice que foi apurado entre janeiro de 2016 e de 2017. A pesquisa informa que não houve um período de crise para o setor. Inclusive, o mercado foi classificado na lista de estudos do SEBRAE dos 20 negócios que mais crescem no Brasil. A média de gastos para abrir um estúdio é de R\$ 31.000,00 em um montante de 3 meses (valores simbólicos).

Entretanto, segundo o Sindicato das Empresas de Tatuagem e Body Piercing do Brasil (Setap-BR), o crescimento em média de 20% ao ano, significa cada vez mais trabalho, mas ao mesmo tempo há tatuadores atuando sem experiência. Por isso os profissionais tradicionais não viram esse crescimento como algo tão positivo, por ter ocorrido de forma desordenada. Atualmente, o Brasil é o terceiro maior mercado mundial de tatuagem, ficando atrás dos Estados Unidos e Europa. ²

3.1.2. Histórico do mercado:

Segundo o Blog Tattoo Cursos até pouco tempo atrás, uma pessoa tatuada sofria exclusão social. Mas o mundo está em constante mudança e hoje a tatuagem não se limita aos reclusos da sociedade. ³

De acordo com o Blog Tattoo Masters, no passado as pessoas tinham uma ideia de que o preço para o serviço era elevado. Porém, quando a disponibilidade de informações do mercado passou a ser divulgada na internet, principalmente em mídias sociais o público passou a avaliar de maneira prática um valor que seja justo para si de acordo com o tipo de tatuagem e o nível de expertise do tatuador. ⁴

A regulamentação e o controle obrigatório da qualidade de materiais – tintas, agulhas, etc. – pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), também contribuiu para uma maior credibilidade do mercado.

1. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2017-10-26/negocios-mercado-tatuagem.html>

2. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL721713-5598,00-PRODUTOS+USADOS+EM+TATUAGENS+TERAO+REGISTRO+NA+ANVISA.html>

3. Disponível em: <http://tattoocursos.com.br/4-dicas-para-divulgar-seu-estudio-de-tatuagem-nas-redes-sociais/>

4. Disponível em: <http://tattoomasters.com.br/qual-e-o-futuro-do-mercado-de-tattoo-no-brasil/>

5. <https://emails.estadao.com.br/blogs/a-moda-deles/remocao-tatuagens-laser-procedimento-aumentou-440-nos-ultimos-dez-anos/>

3.1.3. Projeções futuras:

Espera-se que o mercado de tatuagens cresça de 10% a 20% nos próximos anos. Considerando que parte desse crescimento pertence a uma grande quantidade de clientes que buscam cobrir ou remover suas tatuagens, mostra a exigência de estudos e técnicas sobre o tema por parte dos tatuadores Dados extraídos do blog Tattoo Masters. ⁴

3.1.4. Tendências de mercado:

O preconceito em relação às pessoas tatuadas diminuiu bastante, inclusive no blog Tattoos Cursos afirma que em algumas regiões, esse preconceito até se extinguiu, deixando as pessoas mais confiáveis a se tatuar visto que ela não vai ser impedida de conseguir determinado emprego ou frequentar determinados lugares, por exemplo. Além de poder expressar sua liberdade, ou declarar uma homenagem para algo importante a si.³

Outro fator que influencia atualmente as pessoas a se tatuarem é o fato de poder remover suas tatuagens por meio de métodos de remoção a laser, o que deixa o cliente mais seguro de sua escolha. Segundo um estudo realizado pela IBISWorld, a procura pelo procedimento de remoção de tatuagens aumentou em 440% nos EUA nos últimos 10 anos.⁵

Portanto, os dados apresentados na pesquisa revelam que o mercado de tatuagens está entre os que mais crescem no país. As mesmas apontam que ocorreram mudanças no comportamento das pessoas em relação às tatuagens, devido ao desenvolvimento atual no meio organizacional e a diminuição do preconceito em relação aos tatuados, além da possibilidade de remoção a laser e a regulamentação e o controle obrigatório da qualidade de materiais pela ANVISA, o que contribuiu para uma credibilidade melhor do negócio.

1. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2017-10-26/negocios-mercado-tatuagem.html>

2. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL721713-5598,00-PRODUTOS+USADOS+EM+TATUAGENS+TERAO+REGISTRO+NA+ANVISA.html>

3. Disponível em: <http://tattoocursos.com.br/4-dicas-para-divulgar-seu-estudio-de-tatuagem-nas-redes-sociais/>

4. Disponível em: <http://tattoomasters.com.br/qual-e-o-futuro-do-mercado-de-tattoo-no-brasil/>

5. <https://emails.estadao.com.br/blogs/a-moda-deles/remocao-tatuagens-laser-procedimento-aumentou-440-nos-ultimos-dez-anos/>

3.2. Estudo dos clientes (dados secundários):

3.2.1 Identificação das características demográficas dos clientes:

Essas informações foram extraídas do primeiro censo de tatuagem do Brasil realizado pela revista Superinteressante em 2016. As pesquisas foram realizadas em redes sociais com uma amostra de 80 mil entrevistados. Uma observação importante é que apesar das informações reunidas, deve-se considerar que a maior parte da população que utiliza as redes sociais são jovens, dessa forma fica difícil obter precisão nas estatísticas. ¹

Após a análise desse censo, foi possível observar que a amostra de pesquisa é composta por 60% de mulheres e 40% de homens; a faixa etária média conta com aproximadamente 50% de pessoas entre 19 a 25 anos; em relação às etnias, nota-se que 74% das pessoas são brancas e 4% negras; 43,5% dessa amostra possui o ensino superior completo ou está cursando. ¹

3.2.2. Descrição do comportamento dos clientes:

Analisando o comportamento dos clientes, foi possível observar que 20,2% das pessoas tatuam símbolos, 15,6% frases marcantes, 12,9% animais, 8% mitologia, 7,6% homenagens, 7,2% plantas e flores, 6,3% objetos, 6,1% personagens fictícios. A parte do corpo mais frequentemente tatuada em ambos os sexos é o braço. ¹

Os principais canais utilizados para explorar trabalhos de tatuadores são as redes sociais como o Instagram, Facebook e Pinterest. O preço médio pago por sessão é R\$ 80,00, podendo variar devido ao tamanho ou complexidade do desenho.

Os padrões de comportamento típicos desse público são: representação de liberdade, pertencimento a grupos sociais, homenagens, marco de uma transição temporal ou acontecimento, entre outros. ²

3.2.3. Cinco etapas do processo decisório de realização de uma tatuagem através da plataforma, a partir de Kotler:

Reconhecimento do Problema: Nesse primeiro processo, o desejo de um indivíduo realizar uma tatuagem parte dos pressupostos do texto acima, que dizem respeito aos padrões de comportamento típicos do público.

Busca de Informações: Após a identificação do desenho que deseja realizar, a pessoa possui como uma alternativa prática e cômoda, a utilização da plataforma

1. Disponível em: <https://super.abril.com.br/comportamento/1o-censo-de-tatuagem-do-brasil-resultados/>

2. Disponível em: <https://findtattoo.com.br/inspiracao-para-tatuagem/6-motivos-para-fazer-uma-tatuagem/>

para encontrar tatuadores profissionais, conhecer seus trabalhos e contatá-los para obter mais informações sobre o serviço desejado.

Avaliação das Alternativas: Após reunir informações sobre alguns tatuadores encontrados na plataforma, as alternativas que mais são consideradas nessa decisão são: a economia do serviço, melhor avaliação do tatuador ou mais identificação pessoal com os trabalhos de determinado profissional.

Decisão de Compra: Após decidir o profissional, a pessoa entra em contato com ele para agendar uma sessão em um estúdio de tatuagem.

Comportamento Pós-Compra: Após a conclusão do serviço ou da cicatrização da pele, a pessoa tatuada volta a utilizar a plataforma para avaliar o tatuador, deixar um feedback e uma imagem do serviço concluído para que outras pessoas possam ver.

3.2.4. Disciplina de valor, modelo de Treacy & Wiersema:

A partir da análise do modelo de Treacy & Wiersema, é possível concluir que o foco do projeto está mais próximo da Inovação do Produto, pois trata-se de um mercado com tendência de crescimento, alta utilização de tecnologia e utilização de ferramentas de pesquisa e desenvolvimento para o melhoramento contínuo do produto

3.3. Análise do ambiente geral por meio do modelo das cinco forças competitivas de Porter (2004):

3.3.1 Estudo dos concorrentes: Atualmente não há aplicativos que ofereçam serviço idêntico ao da LINK, a competitividade nesse mercado será por meio do preço oferecido aos tatuadores, para divulgarem o seu trabalho na plataforma.

3.3.2. Estudo dos fornecedores: O principal fornecedor da LINK é a empresa responsável por desenvolver a plataforma e oferecer treinamento para o analista de TI, capacitando-o para realizar eventuais ajustes no aplicativo.

3.3.3. Estudo da barganha dos consumidores: Os tatuadores contam com um baixo poder de barganha, resultado da grande quantidade de prestadores desse serviço disponíveis no mercado.

3.3.4. Estudo de novos entrantes: Uma barreira contra novos entrantes é ter o banco de dados dos clientes cadastrados, caso eventualmente surja um serviço similar, o usuário do aplicativo LINK não terá motivos para migrar de plataforma.

3.3.5. Estudo de substitutos: Como exemplo de serviços substitutos as redes sociais, onde o tatuador pode expor seu trabalho e ter um canal de comunicação direto com o cliente para agendar a prestação de serviço.

3.4. Pesquisa de Campo:

Com a pesquisa, realizada pela LINK, foi possível identificar alguns filtros relevantes para a personalização do aplicativo, afim de facilitar a busca do consumidor e tornar a compra mais prazerosa e intuitiva. Foram entrevistadas 147 pessoas.

A pesquisa foi realizada em meios de comunicação como o Facebook, Instagram e WhatsApp.

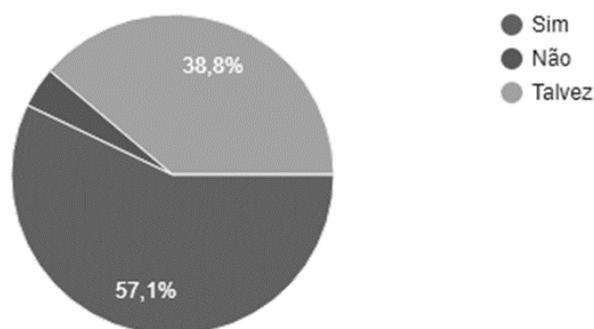
Foi utilizada uma metodologia exploratória, desmembrando os pontos chaves em questões para descobrir qual a importância de cada um dos filtros para os possíveis clientes.

Visando o desdobramento do mercado em questão, a empresa dispôs em sua pesquisa de campo perguntas pertinentes à diferenciação (ferramentas facilitadoras de busca e pesquisa) do aplicativo para o consumidor.

3.4.1. Confiança no aplicativo:

De acordo com o gráfico 1, 57,1% dos entrevistados confiariam em um tatuador encontrado no aplicativo, configurando um grande cenário de aceite perante o público. Tendo ainda 38,8% de clientes indecisos e apenas 4,1% que não confiariam.

Gráfico 1 - Confiança no aplicativo



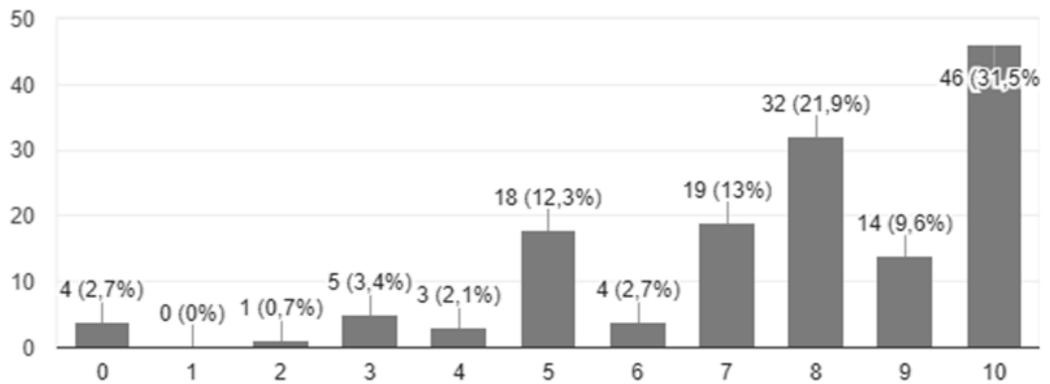
Fonte: LINK, 2018.

3.4.2. Importância do filtro de raio de distância

Analisando os resultados expostos pelo gráfico 2 é possível observar a importância do filtro de raio de distância para os consumidores, 31,5% caracterizaram como importância 10; 9,6% como importância 9 e 21,9% como importância 8;

somadas 63% de um intervalo de aceitação dos entrevistados, sendo um filtro cabal para a formação do aplicativo.

Gráfico 2 - Importância do filtro de raio de distância na hora de você realizar sua busca.

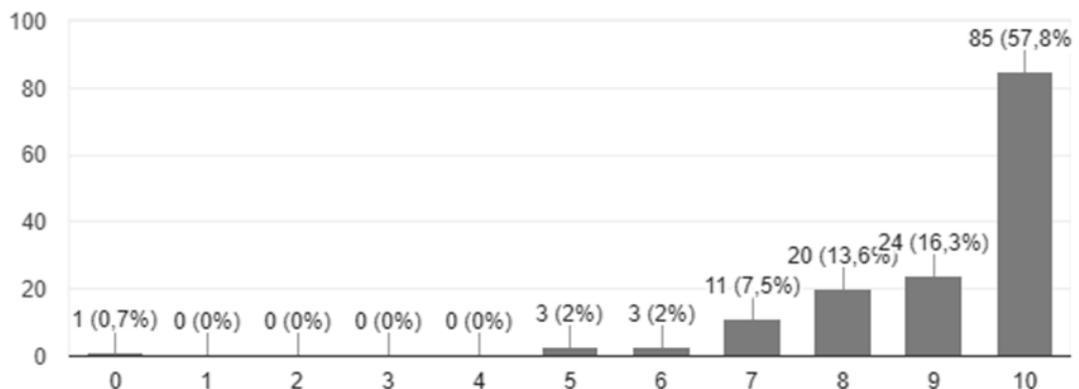


Fonte: LINK, 2018.

3.4.3 Importância do filtro de estilo das tatuagens

A análise do gráfico 3 demonstrou uma importância fundamental em relação ao estilo de desenho do tatuador obtendo 87,7% (sendo 57,8% referente a nota 10; 16,3% referente a nota 9 e 13,6% referente a nota 8) de relevância para os eventuais consumidores.

Gráfico 3 - Importância do filtro de estilo das tatuagens na hora de você realizar sua busca.

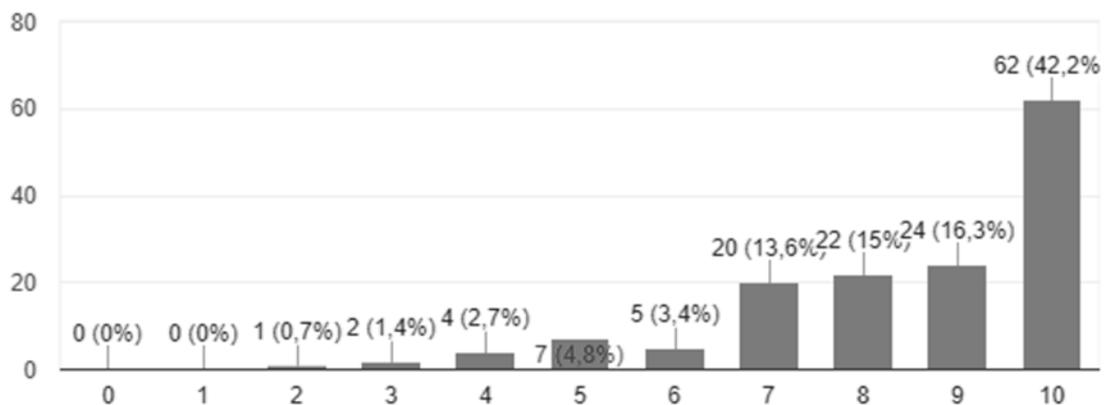


Fonte: LINK, 2018.

3.4.4. Importância do Filtro de Média de preços

Tendo em vista os resultados do gráfico 4 a média de preço também é um fator preponderante para a escolha do serviço, configurando 73,5% (42,2% referente a nota 10, 16,3% referente a nota 9 e 15% referente a nota 8) de relevância para os usuários do aplicativo.

Gráfico 4 - Importância do Filtro de Média de preços na hora de você realizar sua busca.

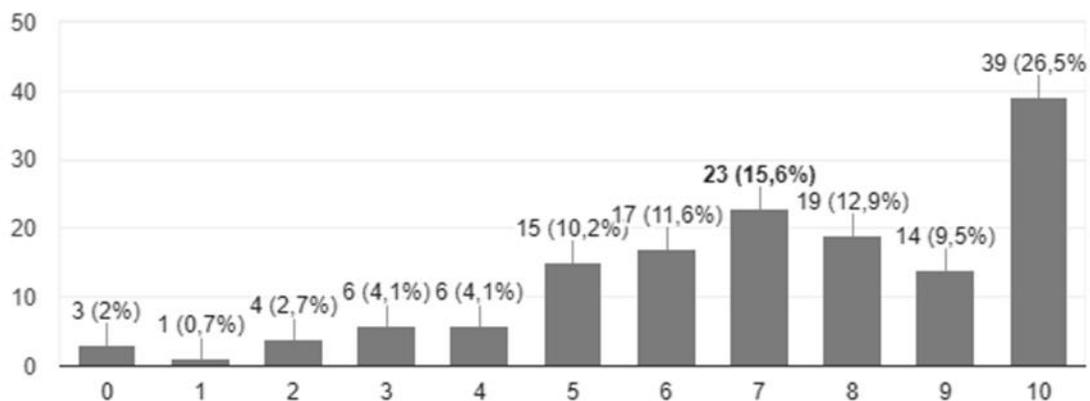


Fonte: LINK, 2018.

