

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

Aline Madureira Moreno
Flávia Oliveira Costa Cavalcieri
Maria Luiza Ferreira da Silva
Natalia Sayuri Iocuno Nobutaka
Nataly Fernanda Braz
Vanderlei dos Santos

1Job

Santo André
2019

Aline Madureira Moreno
Flávia Oliveira Costa Cavalhieri
Maria Luiza Ferreira da Silva
Natalia Sayuri Iocuno Nobutaka
Nataly Fernanda Braz
Vanderlei dos Santos

1Job

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. Eduardo Pinto Vilas Boas

Santo André

2019

Aline Madureira Moreno
Flávia Oliveira Costa Cavahieri
Maria Luiza Ferreira da Silva
Natalia Sayuri Iocuno Nobutaka
Nataly Fernanda Braz
Vanderlei dos Santos

1Job

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

Santo André, 31 de maio de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas

STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG ESAGS

Prof. Dr. Danielle Guglieri Lima

STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG ESAGS

Prof. Esp Valmir Aparecido Conde

STRONG ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão – STRONG ESAGS

DEDICATÓRIA

Aos nossos familiares, que não mediram esforços para que chegássemos até esta etapa de vida, aos nossos amigos pelas alegrias e tristezas compartilhadas, e aos professores que estiveram sempre ao nosso lado nessa jornada acadêmica, nos auxiliando e incentivando.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus que nos permitiu realizar esse trabalho com êxito, aos nossos familiares e amigos que nos apoiaram durante essa jornada e são essenciais em nossas vidas, aos professores da ESAGS pelos ensinamentos durante o curso, sendo fatores chave para nossa formação técnica e psicológica nos permitindo realizar esse trabalho com excelência, e ao professor Eduardo Pinto Vilas Boas, pela orientação e incentivo que tornaram possível a conclusão desse trabalho.

EPÍGRAFE

“Só é verdadeiramente digno da liberdade,
bem como da vida, aquele que se
empenha em conquistá-la”

(GOETHE, Johann)

RESUMO

Este trabalho demonstra o plano de negócios da empresa 1Job, que consiste em uma plataforma online voltada para realizar uma ponte entre contratantes e prestadores de serviços, permitindo uma contratação rápida, segura e eficiente.

Atuante na região da Grande São Paulo, objetiva facilitar o acesso a serviços autônomos e fortalecer a economia local com a oferta de profissionais da região. Além de se destacar no mercado, por apresentar ferramentas inovadoras, como suporte durante todo o processo de compra, seleção dos profissionais da plataforma, e outros.

Sendo assim o trabalho consiste em apresentar a viabilidade do negócio, através da realização de análises operacionais, estratégicas, mercadológicas, de capital humano e financeiro.

Palavras-chave: Serviços; aplicativo; profissionais autônomos, contratantes.

ABSTRACT

This academic work demonstrates the business plan of 1Job Company, which consists in an online platform focused on connecting customers and services providers allowing a quick, secure and efficient hiring.

Acting in Grande São Paulo region, aims to facilitate the access to freelance services and strengthen the local economy by offering professionals in the region. Besides standing out the market by presenting innovative tools as support during the whole buying process, selection of the professionals who want to be part of the platform and others.

Thus, this academic work consists in presenting the viability of the business throughout performing operational, strategical, marketing, human capital and financial analysis.

Key words: services; application; freelance professionals, hirers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Business Model Canvas.....	18
Figura 2 - Atividades de apoio.....	46
Figura 3 - Fluxograma Operacional.....	52
Figura 4 - Layout.....	53
Figura 5 - Matriz BCG.....	59
Figura 6 - Peça Publicitária.....	62
Figura 7 - Peça Publicitária para Site.....	62
Figura 8 - Peça Publicitária para Facebook.....	63
Figura 9 - Peça Publicitária para Facebook.....	63
Figura 10 - Paleta de Cores.....	64
Figura 11 - Logotipo e Marca.....	65
Figura 12 - Fluxo de Experiência do Contratante.....	66
Figura 13 - Fluxo de Experiência do Prestador de Serviço.....	67
Figura 14 - Alcance de Cliente.....	70
Figura 15 - Organograma.....	76
Figura 16 - Análise SWOT.....	94
Figura 17 - Canvas.....	101
Figura 18 - Logo 1Job.....	110
Figura 19 - Análise SWOT.....	112