3.4.5. Importância do Filtro de Tempo médio de espera.

No gráfico 5 a média de espera obteve uma certa heterogeneidade ampliando a sua concentração de resultados entre a nota 5 e a nota 10 (somando 86,3% da pesquisa), revelando assim certa tolerância em relação ao tempo de espera para a realização da tatuagem.

Gráfico 5 - Importância do Filtro de Tempo médio de espera.



Fonte: LINK, 2018.

A análise dos gráficos expostos acima proporciona uma visão geral dos filtros a serem dispostos no aplicativo e demonstra uma aderência do público a ser atingido pela empresa. Sendo assim a ideia central do aplicativo é bem aceita entre os usuários, fortalecendo ainda mais o bom andamento do aplicativo.

3.5. Delimitação da estratégia organizacional.

3.5.1 Vantagem Competitiva:

A Cadeia de Valor de Michael Porter apresentada na Figura 2, é um modelo que ajuda a analisar atividades específicas nas quais as empresas criam valor e vantagem competitiva.

Figura 2 – Cadeia de Valor

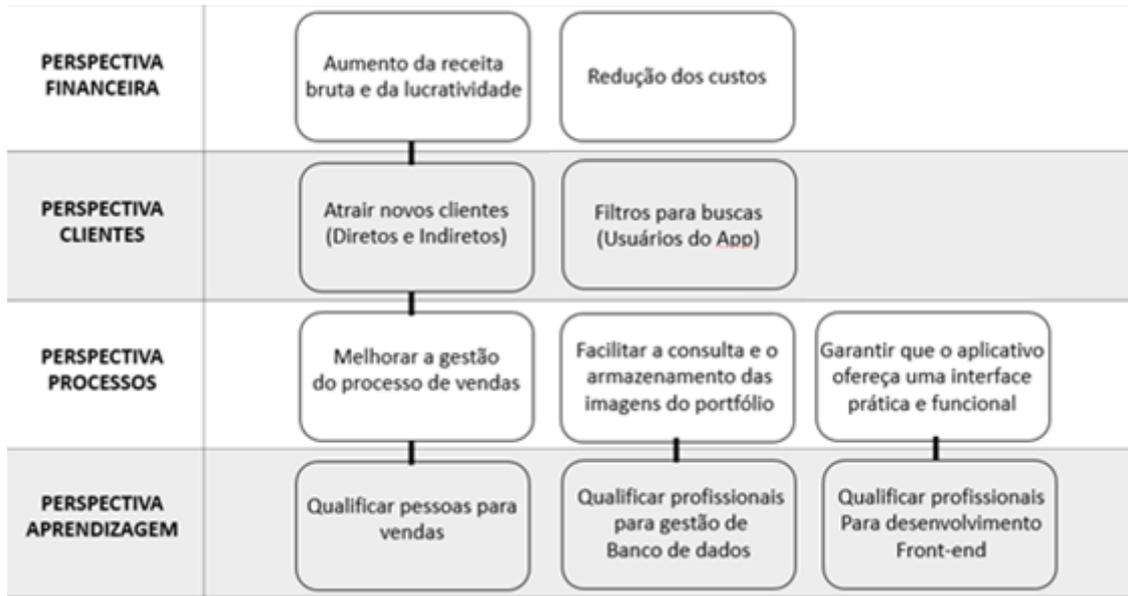


Fonte: LINK, 2018.

3.5.2 BSC:

O Balanced Scorecard (BSC) apresentado na Figura 3, pode ser definido como um modelo de gestão estratégica para mensuração dos progressos das empresas visando os objetivos de longo prazo, a partir da tradução da estratégia em metas, indicadores e iniciativas estratégicas.

Figura 3 – Balanced Scorecard



Fonte: LINK, 2018.

Após a elaboração do Balanced Scorecard é importante desenvolver KPI's para acompanhar o progresso dos objetivos estabelecidos.

3.5.3. KPIs:

Indicadores elaborados para acompanhar o progresso das metas estabelecidas no BSC, apresentado com mais detalhes na tabela 1.

Tabela 1 - Indicadores

Objetivos	Indicadores
Aumento da receita bruta e da lucratividade	$\frac{\text{Receita Bruta Ano}}{\text{Receita Bruta Ano} - 1}$
Redução dos custos	$\frac{\text{Custo Ano}}{\text{Custo Ano} - 1}$
Atrair novos clientes	$\frac{\text{Quantidade Clientes Ano}}{\text{Quantidade Cliente Ano} - 1}$

Objetivos	Indicadores
Melhorar a gestão do processo de vendas	$\frac{\text{Quantidade Clientes Ano}}{\text{Quantidade Cliente Ano} - 1}$
Facilitar a consulta e o armazenamento das imagens	$\frac{\text{Tempo de Consulta Ano}}{\text{Tempo Consulta Ano} - 1}$
Qualificar pessoas para vendas	$\frac{\text{Vendas Ano}}{\text{Vendas Ano} - 1}$
Qualificar profissionais para gestão dos Bancos de Dados	$\frac{\text{Erros Ano}}{\text{Erros Ano} - 1}$
Qualificar profissionais para desenvolvimento Front-end	$\frac{\text{Quantidade de Cursos Ano}}{\text{Quantidade de Cursos Ano} - 1}$

Fonte: LINK, 2018.

Os Indicadores de Desempenho (KPI's) apresentados tem como foco o Balanced Scorecard. As metas estabelecidas como aumento da receita, redução de custos, atrair novos clientes e qualificar os profissionais, direcionam o posicionamento estratégico das respectivas áreas.

3.6. Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica:

A estratégia do negócio é baseada nas estratégias competitivas de Porter é enfoque. A proposta é oferecer um serviço prático e qualificado para conectar profissionais a seus clientes, por meio de uma plataforma online.

O objetivo é penetrar nesse mercado onde a maior concorrência vem de forma indireta (redes sociais) e como diferencial, o cliente poderá personalizar a sua busca por meio de filtros, obtendo todas as informações necessárias para avaliação das alternativas, o que dificulta a entrada de novos concorrentes.

Com a pesquisa de campo, foi possível observar uma grande aceitação por parte do público que aprecia tatuagens. Isso certamente chamará atenção dos profissionais do ramo para se tornarem clientes, visando aumentar a exposição dos seus trabalhos e atingir uma parcela maior do público alvo.

Capítulo 4: Viabilidade operacional

4.1. Plano Operacional

4.1.1. Fluxograma dos processos operacionais

Na Figura 4, está exposto o fluxo das atividades principais realizadas de forma rotineira pelos colaboradores da LINK, que tem como objetivo final, garantir a melhor experiência possível aos usuários.

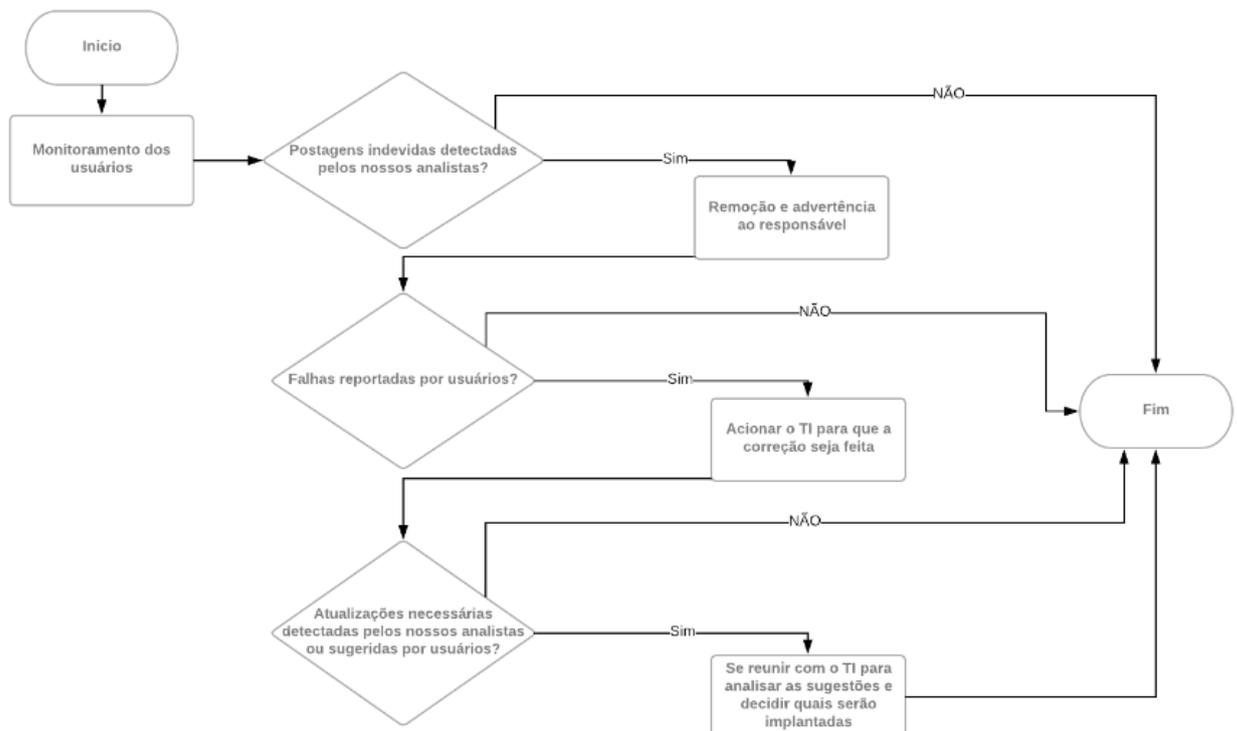
A principal atividade desempenhada pela equipe é o monitoramento do *software* como um todo.

Por um lado, o dos usuários, a análise é feita visando detectar e eliminar comportamentos indevidos como postagem de conteúdos ilegais e conteúdo não relacionado ao tema central proposto, como por exemplo, propagandas de negócios de outros segmentos, assim como advertir os responsáveis que podem ser banidos do *software*.

Pelo outro lado, são feitas análises sobre o *software* em si, visando detectar falhas no funcionamento e identificar oportunidades de melhorias, visando sempre à evolução do aplicativo.

Sugestões de melhorias dadas por usuários são levadas para reuniões entre a administração da LINK e os responsáveis pelo *software* na empresa de TI para que seja avaliada e caso seja viável, implantada; no caso de sugestões de colaboradores, o procedimento é o mesmo, porém, o autor da sugestão também participará da reunião.

Figura 4 – Fluxograma dos processos operacionais



Fonte: LINK, 2018

4.1.2. Layout ou arranjo físico

Tendo como inspiração grandes empresas que atuam no meio digital, como por exemplo, Facebook e Google, a Link desenvolveu um escritório diferente do que as pessoas estão acostumadas a trabalhar.

A ideia central do projeto é um ambiente informal, para isso utiliza-se mais cores, toques pessoais na decoração e menos divisórias entre as áreas. Segundo a matéria feita pela Terra, a ideia de retirar a formalidade do ambiente de trabalho o torna mais agradável, o que acaba incentivando a criatividade dos funcionários e os deixando mais motivados, diminuindo de certa forma até a rotatividade de funcionários na empresa. ¹

Com a junção das áreas, os funcionários ficam mais próximos no dia a dia, isso aumenta a troca de informações e experiências entre eles e incentiva a colaboração. Na Figura 5, será apresentada a planta do escritório da LINK.

1. Disponível em: <https://www.terra.com.br/economia/vida-de-empresario/ambiente-de-trabalho-descontraido-incentiva-criatividade,b38e795137495410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>

Figura 5 – Planta da LINK



Fonte: <https://floorplanner.com/>

Na figura 6, é apresentado um escritório do Google, servindo de inspiração para a decoração da LINK, um layout bem decorado e descontraído influenciará positivamente no desempenho dos funcionários.

Figura 6 – Google Office



Fonte: <https://www.archdaily.com>

4.1.3. Máquinas e equipamentos necessários para produção

Para que o serviço seja prestado com excelência, é necessário que o APP fique online 24 horas por dia, sendo assim, é preciso ter um espaço em um computador que esteja conectado à rede 24 horas por dia e que tenha grande capacidade de armazenamento para manter os dados do APP e abastece-lo em tempo real. Esta Máquina é chamada de Servidor, este tipo de serviço de hospedagem em um servidor pode ser prestado por uma empresa que possua essas máquinas e “alugue” para outras empresas ou a organização pode optar por comprar uma máquina e tê-la em sua empresa, no caso da LINK, esse serviço será terceirizado, visando maior estabilidade do APP, visto que as empresas que oferecem este tipo de serviço já têm toda a estrutura pronta e mão de obra especializada para operar o sistema.

Além de manter o APP funcionando, são necessários computadores e telefones para os colaboradores, com finalidade de monitorar os usuários conforme apresentado na figura 4 (fluxograma), se comunicar entre si, com clientes e fornecedores, realizar pesquisas, ações de marketing e interagir com o público nas redes sociais.

4.1.4. Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços

O ponto principal para determinar a capacidade de prestação de serviço de um software como o da LINK é a capacidade de armazenamento de dados no servidor. Como a hospedagem do APP será terceirizada, ou seja, toda a estrutura do APP e todos os dados gerados a partir dele serão armazenados por outra empresa que já possui as máquinas necessárias e a mão de obra especializada para atuar como suporte técnico, é possível trabalhar com a capacidade *on demand*, desta forma, será contratado inicialmente um pacote mínimo de armazenamento e conforme a base de usuários do APP aumenta, serão feitos *upgrades* deste pacote junto ao fornecedor.

Com o APP funcionando da forma desejada, espera-se que o número de usuários aumente, surgindo assim, mais dúvidas, sugestões e reclamações. Inicialmente, o atendimento aos clientes será feito por todos da equipe, conforme a disponibilidade no momento da demanda.

A prospecção de Tatuadores será feita de forma digital, por meio de ações de marketing nos principais canais disponíveis atualmente, como o Facebook e Instagram. Com objetivo de atrair usuários (não tatuadores) para o APP, a equipe da

LINK participará de eventos voltados à Tatuagens e divulgará um vídeo institucional por meio da plataforma YouTube em forma de anúncio, que antecede o vídeo pesquisado.

Portanto, a capacidade de atendimento e prestação de serviços da LINK será completamente baseada na demanda, conforme a demanda aumentar, a capacidade pode ser ajustada sem grandes problemas. A capacidade do APP pode ser ajustada com um upgrade no pacote contratado de armazenamento; já a capacidade de atendimento e prospecção de clientes se resolverá com a expansão da equipe, por meio da contratação de novos funcionários conforme necessidade.

4.1.5. Principais fornecedores

Para o escritório da LINK, serão necessários os itens básicos de mobília (mesas, cadeiras e armários) a fim de acomodar os colaboradores, seus pertences e os materiais de escritório; e alguns eletrodomésticos voltados à alimentação dos colaboradores, como micro-ondas, cafeteira, bebedouro e frigobar. Estes itens serão adquiridos de um único fornecedor, buscando aumento do poder de barganha sobre o mesmo.

Os principais fornecedores da LINK são os que estão diretamente ligados ao desenvolvimento, hospedagem e manutenção do APP.

Para desenvolver o APP, será necessária a contratação dos serviços de uma equipe especializada em desenvolver softwares, que geralmente é composta por um designer, um Web Designer, um analista de sistemas, um arquiteto de softwares, um analista de banco de dados, um programador, um analista de testes e um coordenador.

Para a evolução, manutenção e hospedagem, a princípio serão utilizados os serviços de uma empresa especializada nestes serviços, visando ter uma estrutura de custos mais enxuta e mão de obra especializada para operar o sistema.

Além dos fornecedores ligados à estrutura e ao software, são necessários também um profissional de Marketing especializado no meio digital, para direcionar as ações de divulgação da LINK e um fornecedor de materiais para escritório e limpeza.

4.1.6. Plano logístico e de distribuição

O plano logístico da LINK consiste no desdobramento da forma que o APP será disponibilizado ao público e como as pessoas tomarão o conhecimento dele para realizar o download e se tornar um usuário.

Os servidores precisam estar funcionando corretamente, para que o APP se mantenha online e pronto para uso. Feito isso, o APP deve ser disponibilizado de forma gratuita nas lojas de aplicativos dos principais sistemas operacionais, de forma que ele seja compatível e tenha bom funcionamento em aparelhos IOS e Android. Estas lojas possuem exigências, custos e potencial de mercado diferente, apresentados na tabela 2:

Tabela 2 – Apple Store x Google Play

	Apple Store	Google Play
DUNS Number*	Sim	Não
Custo médio	R\$ 352,75 por ano	R\$ 89,08 uma única vez
Tempo médio para publicação	15 dias	4 horas
Taxa por aplicativo vendido	30%	30%
Usuários Ativos	800 milhões	1 Bilhão

Fonte: LINK, 2018.

*DUNS Number é como se fosse um CNPJ, só que válido para o âmbito internacional, criado e administrado pela consultoria Dun & Bradstreet.

Com o APP funcionando e disponibilizado nas lojas, o próximo e último passo é fazer com que as pessoas conheçam a LINK e se interessem pelo download do APP. Para que isso aconteça, ações de marketing serão realizadas em eventos de Tatuagem, redes sociais e parcerias com estúdios renomados que possuem uma grande visibilidade no mercado das tatuagens.

4.2. Estimativa de gastos:

Os custos da LINK apresentados são compostos pela precificação do aplicativo, aluguel do escritório e os gastos de manutenção do mesmo, equipamentos e materiais do escritório e limpeza.

O orçamento da criação do aplicativo foi feito pelo site Quanto Custa Um Aplicativo. Este site realiza uma série de perguntas referentes à interface, quais tipos

de sistema operacional irá rodar (Android e IOS), necessidade de login via redes sociais, interação dos internautas com a plataforma, dentre outras opções de personalização. Após esse processo de precificação o valor calculado foi de R\$ 80.000,00.

A manutenção do aplicativo custará em torno de R\$250,00 por mês e será realizada pela própria desenvolvedora, já o armazenamento de dados será realizado pela Locaweb com um plano mensal de R\$249,90, a fim de proteger as informações.

Os custos referentes ao arranjo físico da empresa são compostos pelas seguintes variáveis, aluguel, contas de água, luz e telefonia (incluindo a internet). Os valores do aluguel foram extraídos do site Zap imóveis na região de Santo André. Estes gastos serão apresentados na tabela 3.

Tabela 3 – Custo mensal do arranjo físico

Gastos Com o Arranjo Físico por Mês	
Descrição	Valor Total (R\$)
Aluguel+Condomínio	R\$ 2.130,00
Conta de água	R\$ 150,00
Conta de Luz	R\$ 550,00
Conta telefônica + Internet	R\$ 450,00
Total Por Mês	R\$ 3.280,00

Fonte: LINK, 2018.

O valor dos bens não duráveis será apresentado na tabela 4 de uma forma mensal, todos os dados foram retirados do site das lojas Kalunga.

Tabela 4 – Custo mensal de bens não duráveis

Valor de Bens Não duráveis	
Descrição	Valor Total (R\$)
Materiais de Limpeza	R\$ 180,00
Materiais de Escritório	R\$ 350,00
Total Por Mês	R\$ 530,00

Fonte: LINK, 2018.

Na tabela 5 será apresentado o total de gastos mensais da LINK, demonstrada de uma forma geral.

Tabela 5 – Custo total mensal da empresa

Total de Gastos LINK	
Descrição	Valor Total (R\$)
Gastos com Arranjo Físico	R\$ 3.280,00
Bens Não Duráveis	R\$ 530,00
Total Mensal	R\$ 3.810,00

Fonte: LINK, 2018.

Os custos referentes aos bens duráveis da empresa, foram retirados dos sites de dois grandes fornecedores, Magazine Luiza e Madeira Madeira, a fim de aumento do poder de barganha. A tabela 6 apresenta os valores de cada item.

Tabela 6 – Custo de bens duráveis

Valor de Bens duráveis			
Descrição	Quantidade em unidade	Valor unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Mesa	5	R\$ 148,00	R\$ 740,00
Mesa de reunião	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Armário	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
Cadeira	10	R\$ 120,00	R\$ 1.200,00
Impressora	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Computador	5	R\$ 1.498,90	R\$ 7.494,50
lixo	5	R\$ 35,00	R\$ 175,00
Cafeteira	1	R\$ 68,00	R\$ 68,00
Telefone	5	R\$ 80,00	R\$ 400,00
Microondas	1	R\$ 245,00	R\$ 245,00
Frigobar	1	R\$ 670,00	R\$ 670,00
Bebedouro	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
Sofá	1	R\$ 765,00	R\$ 765,00
Total	-	-	R\$ 13.137,50

Fonte: LINK, 2018.

4.3. Análise e diagnóstico da viabilidade operacional

A ideia central da LINK é trazer praticidade e visibilidade em um mercado que ainda não foi explorado no cenário digital, considerando que cada vez mais serviços estão sendo realizados nesse cenário e as pessoas estão cada vez mais conectadas na internet.

Para que o aplicativo seja eficaz para atender esse público, a LINK vai buscar fornecedores de qualidade no serviço de informação, que ficarão responsáveis por:

desenvolver o aplicativo, hospedar o servidor online, resolver os problemas e mantê-lo atualizado.

Considerando sua estrutura enxuta, a LINK contará com um escritório pequeno, poucos colaboradores e terceirizará os serviços relacionados ao servidor online para minimizar os custos.

Com base nas estratégias apresentadas, acredita-se que a LINK seja operacionalmente viável.

Capítulo 5. Viabilidade Mercadológica:

5.1. Plano de Marketing (Modelo dos 4 P's de Kotler e Keller):

5.1.1 Produtos e Serviços:

A empresa procura oferecer um aplicativo que seja prático e que conte com uma busca personalizada para atender os usuários, mantê-los na plataforma e divulgar o trabalho dos tatuadores.

O objetivo é criar um ambiente que reúna os potenciais clientes dos tatuadores e divulgar seus trabalhos por meio de uma busca personalizada com os filtros oferecidos pelo aplicativo.

5.1.2. Matriz BCG:

Na matriz BCG o aplicativo se encontra no quadrante “Dúvida” como mostrado na Figura 7, porque possui uma baixa participação relativa no mercado, mas conta com uma elevada taxa de crescimento, comum para negócio que estão em sua fase inicial podendo se tornar um produto estrela.

Figura 7 – Matriz BCG



Fonte: LINK, 2018.

5.1.3. MVP:

O produto mínimo viável será um aplicativo para a plataforma Android, já que comparado ao IOS exige uma menor burocracia. Contará com sistema de “login” próprio porque oferecer essa ferramenta com o Facebook ou Gmail encarece o desenvolvimento do aplicativo.

Uma interface simples tornará o desenvolvimento mais rápido e requer um investimento menor em desenvolvimento front-end, é necessário ter um painel administrativo que conta com dados estatísticos para análise.

5.1.4. Preço:

O preço estipulado é de R\$100,00 mensais para os tatuadores criarem um perfil no aplicativo, com a finalidade de divulgar seus trabalhos.

A LINK oferece um serviço mensal, suas cobranças são feitas automaticamente todos os meses conforme a data de inscrição, a forma de pagamento utilizada será débito em conta corrente.

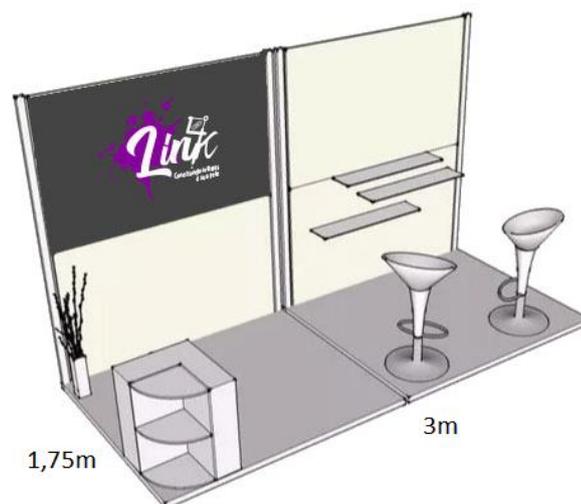
5.1.5. Promoção:

Para promover a marca, a LINK divulgará o aplicativo pelo Facebook e Instagram, que permitem direcionar a propaganda para o público que demonstra interesse em assuntos relacionados à tatuagem.

Os tatuadores que realizarem indicações do aplicativo serão recompensados com benefícios como melhor posicionamento nas buscas realizadas pelos usuários, ou seja, aparecem primeiro do que outros tatuadores nas buscas.

Os eventos serão direcionados na promoção do aplicativo para os seus potenciais usuários, corroborando assim para uma maior visibilidade do aplicativo. O estande da LINK é apresentado na Figura 8, conta com uma dimensão de 3x1,75m.

Figura 8 – Estande da LINK

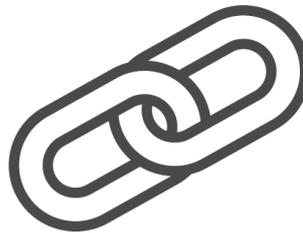


5.1.6. Gestão da marca:

A identidade visual da LINK foi criada buscando unir dois fatores essenciais, por meio de símbolos do qual a marca contextualiza: A conexão entre tatuadores e o público interessado em tatuar-se e o equipamento utilizado pelos tatuadores.

O símbolo de conexão apresentado na figura 9, é representada por uma corrente, para a LINK isso representa a relação entre o tatuador e os usuários do aplicativo, pois o negócio somente sucederá com a participação de ambos.

Figura 9 – Símbolo da conexão:



Fonte: https://br.freepik.com/icones-gratis/simbolo-de-ligacao_733717.htm

Na figura 10 é apresentada uma ferramenta utilizada pelos tatuadores no desenvolvimento da sua profissão. Na criação desse logo, o símbolo foi exposto no lugar da letra “K” para trazer mais simplicidade na apresentação, ao mesmo tempo que chama a atenção.

Figura 10 - Símbolo da máquina de tatuagem



Fonte: <https://www.canstockphoto.com.br/m%C3%A1quina-tatuagem-fundo-branco-49041157.html>

Além da representação dos símbolos na logomarca, o seu logotipo também os correlaciona empregando duas palavras em inglês: “LINK” que significa conexão e “INK” que remete à tatuagem/tinta. O logo é apresentado na Figura 11.

Figura 11 – Logomarca LINK



Fonte: LINK, 2018.

Na construção da peça publicitária da Figura 12, o principal objetivo é apresentar a LINK para o público do Instagram, Facebook. Para isso foi empregada uma fonte frequentemente utilizada em tatuagens de frases simbólicas; imagens desfocadas que remetem ao tema para dar foco ao logo e slogan, esse buscar trazer uma definição prática do negócio que a LINK exerce.

Figura 12 - Peça publicitária para divulgação nas redes sociais



Fonte: LINK, 2018.

As figuras 13, 14, 15, 16, 17 e 18, apresentam a interface do aplicativo.

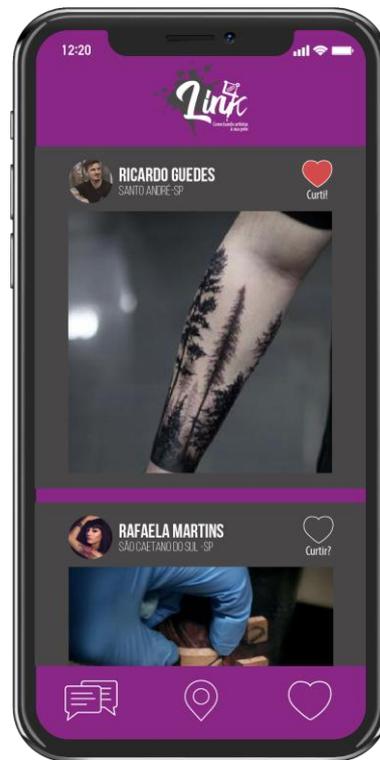
A figura 13 representa o perfil de um tatuador cadastrado no aplicativo, visto por um usuário que o encontrou por meio do filtro de especialidade preferido. O usuário poderá segui-lo no aplicativo para acompanhar seus trabalhos, ver a sua localização, uma breve apresentação biográfica, sua especialidade artística, avaliações de outros usuários que se tatuaram com ele e seus trabalhos concluídos.

Figura 13 - Esboço do aplicativo em funcionamento na versão para usuários



Fonte: LINK, 2018.

Figura 14 – Página Inicial



Fonte: LINK, 2018.

Figura 15 – Explorar novos artistas



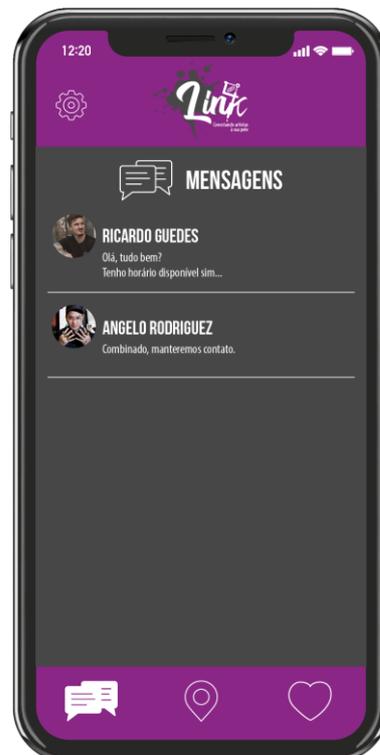
Fonte: LINK, 2018.

Figura 16 – Utilização dos Filtros



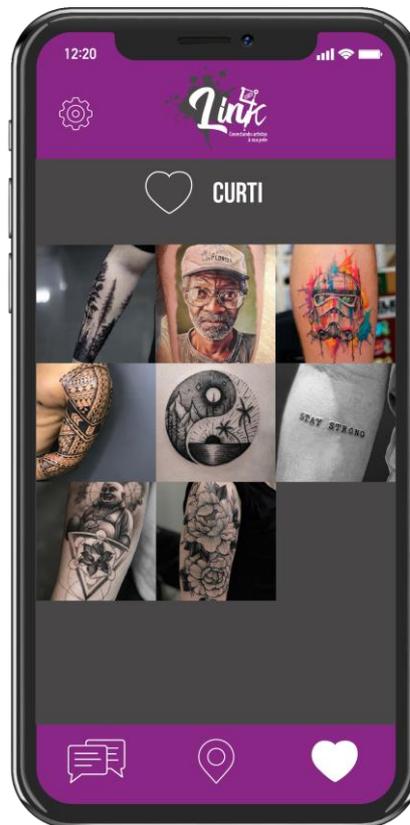
Fonte: LINK, 2018.

Figura 17 – Mensagens



Fonte: LINK, 2018.

Figura 18 – Curtidas



Fonte: LINK, 2018.

5.1.7. Fluxograma da experiência dos clientes com o aplicativo:

O fluxograma representado na figura 19 descreve os processos de utilização do aplicativo LINK para os tatuadores profissionais que irão se cadastrar no aplicativo.

O início do processo se dá com o *download* do aplicativo LINK em seus smartphones com sistemas operacionais Android e iOS. Feito isso ele irá solicitar o seu cadastro na plataforma na aba “Tatuadores”, preenchendo todos os seus dados pessoais como: Nome completo, RG, CPF e endereço; seus dados profissionais como: Tempo de experiência, nome do estúdio onde atua, especialidade de desenhos e os dados da conta bancária para o pagamento das mensalidades.

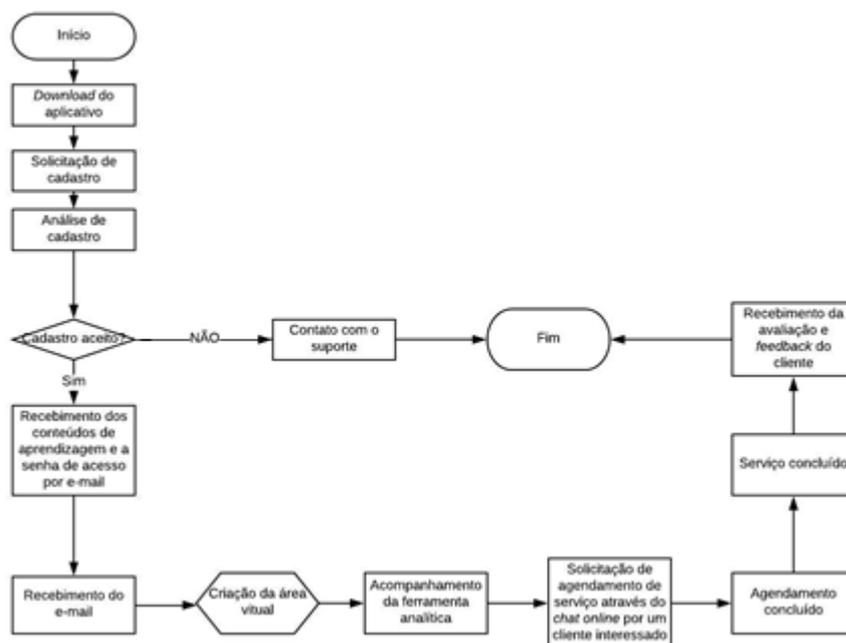
Após solicitado, os dados do cliente serão encaminhados para uma análise interna, que após a aprovação, ele receberá uma senha provisória para redefini-la como desejar e também um material *online* que o auxiliará na criação e organização do seu perfil virtual. Com isso ele terá acesso à sua área virtual para adicionar uma

imagem de perfil, do seu portfólio, trabalhos realizados, localização, biografia, especialidades, interesses, etc.

Dentro do aplicativo os profissionais poderão ser contatados pelo público interessado via *chat online* para esclarecer dúvidas, e outra funcionalidade do aplicativo é o acesso analítico ao seu perfil, onde eles conseguem visualizar a quantidade de visitas que estão recebendo por determinado período de tempo.

Na última etapa do processo, após um serviço realizado o profissional irá receber um *feedback* do comprador de uma nota de 1 a 5, baseado nas percepções da qualidade do atendimento e do serviço que foi prestado. Também será divulgado pelo cliente em sua galeria “Trabalhos recentes” uma imagem do serviço prestado, para que outros clientes possam ver.

Figura 19 - Fluxograma da experiência dos clientes com o aplicativo:



Fonte: LINK, 2018.