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 - Indicadores desenvolvidos conforme as perspectivas do BSC.....	49
Tabela 2 - Investimento - Plataforma	55
Tabela 3 - Aquisições - Ativos Fixos	55
Tabela 4 - Aquisições - Serviços	56
Tabela 5 - Estimativa de Custo Inicial	57
Tabela 6 - Precificação média dos serviços	61
Tabela 7 - Promoção para usuários contratantes.....	68
Tabela 8 - Benefícios para Usuários	69
Tabela 9 - Demanda Futura (Jan a Dez)	71
Tabela 10 - Demanda futura	72
Tabela 11 - Estimativas de investimentos em Divulgação.....	73
Tabela 12 - Estimativas de Gastos mensais com Divulgação	73
Tabela 13 - Headcount.....	77
Tabela 14 - Competências	77
Tabela 15 - Salários a pagar	80
Tabela 16 - Custos de Remuneração e Benefícios (Mensal).....	81
Tabela 17 - Remuneração Líquida do Funcionário (Mensal)	82
Tabela 18 - Investimento em treinamento	83
Tabela 19 - Investimentos pré-operacionais.....	86
Tabela 20 - Demanda mensal em quantidade (Período de 5 anos).....	86
Tabela 21 - Faturamento mensal em reais (Período de 5 anos).....	87
Tabela 22 - Despesas Operacionais	87
Tabela 23 - Custo com mão de obra direta	88
Tabela 24 - Despesas com mão de obra indireta	88
Tabela 25 - Despesas Comerciais	89
Tabela 26 - Depreciações	89
Tabela 27 - DRE (Período de 5 anos)	90
Tabela 28 - Demonstrativo de fluxo de caixa	91
Tabela 29 - Indicadores Financeiros	91
Tabela 30 - Payback Descontado da 1Job (Período de 5 anos).....	92
Tabela 31 - 5W2H da área de tecnologia	97
Tabela 32 - 5W2H da área administrativa	98

Tabela 33 - 5W2H da área de Recursos Humanos	98
Tabela 34 - 5W2H da área de marketing.....	99
Tabela 35 - Oportunidades encontrada pela 1Job.....	104
Tabela 36 - Transformação do problema em oportunidade	105
Tabela 37 - Investimento // Plataforma.....	107
Tabela 38 - Aquisições de Ativos Físicos	108
Tabela 39 - Aquisições de Serviços	108
Tabela 40 - Estimativas de investimentos em Divulgação.....	111
Tabela 41 - Estimativas de Gastos mensais com Divulgação	112
Tabela 42 - Indicadores Financeiros	113

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Perfis dos respondentes	35
Gráfico 2 - Serviços mais buscados	36
Gráfico 3 - Meios de busca dos profissionais de serviços	37
Gráfico 4 - Serviços x Meios de busca	38
Gráfico 5 - Dificuldade em encontrar o profissional	39
Gráfico 6 - Meio de busca x Recontratação	39
Gráfico 7 - Motivos para a não contratação.....	40
Gráfico 8 - Motivo da não contratação do serviço	41
Gráfico 9 - Pontos positivos durante possível contratação de serviços	42
Gráfico 10 - Pontos negativos durante possível contratação de serviços	43