5.1.8. Estratégias de fidelização de clientes:

Para oferecer uma melhor experiência com a utilização da plataforma, os profissionais cadastrados contam com um suporte feito por videoconferência

trimestralmente para auxiliar na criação e organização do seu perfil, aumentando a visibilidade e interesse dos seus clientes potenciais.

5.1.9. Posicionamento da marca:

A estratégia genérica de posicionamento da empresa é a de focalização, todos os esforços são redirecionados para o mercado de tatuagem. É a estratégia mais coerente por se tratar de um aplicativo, prestar um serviço para um nicho de mercado por meio de um aplicativo desenvolvido para atender as necessidades desse público-alvo.

5.2. Previsão e mensuração da demanda:

5.2.1. Demanda corrente e futura:

A estimativa da demanda corrente da LINK parte do cálculo do potencial do mercado de tatuagens, baseando em dois fatores como: a quantidade de tatuadores no Brasil e o preço da mensalidade.

A participação da LINK em eventos é voltada para os usuários do aplicativo, o principal evento de tatuagem (TattooWeek) ocorre uma vez por ano, levando em consideração a quantidade de pessoas que seriam prospectadas e quantas de fato contratariam o pouco impacta na demanda.

Para o cálculo da demanda futura, pode-se provisionar por meio das ferramentas de promoção de propaganda do Facebook e do Instagram, uma publicidade tem o alcance de em média 2000 pessoas por dia nas duas redes. Estimando que 20% desses usuários acessem a propaganda e que 0,25% adquiram o plano no primeiro ano resulta em uma média de 30 novos clientes por mês e que a demanda evolua gradativamente nos próximos anos, para 0,5% no segundo ano e 1% a partir do terceiro ano.

Demanda mensal do primeiro ano:

Alcance diário Facebook e Instagram:

$$2000 \times 0,2 = 400$$

Tatuadores que assinaram o plano no mês

$$400 \times 0,0025 \times 30 \text{ dias} = 30$$

Por ser um serviço por assinatura, a LINK considerou uma taxa de 10% mensal de perda de usuários. A partir do nono mês do quinto ano o número de novos clientes se iguala ao número de perda de clientes. A evolução da demanda é apresentada nas tabelas 7, 8, 9, 10 e 11.

Tabela 7 – 1º ano demanda

Primeiro Ano												
Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
+ Clientes	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total 1	30	60	84	105	124	141	156	170	183	194	204	213
- Clientes	-	6	9	11	13	15	16	17	19	20	21	22
Total 2	30	54	75	94	111	126	140	153	164	174	183	191

Fonte: LINK, 2018.

Tabela 8 – 2º ano demanda

Segundo Ano												
Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
+ Clientes	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total 1	251	285	316	344	369	392	412	430	447	462	475	487
- Clientes	26	29	32	35	37	40	42	43	45	47	48	49
Total 2	225	256	284	309	332	352	370	387	402	415	427	438

Fonte: LINK, 2018.

Tabela 9 – 3º ano demanda

Terceiro Ano												
Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
+ Clientes	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total 1	528	565	598	628	655	679	701	720	738	754	768	781
- Clientes	53	57	60	63	66	68	71	72	74	76	77	79
Total 2	475	508	538	565	589	611	630	648	664	678	691	702

Fonte: LINK, 2018.

Tabela 10 – 4º ano demanda

Quarto Ano												
Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
+ Clientes	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Total 1	822	859	893	923	950	975	997	1017	1035	1051	1065	1078
- Clientes	83	86	90	93	95	98	100	102	104	106	107	108
Total 2	739	773	803	830	855	877	897	915	931	945	958	970

Fonte: LINK, 2018.

Tabela 11 - 5º ano demanda

Quinto Ano												
Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
+ Clientes	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Total 1	1090	1101	1110	1119	1127	1134	1140	1146	1151	1155	1159	1163
- Clientes	109	111	111	112	113	114	114	115	116	116	116	117
Total 2	981	990	999	1007	1014	1020	1026	1031	1035	1039	1043	1046

Fonte: LINK, 2018.

5.2.2. Market Share

De acordo com uma pesquisa¹ que aponta 11.380 estúdios de tatuagens no Brasil, cada estúdio conta com em média dois tatuadores, totalizando 22.760 tatuadores.

Para calcular o market share, utiliza-se a demanda do último mês do primeiro ano dividido pelo total de mercado, obtendo a participação da LINK nesse cenário.

$$\frac{191}{22.760} = 0,8\%$$

Portanto a LINK ao final do primeiro ano de atividades, estima uma participação no mercado de 0,8%.

5.3. Estimativa de gastos:

As ferramentas de criação de publicidade do Facebook e do Instagram apontam que direcionar uma propaganda para o público interessado em tatuagem para um alcance de dois mil usuários diários em ambas redes sociais totaliza uma despesa de R\$ 560,00 reais mensais.

Os gastos relacionados ao estande estão descritos nos investimentos iniciais. O valor estimado para o estande descrito no item (5.1.5. Promoção) é de R\$ 10.000,00.

5.4. Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica:

No primeiro tópico do capítulo foram apresentadas características do serviço que será prestado, como a empresa procura entender as necessidades dos clientes tanto os tatuadores quanto os usuários do aplicativo.

A matriz BCG (Figura 7) demonstra o desenvolvimento do produto frente ao mercado, participação e crescimento do mercado. Se enquadrando em “dúvida” já que possui uma participação de mercado relativamente baixa, mas o mercado está em crescimento.

O MVP (Mínimo Produto Viável) da empresa, será um aplicativo desenvolvido para a plataforma Android que exige uma menor burocracia para novos aplicativos e conta com uma base de usuários maior do que o IOS. O preço estipulado será uma mensalidade de R\$ 100,00 reais mensais para os tatuadores.

O aplicativo oferece praticidade para os usuários e divulgação aos tatuadores. As estratégias mercadológicas direcionadas para o público-alvo, fará com que a empresa tenha melhores retornos sobre o capital investido, os gastos com essa área estão alinhados com as metas da empresa, essa análise mostra que o aplicativo é viável.

Capítulo 6: Viabilidade do capital humano.

6.1. Projeção de colaboradores

6.1.1. Atividades:

A LINK será dividida em dois níveis. Suas atividades voltadas ao desenvolvimento do negócio e alguns serviços serão terceirizados para maior praticidade e custo-benefício.

As atividades administrativas que serão desenvolvidas são descritas de acordo com cada cargo administrativo:

Coordenador administrativo: Irá gerenciar todos os departamentos da Link.

Comercial: Responsável por realizar contato via telefone a estúdios de tatuagem, a fim de atrair novos clientes para o aplicativo, analisar as melhores estratégias de divulgação e definir as melhores práticas de vendas, além de interface entre o cliente e TI.

Recursos Humanos: Responsável pela parte de recrutamento e a seleção de colaboradores, acompanhamento das políticas de retenção de talentos, resolução de conflitos internos, controle de horários de entrada e saída e horas extras, além de intermediar as relações com o escritório de contabilidade (terceirizado) para o fechamento da folha de pagamento.

Setor financeiro: Responsável por garantir recursos para que a empresa possa cumprir seus objetivos, se manter ativa e competitiva no mercado financeiro, gerir o planejamento financeiro, realizar uma análise dos investimentos e riscos, contas a pagar e receber.

TI: Responsável pela manutenção do aplicativo, bem como o suporte de erros e defeitos, reportados pelos clientes.

Já as atividades terceirizadas serão apresentadas da seguinte maneira:

Contabilidade: Responsável por enviar as declarações fiscais e sociais cobrados pelos órgãos governamentais e folhas de pagamento.

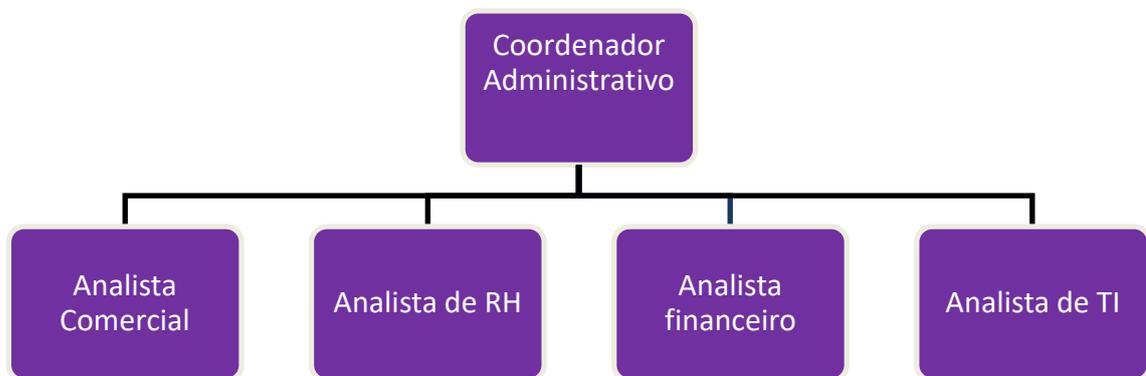
Desenvolvedor TI: Responsável pelo desenvolvimento do aplicativo que está por trás do negócio.

Serviços de Limpeza: Responsável por manter o escritório limpo e organizado.

6.1.2. Organograma:

No primeiro ano de operação, o organograma da LINK será composto por um coordenador administrativo e quatro analistas que responderão diretamente ao mesmo. Conforme apresentado na figura 20.

Figura 20 - Organograma



Fonte: LINK, 2018.

6.1.3. Headcount:

A LINK contará com cinco funcionários divididos de acordo com suas competências e habilidades, da seguinte maneira: um responsável por liderar todos os analistas, sendo esse o coordenador; um responsável pela área comercial, no qual realiza as visitas aos clientes e define as melhores técnicas de vendas; um analista de RH responsável por desde recrutamento e seleção à resolução de conflitos internos; um analista financeiro responsável por garantir recursos até realizar a parte de contas a pagar e receber; um analista de TI responsável por realizar a manutenção do aplicativo e contato com os clientes para garantia de bom funcionamento.

Com base na projeção de demanda realizada no capítulo cinco, é possível notar um aumento gradativo na demanda até o terceiro ano de atividades da organização, será necessário contratar um analista de TI para manutenção do aplicativo, gerenciamento de dados e atendimento ao cliente. A partir do começo do quarto ano

ocorre uma estabilização da demanda de usuários, o número de novos clientes se aproxima do número de perda, o plano foi realizado para cinco anos.

A tabela 12 apresenta a quantidade de funcionários por cargo no primeiro e no terceiro ano, para evidenciar a contratação de um novo analista de TI a fim de atender a demanda estimada.

Tabela 12 – Cargos

Cargo	1º ano	3º ano
Coordenador Adm	1	1
Analista RH	1	1
Analista Financeiro	1	1
Analista Comercial	1	1
Analista TI	1	2

Fonte: LINK, 2018.

6.1.4. Competências:

As competências requeridas pela LINK, foram divididas em uma tabela com as competências necessárias por todas as áreas do negócio, e competências necessárias para cada vaga em específico. Conforme apresentado na tabela 13.

Tabela 13 – Competências:

Competências gerais
Perfil dinâmico
Pensamento inovador
Proatividade
Controle Emocional

Fonte: LINK, 2018.

Coordenador administrativo: Um profissional com capacidade de tomar decisões em diferentes circunstâncias, com expertise para poder gerir todas as áreas competentes a si de maneira efetiva, com energia suficiente para suportar os momentos instáveis e a carga de trabalho, liderança para motivar e direcionar seus subordinados.

Formação: Administração ou economia.

Analista Comercial: Resiliência para lidar com os diferentes perfis de clientes (apesar de ser um perfil bastante parecido), alta capacidade de comunicação, esteja apto a um ambiente de trabalho dinâmico e atento aos detalhes no momento de organizar as melhores práticas de vendas a cada cliente.

Formação: Graduação em Administração ou economia.

Analista de RH: O Analista de RH deverá ter um espírito de liderança por representar a voz da empresa, e quanto a situações de conflitos internos e recrutamentos é importante que possua eficácia nas suas decisões, pois as decisões profissionais têm um efeito direto na vida pessoal do colaborador.

Formação: Graduação em Administração ou Psicologia.

Analista financeiro: O analista financeiro necessita de um bom relacionamento interpessoal, habilidade técnica para trabalhar com planilhas e base de dados, iniciativa na resolução de problemas, habilidade para trabalhar em equipe.

Formação: Administração, Economia ou Gestão Financeira.

Analista de TI: É imprescindível que o analista de TI possua um perfil comunicativo para saber lidar com o cliente e saber trabalhar sob pressão, além de um olhar crítico para entender e solucionar o problema de maneira clara e objetiva.

Formação: Tecnologia da Informação

6.2. Plano de gestão de pessoas

6.2.1. Recrutamento e seleção:

O recrutamento e seleção serão realizados com o auxílio de empresas do ramo como: Nube, Catho, Infojobs, onde se faz a abertura da vaga e recebe-se os currículos das pessoas interessadas. Outro método é utilizar o e-mail da empresa, onde será

possível receber currículos e guardar no banco de dados da empresa para quando necessário.

Os sites citados acima também oferecem, além dos serviços de recrutamento e seleção, o agendamento das entrevistas, onde será analisado: pontualidade, habilidade de falar sobre si mesmo e sobre suas experiências, facilidade de comunicação, conhecimentos técnicos utilizando-se de testes práticos feitos na própria empresa, além de empatia com os entrevistadores, e fatores técnicos básicos para o melhor preenchimento da vaga.

6.2.2. Remuneração:

O sistema de Remuneração da LINK apresentado na tabela 14, será o de Remuneração Funcional no qual é descrito por: descrição de cargo, avaliação de cargos, faixas salariais, política para administração dos salários e pesquisa salarial.

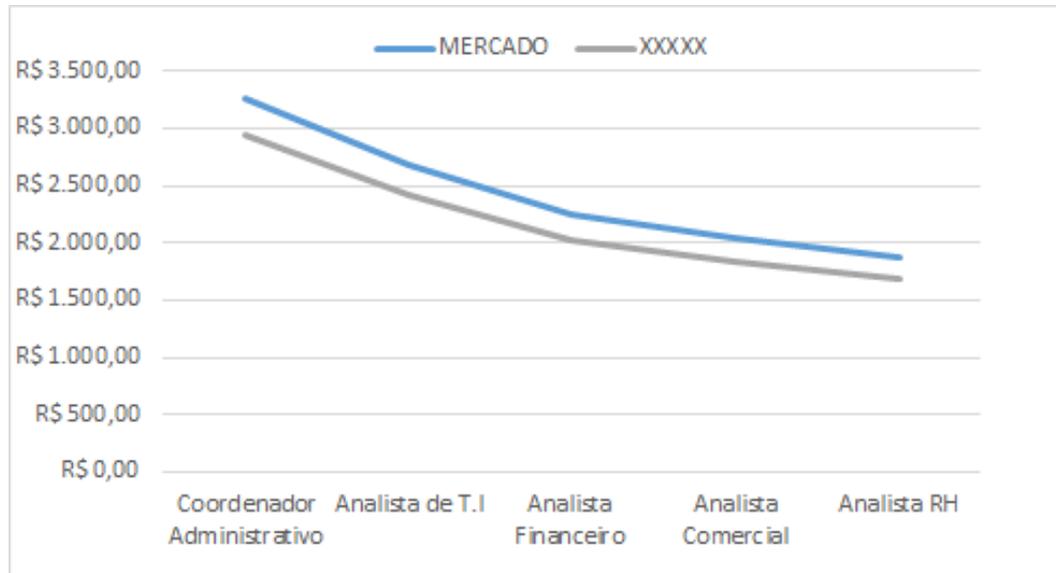
Tabela 14 – Remuneração – Valores tratados em R\$

CARGOS	MERCADO	LINK
Coordenador Administrativo	3.268,00	2.941,00
Analista de T.I	2.683,00	2.415,00
Analista Financeiro	2.244,00	2.019,00
Analista Comercial	2.040,00	1.836,00
Analista RH	1.866,00	1.680,00
TOTAL	12.101,00	10.891,00

Fonte: LINK, 2018.

A remuneração definida pela LINK será menor que a média do mercado no início, assim como mostra a curva salarial apresentada no gráfico 6.

Gráfico 6 - Curva Salarial



Fonte: LINK, 2018.

Porém, a medida em que a empresa crescer haverá um investimento maior em seus funcionários, o objetivo futuro é igualar a remuneração a do mercado. Em um primeiro momento, a LINK contratará profissionais recém-formados justificando assim um salário um pouco abaixo da média de mercado.

A tabela 15 agrupa os pagamentos referentes a remuneração, obrigações trabalhistas e aplicações de impostos aplicados sobre eles. Oferece apoio para a contratação, promoção e ajustes salariais, trazendo maior segurança para tomadas de decisões nessa área.

Tabela 15 – Obrigações Trabalhistas – Valores tratados em R\$

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Salário	130.692,00	130.692,00	159.672,00	159.672,00	159.672,00
VR	26.400,00	26.400,00	32.253,74	32.253,74	32.253,74
Desconto VR	5.280,00	5.280,00	6.450,74	6.450,74	6.450,74
VT	15.628,80	15.628,80	19.160,64	19.160,64	19.160,64
Desconto VT	7.841,52	7.841,52	9.580,00	9.580,00	9.580,00
Provisão 13°	10.891,00	10.891,00	13.306,00	13.306,00	13.306,00
Provisão férias	10.891,00	10.891,00	13.306,00	13.306,00	13.306,00
Provisão 1/3 férias	3.630,33	3.630,33	4.544,00	4.544,00	4.544,00
FGTS	10.455,36	10.455,36	10.644,80	10.644,80	10.644,80
Provisão FGTS (13° e férias)	2.032,98	2.032,98	2.128,96	2.128,96	2.128,96
INSS	Simples não retém INSS				
Provisão INSS (13° e férias)	Simples não retém INSS				
TOTAL	223.742,99	223.742,99	271.046,88	271.046,88	271.046,88

Fonte: LINK, 2018.

6.2.3. Treinamento e Desenvolvimento:

Serão realizados treinamentos conforme a necessidade seja a partir de um novo processo, uma nova atualização sistêmica ou uma adequação necessária para o momento, o maior foco será para o comercial e TI. Também é realizado um treinamento inicial para todos os funcionários da empresa com a finalidade de atualizar os conhecimentos dos processos e departamentos da mesma, como objetivo final de se ter o melhor atendimento ao cliente.

6.2.4. Segurança do trabalho:

Para estabelecer e manter um ambiente saudável e seguro será feita a prestação de serviço no momento de abertura de um técnico de segurança do trabalho para a avaliação e implantação de medidas necessárias em um escritório de pequeno porte, como ergonomia, riscos, ações preventivas e cuidados com equipamentos eletrônicos, também a conscientização dos funcionários para manter todas as indicações.

6.3. Estimativa de gastos:

Na estimativa de gastos anuais de RH para a LINK será composto por recrutamento e seleção que não tem um custo, já que os sites que prestam esse serviço não acarretam custos para o empregador.

A remuneração utilizada será a funcional, contendo salário, vale-refeição, vale-transporte, 13º salário, férias e FGTS, assim soma-se um total geral anual de R\$223.742,99 no primeiro e segundo ano e de R\$ 271.046,88 a partir do terceiro.

Com treinamentos a expectativa será variável, pois dependerá da necessidade, mas estima-se uma média de R\$ 1.300,00 mensais, com um foco maior na área comercial e de TI para a atualização do mercado e aperfeiçoamento.

Para a definição do Pró-labore, foi tomada como base a média salarial inicial para um recém-formado em Administração de Empresas, de R\$ 2.458,00 e tem o seu aumento a partir do segundo ano de experiência, em que a média salarial inicial passa a ser R\$ 5.977,00.

Já com segurança do trabalho o valor pago será apenas no momento da abertura e assim que os ajustes forem feitos, serão apenas mantidos pelos colaboradores, assim estima-se um valor de R\$2.280,00.

6.4. Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano na organização:

A LINK contará com um quadro de funcionários enxuto, de acordo com a necessidade da mesma. A organização tem como meta um clima descontraído e desafiador para os seus colaboradores, levando em consideração o perfil do negócio.

Pelo fato de estar em início de produção, os colaboradores precisam ter um perfil dinâmico e um pensamento inovador, dispostos a colaborar na expansão do negócio de maneira efetiva. Por isso, a Link busca jovens em início de carreira que tenham engajamento com a causa.

A partir disso, o método de recrutamento e seleção é ligado diretamente ao ambiente virtual. Logo, a seleção será toda via internet.

Foi adotado o sistema de remuneração funcional. Logo, os treinamentos serão focados nas áreas de Comercial e TI, além de treinamento inicial para os novos colaboradores.

Com isso, a perspectiva de futuro é positiva devido a LINK estar em concordância com os seus valores e capacidade de pessoal. Mantendo foco em seu crescimento a partir do desenvolvimento de seus colaboradores.

Capítulo 7: Viabilidade financeira

7.1. Plano Financeiro.

7.1.1. Pressupostos da análise financeira

Em um primeiro momento, é preciso realizar um estudo sobre a viabilidade do negócio por meio da avaliação da estabilidade e da capacidade de geração de lucro que este apresenta. Tendo o planejamento estratégico das áreas bem definidos, é preciso analisa-los financeiramente, para decidir se a empresa em questão é viável ou não, ou seja, tem capacidade de se sustentar ou não. ¹

Os custos operacionais da LINK (item 4.2) são consequência do aumento do público do Aplicativo, visto que quanto mais pessoas usando, mais pessoas para a administração da plataforma e atendimento ao cliente são necessárias, além da necessidade de expansão da capacidade de armazenamento de dados.

Além do custo das operações em si, deve-se levar em conta também os custos mercadológicos (item 5.3), que envolvem toda a divulgação da empresa; e o custo do capital humano (item 6.3), que diz respeito a todos os custos com os colaboradores; que também apresentam crescimento diretamente proporcional ao crescimento da empresa.

A taxa de desconto estabelecida é de 17%, considerando o risco do investimento e o retorno esperado, a taxa de desconto ajuda o investidor a ter mais certeza sobre a possibilidade de retorno oferecida pelo ativo no qual ele está aplicando seu capital.

Por fim, a viabilidade financeira será calculada com base na projeção da demanda (que é o que faz crescer a necessidade de aumentar a capacidade de prestação de serviço) e na perda de clientes, inclusa na projeção de demanda do item 5.2.1, e será utilizado como base para todos os cálculos o período de 5 anos.

Os indicadores financeiros utilizados para analisar os investimentos, a TIR determina o rendimento proporcionado pelo negócio em determinado período, o VPL leva em consideração as entradas e saídas de caixa que são traduzidas para valores monetários atuais e o PAYBACK que determina o período de tempo necessário para que a empresa recupere o valor inicialmente investido.

1. Disponível em: <http://www.mxm.com.br/blog/analise-financeira-entenda-importancia-e-saiba-como-fazer/>

7.1.2. Cálculo do investimento total

O cálculo do investimento total é dado pelo investimento pré-operacional mais o capital de giro.

$$R\$ 107.006,50 + R\$ 220.527,00 = R\$ 327.533,5$$

Na Tabela 16, será apresentado o investimento pré-operacional necessário para a criação da LINK.

Tabela 16 – Investimento Pré-Operacional – Valores tratados em R\$

INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	
Desenvolvimento APP	80.000,00
Estande para eventos	10.000,00
Google Play	89,00
Bens duráveis (Escritório)	13.137,50
Abertura da empresa	1.500,00
Segurança do trabalho	2.280,00
Total	107.006,50

Fonte: LINK, 2018.

7.1.3. Capital de Giro

O Capital de Giro da LINK será estimado em R\$220.527,00, correspondente ao capital mínimo necessário para realizar as atividades da empresa, estando apta para realizar suas operações de caixa no início das atividades.

7.1.4. Estimativa do faturamento anual para os próximos 5 anos:

A tabela 17 apresenta o faturamento total de cada ano, o cálculo leva em consideração a estimativa da demanda (item 5.2.1) pela adesão do plano com o valor de R\$ 100,00 mensais.

Tabela 17 – Estimativa do Faturamento Anual – Valores tratados em R\$

	1	2	3	4	5
Faturamento	149.500,00	419.700,00	729.900,00	1.049.300,00	1.223.100,00

Fonte: LINK, 2018.

O cálculo da depreciação dos bens da LINK são detalhados na tabela 18.

Tabela 18 – Depreciação

Bens Depreciáveis	Valor Total	Anos de Vida útil	R\$ ao ano	R\$ ao mês
Computadores e periféricos	R\$8.244,50	5	R\$1.648,90	R\$137,41
Móveis e Utensílios	R\$2.865,00	10	R\$286,50	R\$23,88
Máquinas e Equipamentos	R\$1.263,00	10	R\$126,30	R\$10,53
			Total	R\$171,81

Fonte: LINK, 2018.

7.1.5. Estimativa anual dos custos fixos e variáveis para os próximos 5 anos

Custos Fixos são os custos da empresa que não dependem do seu nível de produção ou atividade.

Os custos fixos da LINK englobam a publicação do aplicativo na Apple Store e os custos com a hospedagem e manutenção da plataforma, os custos estão detalhados na tabela 19.

Tabela 19 – Custos Fixos – Valores tratados em R\$

CUSTOS	
Apple Store	352,80
Locaweb	2.998,80
Manutenção APP	3.000,00
Total	6.351,60

Fonte: LINK, 2018.

As despesas da organização englobam o aluguel e condomínio, conta de água e de luz, materiais de escritório e limpeza, salários e pró-labore e o treinamento para os colaboradores. As despesas anuais estão descritas na tabela 20.

Tabela 20 – Despesas – Valores tratados em R\$

	1	2	3	4	5
Aluguel + Condomínio	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00
Conta de Água	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Conta de Luz	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Material de Limpeza	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Material de Escritório	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Conta telefônica	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Divulgação Facebook Instagram	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
Salários	223.740,00	223.740,00	271.044,00	271.044,00	271.044,00
Pró-Labore	29.496,00	29.496,00	71.724,00	71.724,00	71.724,00
Treinamento	15.600,00	15.600,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00
Total	321.276,00	321.276,00	426.408,00	426.408,00	426.408,00

Fonte: LINK, 2018.

7.1.6. Demonstrativo de resultados para os próximos 5 anos (IUDÍCIBUS, 2006).

A tabela 21 apresenta a Demonstração de resultado de cada ano, os demonstrativos mensais podem ser conferidos no Apêndice A.

Tabela 21 – Demonstrações de Resultado – Valores tratados em R\$

	1	2	3	4	5
Receita Bruta	149.500,00	419.700,00	729.900,00	1.049.300,00	1.223.100,00
SIMPLES	23.621,00	66.312,60	115.324,20	165.789,40	193.249,80
Receita Líquida	125.879,00	353.387,40	614.575,80	883.510,60	1.029.850,20
Custos	6.351,60	6.351,60	6.351,60	6.351,60	6.351,60
Apple Store	352,80	352,80	352,80	352,80	352,80
Locaweb	2.998,80	2.998,80	2.998,80	2.998,80	2.998,80
Manutenção APP	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Lucro Bruto	119.527,40	347.035,80	608.224,20	877.159,00	1.023.498,60
Despesas	321.276,00	321.276,00	426.408,00	426.408,00	426.408,00
Aluguel + Condomínio	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00
Conta de Água	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Conta de Luz	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Material de Limpeza	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Material de Escritório	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Conta telefônica	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Divulgação	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
Salários	223.740,00	223.740,00	271.044,00	271.044,00	271.044,00
Pró-Labore	29.496,00	29.496,00	71.724,00	71.724,00	71.724,00
Treinamento	15.600,00	15.600,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00
Lucro Líquido	(201.748,60)	25.759,80	181.816,20	450.751,00	597.090,60

Fonte: LINK, 2018.

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

Na tabela 22 é apresentado o fluxo de caixa que considera os investimentos iniciais (período 0), e o fluxo para os próximos 5 anos, o fluxo de caixa mensal é apresentado no apêndice B.

Tabela 22 – Fluxo de Caixa – Valores tratador em R\$

	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS						
Receita Líquida		125.879,00	353.387,40	614.575,80	883.510,60	1.029.850,20
SAÍDAS						
Desenvolvimento App	80.000,00					
Estande eventos	10.000,00					
Google Play	89,00					
Bens duráveis	13.137,50					
Abertura da empresa	1.500,00					
Segurança do trabalho	2.280,00					
Apple Store		352,80	352,80	352,80	352,80	352,80
Locaweb		2.998,80	2.998,80	2.998,80	2.998,80	2.998,80
Manutenção App		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Aluguel + Condomínio		25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00
Conta de Água		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Conta de Luz		6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Material de Limpeza		2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Material de Escritório		4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Conta telefônica		5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Divulgação		6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
Salários		223.740,00	223.740,00	271.044,00	271.044,00	271.044,00
Pró-labore		29.496,00	29.496,00	71.724,00	71.724,00	71.724,00
Treinamento		15.600,00	15.600,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00
ENTRADAS - SAÍDAS	(104.726,50)	(201.748,60)	25.759,80	181.816,20	450.751,00	597.090,60
SALDO ANTERIOR		(104.726,5)	(306.475,10)	(280.715,30)	(98.899,10)	351.851,90
SALDO FINAL	(104.726,50)	(306.475,10)	(280.715,30)	(98.899,10)	351.851,90	948.942,50

Fonte: LINK, 2018.

7.1.8. Cálculo e análise dos Indicadores de viabilidade financeira:

7.1.8.1. TIR

Taxa Interna de Retorno (TIR) demonstra o possível retorno do projeto que no caso da LINK está em torno de 49% ao ano, o investimento é economicamente atrativo, como mostra a tabela 23.

Tabela 23 – Taxa Interna de Retorno

TIR	49% ao ano
------------	------------

Fonte: LINK, 2018.

7.1.8.2. VPL

Considerando este índice, calculado com uma taxa de desconto de 17%, o valor é positivo, ou seja, o projeto LINK é praticável analisando este indicador, como mostra a tabela 24.

Tabela 24 – Valor Presente Líquido

VPL	R\$ 368.060,34
------------	----------------

Fonte: LINK, 2018.

7.1.8.3. PAYBACK

Período de Payback trata-se do tempo necessário para recuperar o investimento, e, conforme tabela 25 é possível observar o período calculado tanto com o Payback simples como também o Payback descontado.

Tabela 25 – PAYBACK – Valores tratados em R\$

	Fluxo de Caixa	Saldo	Fluxo Descontado	Saldo
0	(104.726,50)	(104.726,50)	(104.726,50)	(104.726,50)
1	(201.748,60)	(306.475,10)	(172.434,70)	(277.161,20)
2	25.759,80	(280.715,30)	18.817,88	(258.343,32)
3	181.816,20	(98.899,10)	113.520,68	(144.822,64)
4	450.751,00	351.851,90	240.543,29	95.720,66
5	597.090,60	948.942,50	272.339,68	368.060,34
	Payback Simples	3,22	Payback Descontado	3,60

Fonte: LINK, 2018.

7.1.8.4. Ponto de Equilíbrio

Ao considerar os custos para realizar as atividades da LINK frente o preço cobrado mensalmente dos tatuadores o ponto de equilíbrio é de 273 assinaturas ativas por mês.

7.2. Análise e diagnóstico da viabilidade financeira:

A análise financeira provou a viabilidade do projeto, considerando os investimentos iniciais e os custos mensais para a realização das atividades da LINK frente ao faturamento calculado com a demanda estimada no item 5.2 do capítulo 5 – análise mercadológica.

De acordo com os números apresentado a empresa deverá gerar lucro a partir do quarto mês do quarto ano de atividade, aumentando consideravelmente o lucro ao passar dos anos. Os investimentos iniciais contam com custo do escritório, desenvolvimento do aplicativo, treinamento, divulgação, aluguel, formando um total de R\$ 314.012,49.

Os indicadores demonstram a viabilidade do projeto, a taxa interna de retorno (TIR) de 49% ao ano considerando uma taxa de 17% calculada com base no risco do investimento, o valor presente líquido traz para a data zero os fluxos de caixa do projeto considerando a taxa mínima de atratividade e o payback simples de 3,22 e o descontado de 3,60.

Capítulo 8. Viabilidade do negócio: Conclusão do Trabalho

8.1. Análise SWOT da empresa:

Para analisar a viabilidade do negócio, a LINK desenvolveu uma análise SWOT para estudar o cenário através das propostas elaboradas. Após a análise, é possível identificar mais pontos positivos do que negativos. A figura 21 apresenta a análise e abaixo o desdobramento dos pontos dentro dos quadrantes.

Figura 21 - Análise SWOT.



Fonte: LINK, 2018.

8.1.1. Forças:

Baixo custo operacional: Mínima dependência por capital de giro, *headcount* enxuto e terceirização de algumas atividades que promovem redução de custo.

Eficácia no controle de qualidade: Sistema de reputação dos tatuadores cadastrados, que serão feitos pelos próprios usuários que realizarem o serviço. Quanto melhor os feedbacks deixados, mais atrativo torna-se o tatuador.

Melhoria contínua nas relações com os clientes: Acompanhamento do nível de satisfação do público, proveniente das pesquisas de satisfações realizadas por telefone, e-mails e dentro do aplicativo.

Equipe operacional qualificada e motivada: Eficácia na gestão comportamental e do clima da organização, bem como o alinhamento dos colaboradores com os valores da empresa.

8.1.2. Fraquezas:

Dificuldade para segmentação dos clientes: Após o estudo de mercado segundo o capítulo 3.2, identifica-se que o público da LINK é complexo e contingente, isso dificulta a criação de estratégias de segmentação de mercado.

8.1.3. Oportunidades:

Mercado sem concorrência: Através de diversas pesquisas, não existem empresas que ofereçam a mesma solução que a LINK.

Mercado com tendência de crescimento: Em base nos estudos de mercado apresentados no capítulo 3.1, a LINK situa-se em um mercado com grande tendência de crescimento.

Provisões positivas do *market share*: Estimado o *market share* no capítulo 5.2.2, positivo no período de cinco anos, proporciona à LINK mais credibilidade no sucesso do negócio.

8.1.4. Ameaças:

Ideia do negócio fácil de ser imitada: Considerando o mercado amplo e a facilidade para se desenvolver um aplicativo para *smartphones* atualmente, a ideia da LINK pode ser imitada. Por isso a empresa continuamente buscará criar valor para seus clientes e colaboradores e melhorar seus serviços, para aumentar sua sustentabilidade no mercado.

Desconfiança por parte do público: Pelo fato do mercado de tatuagens ser tradicional e a qualidade do serviço ser extremamente exigida, parte do público será avesso à inovação da LINK.