SUMÁRIO

1. VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO.....	17
1.1. Business Model Canvas	18
1.1.1. Proposta de Valor	18
1.1.2. Segmento de cliente	19
1.1.3. Relacionamento com Consumidores	20
1.1.4. Fontes de Receita.....	20
1.1.5. Recursos-chave.....	20
1.1.6. Atividades-chave	20
1.1.7. Parcerias-chave.....	20
1.1.8. Estrutura de Custos	21
1.2. Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio	21
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	22
2.1. Dados gerais do empreendimento.....	22
2.2. Dados dos empreendedores	22
2.3. Missão da empresa e os valores organizacionais	23
2.4. Forma jurídica e enquadramento tributário	23
2.5. Capital Social e fonte de recursos.....	23
3. VIABILIDADE ESTRATÉGICA.....	25
3.1. Estudo do mercado alvo	25
3.1.1. Mercado Atual.....	25
3.1.2. Histórico de Mercado	26
3.1.3. Projeções futuras	26
3.1.4. Tendências de Mercado.....	26
3.2. Estudo dos clientes	27
3.2.1. Identificação das características demográficas dos clientes	28
3.2.2. Descrição dos interesses e comportamento dos clientes	28
3.2.3. Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir.....	29
3.3. Análise do ambiente: modelo das cinco forças de Porter	31
3.4. Pesquisa de campo.....	35
3.4.1. Conclusão da Pesquisa de Campo	43
3.5. Vantagem competitiva	44
3.5.1. BSC	49
3.6. Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica	50
4. VIABILIDADE OPERACIONAL.....	51

4.1. Plano operacional	51
4.1.1. Fluxograma dos processos operacionais	51
4.1.2. Layout ou arranjo físico	53
4.1.3. Máquinas e equipamentos necessários para produção	53
4.1.4. Projeção da capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços	54
4.1.5. Principais fornecedores	54
4.1.6 Plano logístico e de distribuição	56
4.2. Estimativa de gastos	56
4.3. Análise e diagnóstico da viabilidade operacional	57
5. VIABILIDADE MERCADOLÓGICA	58
5.1. Plano de marketing	58
5.1.1. Produto	58
5.1.2. Matriz BCG	59
5.1.3. MVP	60
5.1.4. Preço	61
5.1.5. Promoção	61
5.1.6. Gestão da Marca	64
5.1.7. Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa	65
5.1.8. Estratégias de Fidelização de Clientes	67
5.1.9. Posicionamento da Marca	69
5.2. Mensuração da demanda	69
5.2.1. Demanda corrente e futura	69
5.2.2. Market Share	72
5.3. Estimativas de gastos	72
5.4. Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica	74
6. VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO	75
6.1. Projeção de colaboradores	75
6.1.1. Atividades	75
6.1.2. Organograma	76
6.1.3. Headcount	77
6.1.4. Competências	77
6.2. Plano de gestão de pessoas	78
6.2.1. Recrutamento e Seleção	78
6.2.2. Remuneração	79

6.2.3. Treinamento e Desenvolvimento.....	82
6.2.4. Segurança do Trabalho	83
6.3. Estimativa de gastos	84
6.4. Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano.....	84
7. VIABILIDADE FINANCEIRA	85
7.1. Plano financeiro	85
7.1.1. Pressupostos da Análise Financeira	85
7.1.2. Cálculo do Investimento Total.....	85
7.1.3. Estimativa do Faturamento Anual	86
7.1.4. Estimativa dos Custos	87
7.1.5. Demonstrativo do Resultado do Exercício	90
7.1.6. Estimativa do Fluxo de Caixa.....	90
7.1.7. Cálculo e Análise dos Indicadores de Viabilidade Financeira.....	91
7.2. Análise e diagnóstico da viabilidade financeira	92
8. VIABILIDADE DO NEGÓCIO	94
8.1. Análise SWOT	94
8.1.1. Forças.....	95
8.1.2. Fraquezas.....	95
8.1.3 Oportunidades	96
8.1.4 Ameaças.....	96
8.2. Plano de ação.....	97
8.2.1. Plano de Ação de Tecnologia	97
8.2.2. Plano de Ação da Administração	98
8.2.3. Plano de Ação de Recursos Humanos.....	98
8.2.4. Plano de Ação de Marketing.	99
8.3. Considerações finais sobre o negócio.....	99
9. RESUMO ESTENDIDO.....	100
9.1. Viabilidade do negócio	101
9.2. Sumário executivo	102
9.3. Viabilidade estratégica	103
9.3.1 Análise de Porter	104
9.4. Pesquisa de campo.....	105
9.5. Vantagem competitiva	106
9.6. Viabilidade operacional	107
9.7. Viabilidade mercadológica.....	108