8.2. Planos de ações:

No desenvolvimento dos planos de ação da LINK, foram levadas em considerações as principais ações a serem tomadas para que o projeto seja realizado. As ações destacadas são: o desenvolvimento do aplicativo e recrutamento de um analista de RH que irá selecionar e recrutar outros colaboradores da equipe.

Figura 22 – Plano de Ação: Desenvolvimento do aplicativo.

LINK						
Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H						
Problema			Iniciativa de Melhoria Operacional (IMO)			
Descrição: Necessidade de desenvolvimento do aplicativo para smartphones.			Descrição: Contratar uma empresa qualificada para desenvolver o aplicativo.			
Consequências/impacto operacional: O desenvolvimento desse aplicativo é um pré-requisito para que as atividades da empresa sejam iniciadas.			Resultado mensurável/não mensurável Iniciação das atividades da empresa para conectar o público interessado em fazer tatuagem aos profissionais da área que aderirão aos planos mensais de cadastramento.			
O que fazer (What)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Realizar orçamentos com empresas desenvolvedoras de aplicativos para smartphones.	Fundador	05/01/2019	Pesquisas na internet ou indicações boca a boca.	Obter informações acerca das empresas que atuam no ramo de desenvolvimento de softwares portáteis, servirão como base para avaliar qual a melhor opção dentre as alternativas.	Pesquisar na internet as empresas mais bem avaliadas, solicitar orçamentos, comparar as alternativas a partir dos resultados entregues e escolher o melhor custo-benefício.	R\$ 70.000,00 a R\$ 90.000,00

Fonte: LINK, 2018.

Figura 23 – Plano de ação: Recrutamento de um analista de RH.

LINK						
Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H						
Problema			Iniciativa de Melhoria Operacional (IMO)			
Descrição: Necessidade de um analista de RH.			Contratar um analista de RH adequado para recrutar os demais colaboradores que envolverão a cadeia de suprimentos da empresa.			
Consequências/impacto operacional: Falta de conhecimento de estratégias para recrutamento dos colaboradores da empresa.			Resultado mensurável/não mensurável Colaboradores qualificados, competentes e adequados que se enquadram com às exigências de cada uma das funções da empresa.			
O que fazer (What)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Explorar e selecionar profissionais que atuam na área de RH, com experiência acadêmica no processo de recrutamento.	Fundador.	20/12/2018	LinkedIn, infojobs, catho, etc.	Realizar um processo seletivo com os profissionais encontrados, contribuirá para que os colaboradores futuros contratados sejam mais efetivos.	Realizar pesquisas nas principais redes profissionais da internet, como o linkedin, infojobs, catho e entre outros, reunir os perfis encontrados e realizar um processo seletivo para decidir qual é o perfil que mais se enquadra com a empresa.	R\$1.680,00

Fonte: LINK, 2018.

8.3. Considerações finais sobre o negócio:

O plano de negócio da LINK serviu como base para desenvolver as propostas que irão viabilizar os principais processos envolvidos nesse plano, como: viabilidade estratégica, operacional, mercadológica, de capital humano e financeira. Para iniciar a ideia do negócio, foi utilizada a ferramenta CANVAS que contribuiu para esclarecer quais são essas propostas para os principais processos.

Sobre a viabilização estratégica e mercadológica, o desenvolvimento da análise SWOT foi efetivo para verificar quais são os pontos mais relevantes. Por meio de pesquisas de mercado, identificou-se que o mercado está em crescimento e que o público potencial possui interesse na inovação da LINK. Na viabilidade do plano estratégico, observa-se barreiras à entrada de novos concorrentes e substitutos através da criação de valor para seus clientes, como: a facilidade no uso do aplicativo, entretenimento, efetividade na solução de problemas e atendimento ao cliente.

Quanto às principais propostas para o plano de viabilidade operacional, capital humano e financeiro, destacam-se: o estabelecimento e monitoramento de metas condizentes à realidade do negócio para motivar a equipe; acompanhamento periódico de seus KPI's operacionais, mercadológicos e humanos; busca contínua pela integração da equipe e o alinhamento com os objetivos da empresa; rigidez no controle e revisão das despesas financeiras e terceirização de algumas atividades para reduzir seu custo operacional.

Por fim, considerando eficazes as ações propostas pela LINK baseada nas pesquisas e estudos realizados, observa-se que seus objetivos, missão e visão organizacional da empresa são factíveis e ela deve ser lucrativa a partir do mês 40.

Capítulo 9: Resumo estendido

Atualmente, os tatuadores dependem muito da divulgação informal e das suas redes sociais para conseguir novos clientes, o que muitas vezes acaba sendo pouco eficaz, dado o fato de não haver um meio de divulgação específico do ramo de atividades deles.

O plano consiste em uma plataforma digital (Aplicativo), onde os tatuadores se cadastrarão com seus dados pessoais e informações adicionais que serão utilizadas para segmentar a busca (Filtros) tais como: raio (exibir tatuadores dentro de um raio determinado), estilo (realismo, tradicional, tribal...), preço médio e tempo médio de espera.

Mercado atual

Um estudo sobre o mercado de tatuagens¹ aponta que o número de estúdios aumentou em 24,1%. Dado esse fato, o mercado foi classificado na lista dos 20 negócios que mais crescem no Brasil. Porém, segundo o Sindicato das Empresas de Tatuagem e Body Piercing do Brasil (Setap-BR) ao mesmo tempo que o mercado cresce mais de 20%, aumenta também o número de tatuadores atuando sem experiência, o que preocupa parte dos profissionais do ramo.

Futuro do mercado

Espera-se que o mercado de tatuagens cresça de 10% a 20% nos próximos anos, mas não podemos deixar de avaliar que parte desse crescimento se deve ao aumento de clientes em busca de remover ou cobrir suas tatuagens. ²

Estudo dos clientes

Após a análise do primeiro censo de tatuagens do Brasil, foi possível observar que a amostra de pesquisa é composta por 60% de mulheres e 40% de homens; a faixa etária média conta com aproximadamente 50% de pessoas entre 19 a 25 anos; em relação às etnias, nota-se que 74% das pessoas são brancas e 4% negras; 43,5% dessa amostra possui o ensino superior completo ou está cursando. ²

A partir da pesquisa obtida foi possível observar por meio desse censo também que, 20,2% das pessoas tatuam símbolos, 15,6% frases marcantes, 12,9% animais, 8% mitologia, 7,6% homenagens, 7,2% plantas e flores, 6,3% objetos, 6,1%

personagens fictícios. O público geralmente busca: representação de liberdade, pertencimento a grupos sociais, homenagens, marco de uma transição temporal ou acontecimento, entre outros. ²

Os principais canais utilizados para explorar esses trabalhos são as redes sociais como o Instagram, Facebook e Pinterest. O preço médio pago por sessão é R\$ 80,00, podendo variar devido ao tamanho ou complexidade do desenho.

Estudo dos concorrentes

Atualmente não há aplicativos que ofereçam serviço idêntico ao da empresa LINK, a competitividade nesse mercado será por meio do preço oferecido aos tatuadores, para divulgarem o seu trabalho na plataforma.

Estudo dos fornecedores

O principal fornecedor da LINK é a empresa responsável por desenvolver a plataforma e oferecer treinamento para o analista de TI, capacitando-o para realizar eventuais ajustes no aplicativo.

Pesquisa de Campo

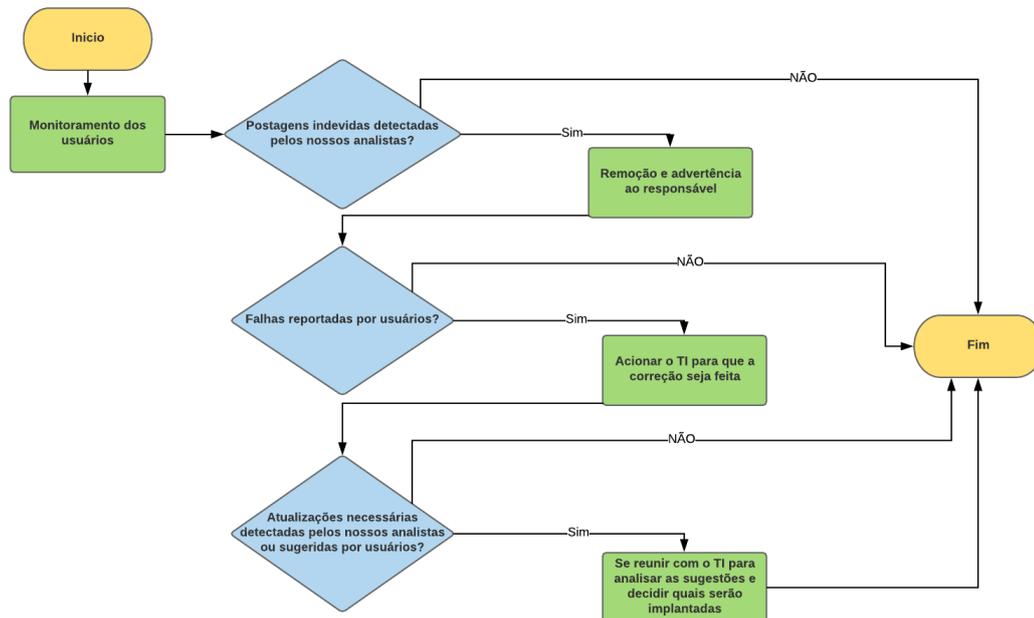
A pesquisa foi realizada em meios de comunicação como o Facebook, Instagram e WhatsApp. Foram entrevistadas 147 pessoas. Foi utilizada uma metodologia exploratória para descobrir qual a importância de cada um dos filtros para os possíveis clientes. 57,1% dos entrevistados confiariam em um tatuador encontrado no aplicativo, 38,8% de clientes indecisos e apenas 4,1% que não confiariam.

Viabilidade Operacional:

Para analisar a viabilidade operacional de um projeto, é necessário definir o fluxograma do processo principal da empresa, definir qual a necessidade em relação ao arranjo físico, máquinas e equipamentos, buscar fornecedores, projetar a capacidade produtiva e o plano para levar o produto/serviço até o consumidor.

A rotina da LINK, é constituída basicamente da análise sobre os usuários e do sistema em si, visando eliminar conteúdos indevidos, corrigir falhas sistêmicas e identificar oportunidades de melhorias. A rotina da LINK pode ser visualizada no fluxograma da Figura 1.

Figura 1 – Fluxograma



Fonte: LINK, 2018.

Layout ou Arranjo físico

A ideia principal para a estruturação do escritório da LINK é construir um espaço descontraído, com maior utilização de cores e menos divisão entre as áreas, buscando deixar os colaboradores mais confortáveis, incentivar a troca de conhecimento e ajuda entre eles (trabalho em equipe), fazendo com que fiquem motivados e aumente a produtividade da equipe.

Máquinas e Equipamentos necessários para produção

Para que o APP funcione, é necessário estar hospedado em uma máquina com capacidade de armazenar a base de dados dos usuários e que fique conectada à rede em tempo integral, abastecendo o APP em tempo real, esta máquina é o servidor.

Com o APP funcionando, basta computadores e telefones para que os colaboradores possam fazer o monitoramento e atendimento aos usuários, conforme retratado no fluxograma

Projeção da capacidade de prestação de serviços

A capacidade de prestação de serviços da LINK é *on demand*, ou seja, o fator que determinará a capacidade é a demanda. Sendo assim, conforme o número de

usuários aumenta, a capacidade de armazenamento de dados do servidor deverá aumentar, assim como o número de analistas para realizar o acompanhamento e atendimento, que também aumentará conforme a necessidade de expansão da equipe.

Plano logístico de distribuição

Para prestar o serviço ao público, a equipe da LINK disponibilizará inicialmente o APP apenas nas lojas dos principais sistemas operacionais da atualidade, Android e IOS, que apresentam uma grande quantidade de usuários, tornando o APP acessível à maioria das pessoas que possuem um *smartphone*. Já para promover e transmitir ao público o conhecimento do APP, serão realizadas ações de marketing digital por meio das plataformas Instagram e Facebook, além da presença em eventos de Tatuagem, objetivando trazer usuários para o APP.

Viabilidade Mercadológica:

Produtos e Serviços

A empresa procura oferecer um aplicativo que seja prático e que conte com uma busca personalizada para atender os usuários, mantê-los na plataforma e divulgar o trabalho dos tatuadores.

O objetivo é criar um ambiente que reúna os potenciais clientes dos tatuadores e divulgar seus trabalhos por meio de uma busca personalizada com os filtros oferecidos pelo aplicativo.

MVP

O produto mínimo viável será um aplicativo para a plataforma Android, já que comparado ao IOS exige uma menor burocracia e custo. Conterá com sistema de “login” próprio porque oferecer essa ferramenta com o Facebook ou Gmail encarece o desenvolvimento do aplicativo.

Uma interface simples tornará o desenvolvimento mais rápido e requer um menor investimento em desenvolvimento front-end, é necessário ter um painel administrativo que conta com dados estatísticos para análise.

Preço

O preço estipulado é de R\$100,00 mensais para os tatuadores criarem um perfil no aplicativo, com a finalidade de divulgar seus trabalhos. A LINK oferece um serviço mensal, suas cobranças são feitas automaticamente todos os meses conforme a data de inscrição, a forma de pagamento utilizada será débito em conta corrente.

Promoção

Para promover a marca, a LINK divulgará o aplicativo pelo Facebook e Instagram, que permitem direcionar a propaganda para o público que demonstra interesse em assuntos relacionados à tatuagem.

Os eventos serão direcionados na promoção do aplicativo para os seus potenciais usuários, corroborando assim para uma maior visibilidade do aplicativo.

Os tatuadores que realizarem indicações do aplicativo serão recompensados com benefícios como melhor posicionamento nas buscas realizadas pelos usuários, ou seja, aparecem primeiro do que outros tatuadores nas buscas.

Gestão da marca

A identidade visual da LINK foi criada buscando unir dois fatores essenciais, por meio de símbolos do qual a marca contextualiza: A conexão entre tatuadores, o público interessado em tatuar-se e o equipamento utilizado pelos tatuadores.

Na construção da peça publicitária da Figura 2, o principal objetivo é apresentar a LINK para o público do Instagram e Facebook. Para isso foi empregada uma fonte frequentemente utilizada em tatuagens de frases simbólicas; imagens desfocadas que remetem ao tema para dar foco ao logo e slogan, esse buscar trazer uma definição prática do negócio que a LINK exerce.

Figura 2 - Peça publicitária para divulgação nas redes sociais



Fonte: LINK, 2018.

A figura 3 representa o perfil de um tatuador cadastrado no aplicativo, visto por um usuário que o encontrou por meio do filtro de especialidade preferido. O usuário poderá segui-lo no aplicativo para acompanhar seus trabalhos, ver a sua localização, uma breve apresentação biográfica, sua especialidade artística, avaliações de outros usuários que se tatuaram com ele e seus trabalhos concluídos.

Figura 3 - Esboço do aplicativo em funcionamento na versão para usuários



Fonte: LINK, 2018.

Estratégias de fidelização de clientes:

Para oferecer uma melhor experiência com a utilização da plataforma, os profissionais cadastrados contam com um suporte feito por videoconferência trimestralmente para auxiliar na criação e organização do seu perfil, aumentando a visibilidade e interesse dos seus clientes potenciais.

Posicionamento da marca:

A estratégia genérica de posicionamento da empresa é a de focalização, todos os esforços são redirecionados para o mercado de tatuagem. É a estratégia mais coerente por se tratar de um aplicativo, prestar um serviço para um nicho de mercado por meio de um aplicativo desenvolvido para atender as necessidades desse público-alvo.

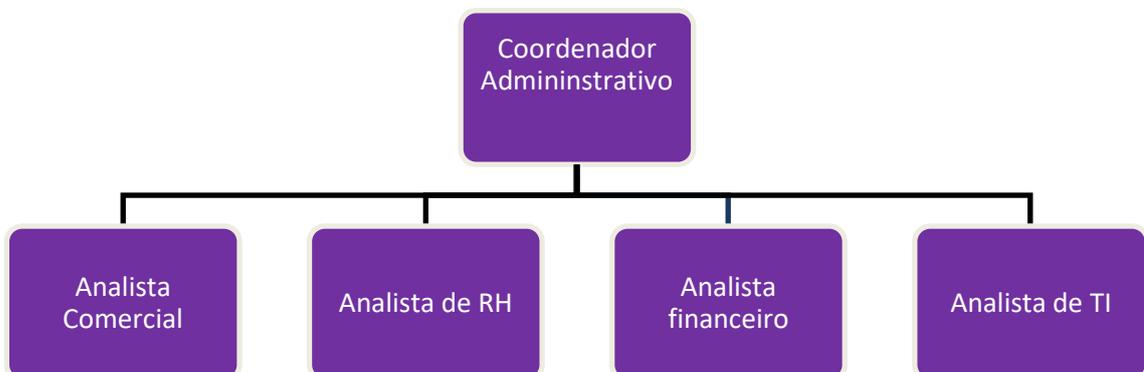
Viabilidade do capital humano:

A LINK será dividida em dois níveis horizontais. Suas atividades voltadas ao desenvolvimento do negócio e alguns serviços serão terceirizados para maior praticidade e custo-benefício.

Organograma:

No primeiro ano de operação, o organograma da LINK será composto por um coordenador administrativo e quatro analistas que responderão diretamente ao mesmo. Conforme apresentado na figura 4.

Figura 4 - Organograma



Headcount:

A LINK contará com cinco funcionários divididos de acordo com suas competências e habilidades, da seguinte maneira: um responsável por liderar todos os analistas, sendo esse o coordenador; um responsável pela área comercial, no qual realiza as visitas aos clientes e define as melhores técnicas de vendas; um analista de RH responsável por desde recrutamento e seleção à resolução de conflitos internos; um analista financeiro responsável por garantir recursos até realizar a parte de contas a pagar e receber; um analista de TI responsável por realizar a manutenção do aplicativo e contato com os clientes para garantia de bom funcionamento.

Competências:

As competências requeridas pela LINK, foram divididas em uma tabela com as competências necessárias por todas as áreas do negócio, e competências necessárias para cada vaga em específico. Conforme apresentado na tabela 1.

Tabela 1 – Competências:

Competências gerais
Perfil dinâmico
Pensamento inovador
Proatividade
Controle Emocional

Fonte: LINK, 2018.

Recrutamento e seleção:

O recrutamento e seleção serão realizados com o auxílio de empresas do ramo como: Nube, Catho, Infojobs, onde se faz a abertura da vaga e recebe-se os currículos das pessoas interessadas. Outro método é utilizar o e-mail da empresa, onde será possível receber currículos e guardar no banco de dados da empresa para quando necessário.

Os sites citados acima também oferecem, além dos serviços de recrutamento e seleção, o agendamento das entrevistas, onde será analisado: pontualidade,

habilidade de falar sobre si mesmo e sobre suas experiências, facilidade de comunicação, conhecimentos técnicos utilizando-se de testes práticos feitos na própria empresa, além de empatia com os entrevistadores, e fatores técnicos básicos para o melhor preenchimento da vaga.

O sistema de Remuneração da LINK será o de Remuneração Funcional no qual é descrito por: descrição de cargo, avaliação de cargos, faixas salariais, política para administração dos salários e pesquisa salarial. O sistema de remuneração pode ser visualizado na tabela 2.

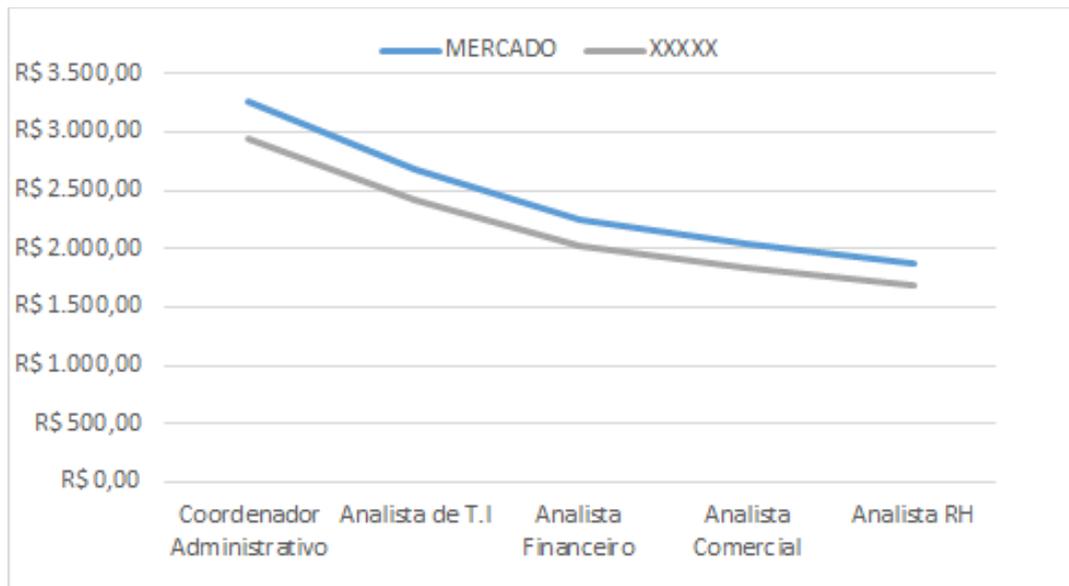
Tabela 2 – Remuneração – Valores tratados em R\$

CARGOS	MERCADO	LINK
Coordenador Administrativo	3.268,00	2.941,00
Analista de T.I	2.683,00	2.415,00
Analista Financeiro	2.244,00	2.019,00
Analista Comercial	2.040,00	1.836,00
Analista RH	1.866,00	1.680,00
TOTAL	12.101,00	10.891,00

Fonte: LINK, 2018.

A remuneração definida pela LINK será menor que a média do mercado no início, assim como mostra a curva salarial apresentada no gráfico 1.

Gráfico 1 - Curva Salarial



Fonte: LINK, 2018.

Plano Financeiro

Pressupostos

O planejamento financeiro é de suma importância para analisar a viabilidade de um plano de negócio. Neste capítulo, foi elaborado uma projeção financeira para 5 anos, incluindo o levantamento de todos os custos (operacionais, mercadológicos e de capital humano), investimento inicial e projeção do faturamento, que possibilitou o cálculo dos indicadores (taxa interna de retorno, payback simples e descontado, valor presente líquido e ponto de equilíbrio) e a elaboração do demonstrativo de resultado (DRE) e do fluxo de caixa.

Os custos estão diretamente relacionados com a demanda dos usuários pelo APP, ou seja, conforme o número de usuários na base da LINK aumenta, maior terá de ser a capacidade de armazenamento de dados e conseqüentemente maior terá de ser a equipe, para monitorar o funcionamento do APP e atender aos clientes.

Capital de Giro

Corresponde a quantia necessária para manter as operações da empresa até que ela se torne lucrativa, no caso da LINK, o capital de giro é R\$220.527,00.

Investimento Total

Composto pelo investimento pré-operacional (custo para abrir uma empresa, estande que será utilizado nos eventos, desenvolvimento do APP, ou seja, a sua criação, publicação nas lojas de APP, bens duráveis para o escritório e segurança do trabalho) que é R\$ 107.006,50 e o capital de giro, que é 220.527,00, totalizando R\$ 327.533,50.

Estimativa do faturamento

A tabela 3 apresenta a estimativa do faturamento total para cada ano, os valores são apresentados em R\$:

Tabela 3 – Faturamento anual – Valores tratados em R\$

	1	2	3	4	5
Faturamento	149.500,00	419.700,00	729.900,00	1.049.300,00	1.223.100,00

Fonte: LINK,2018.

Custos fixos, Despesas e Depreciação

São os custos que não dependem do nível de produção da empresa, formam um total de R\$6.351,60 ao ano, a depreciação dos equipamentos, forma um total de R\$2.061,70 ao ano.

As Despesas são iguais no primeiro e no segundo ano, sofre um aumento no terceiro ano e se mantém estável até o quinto ano, que é o final do período da análise, segue o valor total de despesa para cada ano, as despesas são apresentadas na tabela 4.

Tabela 4 – Despesas – Valores tratados em R\$

	1	2	3	4	5
Aluguel + Condomínio	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00
Conta de Água	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Conta de Luz	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Material de Limpeza	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Material de Escritório	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Conta telefônica	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Divulgação	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
Salários	223.740,00	223.740,00	271.044,00	271.044,00	271.044,00
Pró-Labore	29.496,00	29.496,00	71.724,00	71.724,00	71.724,00
Treinamento	15.600,00	15.600,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00
Total	321.276,00	321.276,00	426.408,00	426.408,00	426.408,00

Fonte: LINK, 2018.

Demonstrativo de resultado

Com a elaboração do demonstrativo de resultado, é possível visualizar o prejuízo no primeiro ano e que a LINK se torna lucrativa a partir do segundo ano, a tabela 5 apresenta as DREs.

Tabela 5 – DREs – Valores tratados em R\$

	1	2	3	4	5
Receita Bruta	149.500,00	419.700,00	729.900,00	1.049.300,00	1.223.100,00
SIMPLES	23.621,00	66.312,60	115.324,20	165.789,40	193.249,80
Receita Líquida	125.879,00	353.387,40	614.575,80	883.510,60	1.029.850,20
Custos	6.351,60	6.351,60	6.351,60	6.351,60	6.351,60
Apple Store	352,80	352,80	352,80	352,80	352,80
Locaweb	2.998,80	2.998,80	2.998,80	2.998,80	2.998,80
Manutenção APP	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Lucro Bruto	119.527,40	347.035,80	608.224,20	877.159,00	1.023.498,60
Despesas	321.276,00	321.276,00	426.408,00	426.408,00	426.408,00
Aluguel + Condomínio	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00	25.560,00
Conta de Água	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Conta de Luz	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Material de Limpeza	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Material de Escritório	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Conta telefônica	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Divulgação	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
Salários	223.740,00	223.740,00	271.044,00	271.044,00	271.044,00
Pró-Labore	29.496,00	29.496,00	71.724,00	71.724,00	71.724,00
Treinamento	15.600,00	15.600,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00
Lucro Líquido	(201.748,60)	25.759,80	181.816,20	450.751,00	597.090,60

Fonte: LINK, 2018.

Indicadores

Com base nos cálculos realizados anteriormente, foi possível calcular os indicadores para a viabilidade financeira, apresentados na tabela a seguir:

Tabela 6 – Indicadores

Indicador	Valor
TIR	49% ao ano
VPL	R\$ 368.060,34
Payback Simples	3,22 anos
Payback Descontado	3,6 anos
Ponto de Equilíbrio	273 assinaturas ativas por mês

Fonte: LINK,2018.

Análise SWOT da empresa:

Para diagnosticar e avaliar o ambiente interno e externo do negócio, a LINK desenvolveu uma análise SWOT para reunir informações acerca desses quatro ambientes: Forças (S), Fraquezas (W), Oportunidades (O) e Ameaças (T).

Verifica-se a viabilidade do negócio, considerando que há superioridade dos pontos positivos aos negativos. A figura 5 apresenta a análise SWOT da LINK.

Figura 5 – Análise SWOT

	Fatores positivos	Fatores negativos
Fatores internos	<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baixo custo operacional - Eficácia no controle de qualidade, através do processo de avaliação pós serviço feito pelos tatuados - Melhoria contínua nas relações com os clientes, através de pesquisas de satisfação e feedbacks - Equipe operacional qualificada e motivada 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade para segmentação dos clientes
Fatores externos	<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado sem concorrência - Mercado com tendência de crescimento - Provisões positivas do <i>market share</i> 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ideia do negocio fácil de ser imitada - Desconfiança de parte do público, devido a inovação de um ramo tradicional

Fonte: LINK, 2018.

Considerações finais sobre o negócio:

O plano de negócio da LINK serviu como base para desenvolver as propostas que irão viabilizar os principais processos envolvidos nesse plano, como: viabilidade estratégica, operacional, mercadológica, de capital humano e financeira. Para iniciar a ideia do negócio, foi utilizada a ferramenta CANVAS que contribuiu para esclarecer quais são essas propostas para os principais processos.

Sobre a viabilização estratégica e mercadológica, o desenvolvimento da análise SWOT foi efetivo para verificar quais são os pontos mais relevantes. Por meio de pesquisas de mercado, identificou-se que o mercado está em crescimento e que o público potencial possui interesse na inovação da LINK. Na viabilidade do plano estratégico, observa-se barreiras à entrada de novos concorrentes e substitutos através da criação de valor para seus clientes, como: a facilidade no uso do aplicativo, entretenimento, efetividade na solução de problemas e atendimento ao cliente.

Quanto às principais propostas para o plano de viabilidade operacional, capital humano e financeiro, destacam-se: o estabelecimento e monitoramento de metas condizentes à realidade do negócio para motivar a equipe; acompanhamento periódico de seus KPI's operacionais, mercadológicos e humanos; busca contínua pela integração da equipe e o alinhamento com os objetivos da empresa; rigidez no controle e revisão das despesas financeiras e terceirização de algumas atividades para reduzir seu custo operacional.

Por fim, considerando eficazes as ações propostas pela LINK baseada nas pesquisas e estudos realizados, observa-se que seus objetivos, missão e visão organizacional da empresa são factíveis e ela deve ser lucrativa a partir do mês 40.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Jose Carlos. Administração Financeira I; finanças para empreendedores e iniciantes. 1ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV 2015.
- BARNEY, J. B. e HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DUTRA, J. S. Gestão de pessoas: modelos, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2011.
- FITZSIMMONS James A.; FITZSIMMONS MONA J. Administração de Serviços. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade gerencial. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. Mapas Estratégicos - Balanced Scorecard: Convertendo Ativos Intangíveis em Resultados Tangíveis. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- KOTLER, P. Administração de marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5ª.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- PORTER, M. E. Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. Cap. 1: “Análise estrutural de indústrias”.
- TREACY, M., WIESERMA F., “Customer Intimacy and Other Value Disciplines,” Harvard Business Review, January/February 1993, pp. 84–93;

APÊNDICE A – DRE PARA OS 5 ANOS

PRIMEIRO ANO

	1	2	3	4	5	6
Receita Bruta	R\$ 3.000,00	R\$ 5.400,00	R\$ 7.500,00	R\$ 9.400,00	R\$ 11.100,00	R\$ 12.600,00
SIMPLES	R\$ 474,00	R\$ 853,20	R\$ 1.185,00	R\$ 1.485,20	R\$ 1.753,80	R\$ 1.990,80
Receita Líquida	R\$ 2.526,00	R\$ 4.546,80	R\$ 6.315,00	R\$ 7.914,80	R\$ 9.346,20	R\$ 10.609,20
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 1.996,70	R\$ 4.017,50	R\$ 5.785,70	R\$ 7.385,50	R\$ 8.816,90	R\$ 10.079,90
Depesas	R\$ 26.773,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-Labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
Lucro Líquido	-R\$ 24.776,30	-R\$ 22.755,50	-R\$ 20.987,30	-R\$ 19.387,50	-R\$ 17.956,10	-R\$ 16.693,10

	7	8	9	10	11	12
Receita Bruta	R\$ 14.000,00	R\$ 15.300,00	R\$ 16.400,00	R\$ 17.400,00	R\$ 18.300,00	R\$ 19.100,00
SIMPLES	R\$ 2.212,00	R\$ 2.417,40	R\$ 2.591,20	R\$ 2.749,20	R\$ 2.891,40	R\$ 3.017,80
Receita Líquida	R\$ 11.788,00	R\$ 12.882,60	R\$ 13.808,80	R\$ 14.650,80	R\$ 15.408,60	R\$ 16.082,20
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 11.258,70	R\$ 12.353,30	R\$ 13.279,50	R\$ 14.121,50	R\$ 14.879,30	R\$ 15.552,90
Depesas	R\$ 26.773,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-Labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
Lucro Líquido	-R\$ 15.514,30	-R\$ 14.419,70	-R\$ 13.493,50	-R\$ 12.651,50	-R\$ 11.893,70	-R\$ 11.220,10

SEGUNDO ANO

	1	2	3	4	5	6
Receita Bruta	R\$ 22.500,00	R\$ 25.600,00	R\$ 28.400,00	R\$ 30.900,00	R\$ 33.200,00	R\$ 35.200,00
SIMPLES	R\$ 3.555,00	R\$ 4.044,80	R\$ 4.487,20	R\$ 4.882,20	R\$ 5.245,60	R\$ 5.561,60
Receita Líquida	R\$ 18.945,00	R\$ 21.555,20	R\$ 23.912,80	R\$ 26.017,80	R\$ 27.954,40	R\$ 29.638,40
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 18.415,70	R\$ 21.025,90	R\$ 23.383,50	R\$ 25.488,50	R\$ 27.425,10	R\$ 29.109,10
Despesas	R\$ 26.773,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-Labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
Lucro Líquido	-R\$ 8.357,30	-R\$ 5.747,10	-R\$ 3.389,50	-R\$ 1.284,50	R\$ 652,10	R\$ 2.336,10

	7	8	9	10	11	12
Receita Bruta	R\$ 37.000,00	R\$ 38.700,00	R\$ 40.200,00	R\$ 41.500,00	R\$ 42.700,00	R\$ 43.800,00
SIMPLES	R\$ 5.846,00	R\$ 6.114,60	R\$ 6.351,60	R\$ 6.557,00	R\$ 6.746,60	R\$ 6.920,40
Receita Líquida	R\$ 31.154,00	R\$ 32.585,40	R\$ 33.848,40	R\$ 34.943,00	R\$ 35.953,40	R\$ 36.879,60
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 30.624,70	R\$ 32.056,10	R\$ 33.319,10	R\$ 34.413,70	R\$ 35.424,10	R\$ 36.350,30
Despesas	R\$ 26.773,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-Labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
Lucro Líquido	R\$ 3.851,70	R\$ 5.283,10	R\$ 6.546,10	R\$ 7.640,70	R\$ 8.651,10	R\$ 9.577,30

TERCEIRO ANO

	1	2	3	4	5	6
Receita Bruta	R\$ 47.500,00	R\$ 50.800,00	R\$ 53.800,00	R\$ 56.500,00	R\$ 58.900,00	R\$ 61.100,00
SIMPLES	R\$ 7.505,00	R\$ 8.026,40	R\$ 8.500,40	R\$ 8.927,00	R\$ 9.306,20	R\$ 9.653,80
Receita Líquida	R\$ 39.995,00	R\$ 42.773,60	R\$ 45.299,60	R\$ 47.573,00	R\$ 49.593,80	R\$ 51.446,20
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 39.465,70	R\$ 42.244,30	R\$ 44.770,30	R\$ 47.043,70	R\$ 49.064,50	R\$ 50.916,90
Despesas	R\$ 35.534,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-Labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
Lucro Líquido	R\$ 3.931,70	R\$ 6.710,30	R\$ 9.236,30	R\$ 11.509,70	R\$ 13.530,50	R\$ 15.382,90

	7	8	9	10	11	12
Receita Bruta	R\$ 63.000,00	R\$ 64.800,00	R\$ 66.400,00	R\$ 67.800,00	R\$ 69.100,00	R\$ 70.200,00
SIMPLES	R\$ 9.954,00	R\$ 10.238,40	R\$ 10.491,20	R\$ 10.712,40	R\$ 10.917,80	R\$ 11.091,60
Receita Líquida	R\$ 53.046,00	R\$ 54.561,60	R\$ 55.908,80	R\$ 57.087,60	R\$ 58.182,20	R\$ 59.108,40
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 52.516,70	R\$ 54.032,30	R\$ 55.379,50	R\$ 56.558,30	R\$ 57.652,90	R\$ 58.579,10
Despesas	R\$ 35.534,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-Labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
Lucro Líquido	R\$ 16.982,70	R\$ 18.498,30	R\$ 19.845,50	R\$ 21.024,30	R\$ 22.118,90	R\$ 23.045,10

Fonte: LINK, 2018.

QUARTO ANO

	1	2	3	4	5	6
Receita Bruta	R\$ 73.900,00	R\$ 77.300,00	R\$ 80.300,00	R\$ 83.000,00	R\$ 85.500,00	R\$ 87.700,00
SIMPLES	R\$ 11.676,20	R\$ 12.213,40	R\$ 12.687,40	R\$ 13.114,00	R\$ 13.509,00	R\$ 13.856,60
Receita Líquida	R\$ 62.223,80	R\$ 65.086,60	R\$ 67.612,60	R\$ 69.886,00	R\$ 71.991,00	R\$ 73.843,40
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 61.694,50	R\$ 64.557,30	R\$ 67.083,30	R\$ 69.356,70	R\$ 71.461,70	R\$ 73.314,10
Despesas	R\$ 35.534,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-Labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
Lucro Líquido	R\$ 26.160,50	R\$ 29.023,30	R\$ 31.549,30	R\$ 33.822,70	R\$ 35.927,70	R\$ 37.780,10

	7	8	9	10	11	12
Receita Bruta	R\$ 89.700,00	R\$ 91.500,00	R\$ 93.100,00	R\$ 94.500,00	R\$ 95.800,00	R\$ 97.000,00
SIMPLES	R\$ 14.172,60	R\$ 14.457,00	R\$ 14.709,80	R\$ 14.931,00	R\$ 15.136,40	R\$ 15.326,00
Receita Líquida	R\$ 75.527,40	R\$ 77.043,00	R\$ 78.390,20	R\$ 79.569,00	R\$ 80.663,60	R\$ 81.674,00
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 74.998,10	R\$ 76.513,70	R\$ 77.860,90	R\$ 79.039,70	R\$ 80.134,30	R\$ 81.144,70
Despesas	R\$ 35.534,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-Labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
Lucro Líquido	R\$ 39.464,10	R\$ 40.979,70	R\$ 42.326,90	R\$ 43.505,70	R\$ 44.600,30	R\$ 45.610,70

QUINTO ANO

	1	2	3	4	5	6
Receita Bruta	R\$ 98.100,00	R\$ 99.000,00	R\$ 99.900,00	R\$ 100.700,00	R\$ 101.400,00	R\$ 102.000,00
SIMPLES	R\$ 15.499,80	R\$ 15.642,00	R\$ 15.784,20	R\$ 15.910,60	R\$ 16.021,20	R\$ 16.116,00
Receita Líquida	R\$ 82.600,20	R\$ 83.358,00	R\$ 84.115,80	R\$ 84.789,40	R\$ 85.378,80	R\$ 85.884,00
Custos	R\$ 529,30	R\$ 529,30	R\$ 529,30	R\$ 529,30	R\$ 529,30	R\$ 529,30
Apple Store	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40
Locaweb	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90
Manutenção App	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Lucro Bruto	R\$ 82.070,90	R\$ 82.828,70	R\$ 83.586,50	R\$ 84.260,10	R\$ 84.849,50	R\$ 85.354,70
Despesas	R\$ 35.534,00	R\$ 35.534,00	R\$ 35.534,00	R\$ 35.534,00	R\$ 35.534,00	R\$ 35.534,00
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00
Conta de Água	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Conta de Luz	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Material de Limpeza	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Material de Escritório	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Conta telefônica	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00
Salários	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00
Pró-Labore	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00
Treinamento	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00
Lucro Líquido	R\$ 46.536,90	R\$ 47.294,70	R\$ 48.052,50	R\$ 48.726,10	R\$ 49.315,50	R\$ 49.820,70

	7	8	9	10	11	12
Receita Bruta	R\$ 102.600,00	R\$ 103.100,00	R\$ 103.500,00	R\$ 103.900,00	R\$ 104.300,00	R\$ 104.600,00
SIMPLES	R\$ 16.210,80	R\$ 16.289,80	R\$ 16.353,00	R\$ 16.416,20	R\$ 16.479,40	R\$ 16.526,80
Receita Líquida	R\$ 86.389,20	R\$ 86.810,20	R\$ 87.147,00	R\$ 87.483,80	R\$ 87.820,60	R\$ 88.073,20
Custos	R\$ 529,30					
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Lucro Bruto	R\$ 85.859,90	R\$ 86.280,90	R\$ 86.617,70	R\$ 86.954,50	R\$ 87.291,30	R\$ 87.543,90
Despesas	R\$ 35.534,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação Facebook Ins	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-Labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
Lucro Líquido	R\$ 50.325,90	R\$ 50.746,90	R\$ 51.083,70	R\$ 51.420,50	R\$ 51.757,30	R\$ 52.009,90

APÊNDICE B – FLUXO DE CAIXA MENSAL

INEVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL E PRIMEIRO ANO

	0	1	2	3	4	5	6
ENTRADAS							
Receita Líquida		R\$ 2.526,00	R\$ 4.546,80	R\$ 6.315,00	R\$ 7.914,80	R\$ 9.346,20	R\$ 10.609,20
SAÍDAS							
Desenvolvimento App	R\$ 80.000,00						
Stand eventos	R\$ 10.000,00						
Google Play	R\$ 89,00						
Bens duráveis (Escritório)	R\$ 13.137,50						
Abertura da empresa	R\$ 1.500,00						
Segurança do trabalho	R\$ 2.280,00						
Apple Store		R\$ 29,40					
Locaweb		R\$ 249,90					
Manutenção App		R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio		R\$ 2.130,00					
Conta de Água		R\$ 150,00					
Conta de Luz		R\$ 550,00					
Material de Limpeza		R\$ 180,00					
Material de Escritório		R\$ 350,00					
Conta telefônica		R\$ 450,00					
Divulgação		R\$ 560,00					
Salários		R\$ 18.645,00					
Pró-labore		R\$ 2.458,00					
Treinamento		R\$ 1.300,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	-R\$ 107.006,50	-R\$ 24.776,30	-R\$ 22.755,50	-R\$ 20.987,30	-R\$ 19.387,50	-R\$ 17.956,10	-R\$ 16.693,10
SALDO ANTERIOR		-R\$ 107.006,50	-R\$ 131.782,80	-R\$ 154.538,30	-R\$ 175.525,60	-R\$ 194.913,10	-R\$ 212.869,20
SALDO FINAL	-R\$ 107.006,50	-R\$ 131.782,80	-R\$ 154.538,30	-R\$ 175.525,60	-R\$ 194.913,10	-R\$ 212.869,20	-R\$ 229.562,30

	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 11.788,00	R\$ 12.882,60	R\$ 13.808,80	R\$ 14.650,80	R\$ 15.408,60	R\$ 16.082,20
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	-R\$ 15.514,30	-R\$ 14.419,70	-R\$ 13.493,50	-R\$ 12.651,50	-R\$ 11.893,70	-R\$ 11.220,10
SALDO ANTERIOR	-R\$ 229.562,30	-R\$ 245.076,60	-R\$ 259.496,30	-R\$ 272.989,80	-R\$ 285.641,30	-R\$ 297.535,00
SALDO FINAL	-R\$ 245.076,60	-R\$ 259.496,30	-R\$ 272.989,80	-R\$ 285.641,30	-R\$ 297.535,00	-R\$ 308.755,10

Fonte: LINK, 2018.

SEGUNDO ANO

	1	2	3	4	5	6
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 18.945,00	R\$ 21.555,20	R\$ 23.912,80	R\$ 26.017,80	R\$ 27.954,40	R\$ 29.638,40
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	-R\$ 8.357,30	-R\$ 5.747,10	-R\$ 3.389,50	-R\$ 1.284,50	R\$ 652,10	R\$ 2.336,10
SALDO ANTERIOR	-R\$ 308.755,10	-R\$ 317.112,40	-R\$ 322.859,50	-R\$ 326.249,00	-R\$ 327.533,50	-R\$ 326.881,40
SALDO FINAL	-R\$ 317.112,40	-R\$ 322.859,50	-R\$ 326.249,00	-R\$ 327.533,50	-R\$ 326.881,40	-R\$ 324.545,30

	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 31.154,00	R\$ 32.585,40	R\$ 33.848,40	R\$ 34.943,00	R\$ 35.953,40	R\$ 36.879,60
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 18.645,00					
Pró-labore	R\$ 2.458,00					
Treinamento	R\$ 1.300,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 3.851,70	R\$ 5.283,10	R\$ 6.546,10	R\$ 7.640,70	R\$ 8.651,10	R\$ 9.577,30
SALDO ANTERIOR	-R\$ 324.545,30	-R\$ 320.693,60	-R\$ 315.410,50	-R\$ 308.864,40	-R\$ 301.223,70	-R\$ 292.572,60
SALDO FINAL	-R\$ 320.693,60	-R\$ 315.410,50	-R\$ 308.864,40	-R\$ 301.223,70	-R\$ 292.572,60	-R\$ 282.995,30

Fonte: LINK, 2018.

TERCEIRO ANO

	1	2	3	4	5	6
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 39.995,00	R\$ 42.773,60	R\$ 45.299,60	R\$ 47.573,00	R\$ 49.593,80	R\$ 51.446,20
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 3.931,70	R\$ 6.710,30	R\$ 9.236,30	R\$ 11.509,70	R\$ 13.530,50	R\$ 15.382,90
SALDO ANTERIOR	-R\$ 282.995,30	-R\$ 279.063,60	-R\$ 272.353,30	-R\$ 263.117,00	-R\$ 251.607,30	-R\$ 238.076,80
SALDO FINAL	-R\$ 279.063,60	-R\$ 272.353,30	-R\$ 263.117,00	-R\$ 251.607,30	-R\$ 238.076,80	-R\$ 222.693,90

	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 53.046,00	R\$ 54.561,60	R\$ 55.908,80	R\$ 57.087,60	R\$ 58.182,20	R\$ 59.108,40
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 16.982,70	R\$ 18.498,30	R\$ 19.845,50	R\$ 21.024,30	R\$ 22.118,90	R\$ 23.045,10
SALDO ANTERIOR	-R\$ 222.693,90	-R\$ 205.711,20	-R\$ 187.212,90	-R\$ 167.367,40	-R\$ 146.343,10	-R\$ 124.224,20
SALDO FINAL	-R\$ 205.711,20	-R\$ 187.212,90	-R\$ 167.367,40	-R\$ 146.343,10	-R\$ 124.224,20	-R\$ 101.179,10

Fonte: LINK, 2018.

QUARTO ANO

	1	2	3	4	5	6
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 62.223,80	R\$ 65.086,60	R\$ 67.612,60	R\$ 69.886,00	R\$ 71.991,00	R\$ 73.843,40
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40	R\$ 29,40
Locaweb	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90	R\$ 249,90
Manutenção App	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00	R\$ 2.130,00
Conta de Água	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Conta de Luz	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Material de Limpeza	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Material de Escritório	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Conta telefônica	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Divulgação	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00	R\$ 560,00
Salários	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00	R\$ 22.587,00
Pró-labore	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00	R\$ 5.977,00
Treinamento	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 26.160,50	R\$ 29.023,30	R\$ 31.549,30	R\$ 33.822,70	R\$ 35.927,70	R\$ 37.780,10
SALDO ANTERIOR	-R\$ 101.179,10	-R\$ 75.018,60	-R\$ 45.995,30	-R\$ 14.446,00	R\$ 19.376,70	R\$ 55.304,40
SALDO FINAL	-R\$ 75.018,60	-R\$ 45.995,30	-R\$ 14.446,00	R\$ 19.376,70	R\$ 55.304,40	R\$ 93.084,50

	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 75.527,40	R\$ 77.043,00	R\$ 78.390,20	R\$ 79.569,00	R\$ 80.663,60	R\$ 81.674,00
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 39.464,10	R\$ 40.979,70	R\$ 42.326,90	R\$ 43.505,70	R\$ 44.600,30	R\$ 45.610,70
SALDO ANTERIOR	R\$ 93.084,50	R\$ 132.548,60	R\$ 173.528,30	R\$ 215.855,20	R\$ 259.360,90	R\$ 303.961,20
SALDO FINAL	R\$ 132.548,60	R\$ 173.528,30	R\$ 215.855,20	R\$ 259.360,90	R\$ 303.961,20	R\$ 349.571,90

Fonte: LINK, 2018.

QUINTO ANO

	1	2	3	4	5	6
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 82.600,20	R\$ 83.358,00	R\$ 84.115,80	R\$ 84.789,40	R\$ 85.378,80	R\$ 85.884,00
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 46.536,90	R\$ 47.294,70	R\$ 48.052,50	R\$ 48.726,10	R\$ 49.315,50	R\$ 49.820,70
SALDO ANTERIOR	R\$ 349.571,90	R\$ 396.108,80	R\$ 443.403,50	R\$ 491.456,00	R\$ 540.182,10	R\$ 589.497,60
SALDO FINAL	R\$ 396.108,80	R\$ 443.403,50	R\$ 491.456,00	R\$ 540.182,10	R\$ 589.497,60	R\$ 639.318,30

	7	8	9	10	11	12
ENTRADAS						
Receita Líquida	R\$ 86.389,20	R\$ 86.810,20	R\$ 87.147,00	R\$ 87.483,80	R\$ 87.820,60	R\$ 88.073,20
SAÍDAS						
Desenvolvimento App						
Google Play						
Bens duráveis (Escritório)						
Abertura da empresa						
Segurança do trabalho						
Apple Store	R\$ 29,40					
Locaweb	R\$ 249,90					
Manutenção App	R\$ 250,00					
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.130,00					
Conta de Água	R\$ 150,00					
Conta de Luz	R\$ 550,00					
Material de Limpeza	R\$ 180,00					
Material de Escritório	R\$ 350,00					
Conta telefônica	R\$ 450,00					
Divulgação	R\$ 560,00					
Salários	R\$ 22.587,00					
Pró-labore	R\$ 5.977,00					
Treinamento	R\$ 2.600,00					
ENTRADAS - SAÍDAS	R\$ 50.325,90	R\$ 50.746,90	R\$ 51.083,70	R\$ 51.420,50	R\$ 51.757,30	R\$ 52.009,90
SALDO ANTERIOR	R\$ 639.318,30	R\$ 689.644,20	R\$ 740.391,10	R\$ 791.474,80	R\$ 842.895,30	R\$ 894.652,60
SALDO FINAL	R\$ 689.644,20	R\$ 740.391,10	R\$ 791.474,80	R\$ 842.895,30	R\$ 894.652,60	R\$ 946.662,50

Fonte: LINK, 2018.

APÊNDICE C – CÁLCULO DA DEPRECIÇÃO

Bens Depreciáveis	Valor Total	Anos de Vida útil	R\$ ao ano	R\$ ao mês
Computadores e periféricos	R\$8.244,50	5	R\$1.648,90	R\$137,41
Móveis e Utensílios	R\$2.865,00	10	R\$286,50	R\$23,88
Máquinas e Equipamentos	R\$1.263,00	10	R\$126,30	R\$10,53
			Total	R\$171,81

APÊNDICE D – CÁLCULO DO CUSTO DE CAPITAL E DA TRIBUTAÇÃO

O custo de capital é calculado em R\$ 327.533,50, capital necessário para o início das atividades, a LINK não utilizou capital de terceiros.

O enquadramento tributário será com natureza jurídica de empresa de pequeno porte - EPP, o qual é caracterizado para pequenas empresas com o faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões. Essa modalidade permite um número maior de funcionários no quadro da empresa e sua forma de arrecadação será a Simples Nacional.

O Simples nacional abrange os impostos em um único documento de arrecadação (DAS). A empresa se enquadra no anexo III devido ao fator R, ou seja, a relação entre folha de pagamento e faturamento anual é superior à 28%, com uma alíquota efetiva de 10,58%.

APÊNDICE E – DETALHAMENTO DOS DADOS DA PESQUISA DE VALIDAÇÃO DE CONCEITO DE NEGÓCIO

Com a pesquisa, realizada pela LINK, foi possível identificar alguns filtros relevantes para a personalização do aplicativo, afim de facilitar a busca do consumidor e tornar a compra mais prazerosa e intuitiva. Foram entrevistadas 147 pessoas.

A pesquisa foi realizada em meios de comunicação como o Facebook, Instagram e WhatsApp. Utilizando uma metodologia exploratória, desmembrando os pontos chaves em questões para descobrir qual a importância de cada um dos filtros para os possíveis clientes.

Visando o desdobramento do mercado em questão e empresa dispôs em sua pesquisa de campo perguntas pertinentes à diferenciação (ferramentas facilitadoras de busca e pesquisa) do aplicativo para o consumidor.