9.8. Viabilidade do negócio	112
9.9. Viabilidade financeira	113
9.10. Considerações Finais	113
10. REFERÊNCIAS	114
11. APÊNDICES	115
Apêndice A – Estimativa de Orçamento Marketing	115
Apêndice B – Tributação	116
Apêndice B.1 – Simples Nacional	116
Apêndice B.2 – Lucro Presumido.....	117
Apêndice C – Fluxo de Caixa	118
Apêndice C.1 – Anos 01 e 02	118
Apêndice C.2 – Anos 03 e 04	119
Apêndice C.3 – Ano 05.....	120
Apêndice D – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	121
Apêndice D.1 – Anos 01, 02, e 03	121
Apêndice D.2 – Anos 04 e 05	122

1. VIABILIDADE DA IDEIA DO NEGÓCIO

As estatísticas do IBGE (2019)¹ apontam que a taxa de pessoas desocupadas no Brasil é de aproximadamente 12,4%, ou seja, 13,1 milhões de pessoas desempregadas, e que o número de profissionais informais/autônomos sem carteira assinada vem crescendo desde 2015, ano que o país começou a enfrentar uma crise econômica.

Diante desses dados, é possível entender que a alta taxa de desemprego e a diminuição dos postos com carteira assinada fazem com que uma quantidade significativa de pessoas a busquem por uma ocupação informal, uma oportunidade de desviar do desemprego e gerar renda.

Com isso, a tecnologia pode ser uma ferramenta auxiliadora no processo, pois com a evolução dos smartphones e o surgimento de aplicativos de serviços, o trabalhador pode se tornar um empreendedor do seu negócio. Em geral, essas plataformas se apresentam como intermediadoras entre consumidores e fornecedores (que são tratados como autônomos), ficando responsáveis por controlar a prestação do serviço e aplicarem penalidades se necessário.

Assim, o plano de negócios da 1Job visa apresentar uma plataforma para que prestadores de serviços divulguem seus trabalhos e para que os contratantes, consigam encontrá-los de forma prática com acesso à informações relevantes para trazer maior confiança na hora da contratação.

¹Fonte: EBC –<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-04/taxa-de-desemprego-fica-em-127-no-primeiro-trimestre-do-ano> - Acesso em 25.04.2019.

1.1. Business Model Canvas

O Business Model Canvas da 1Job representado na figura 1, demonstra o modelo de negócios da empresa.

Figura 1 - Business Model Canvas



Fonte: Os autores, 2019.

1.1.1. Proposta de Valor

A Plataforma de Serviços da 1Job propiciará a contratação rápida, segura e eficiente de serviços diversos oferecidos por profissionais autônomos da região da Grande São Paulo. Conectará os profissionais aos consumidores em um ambiente seguro baseados em avaliações e feedbacks constantes para manter a gama de serviços satisfatórios.

A empresa objetiva facilitar o acesso a serviços autônomos e fortalecer a economia local com a oferta de profissionais da região.

Com uma estratégia ágil de resolução de problemas, será disponibilizado o suporte necessário para que as transações ocorram de forma satisfatória para ambas as partes, através de processos automatizados de contratação, pagamento e avaliação dos serviços prestados.

1.1.2. Segmento de cliente

São considerados dois públicos distintos e complementares para a oferta: os prestadores de serviços que são profissionais autônomos e os usuários que são consumidores

Canais

Seguindo o objetivo de ser um canal ágil de resolução de problemas, a plataforma será baseada em website e um aplicativo para smartphones que, em conjunto, permitirão que os usuários estejam sempre conectados à plataforma com praticidade e mobilidade.

A empresa trabalhará com insights do público alvo (últimas pesquisas realizadas, páginas visitadas) a fim de inserir propagandas nas páginas da web em que mais acessam e assim divulgar a plataforma através de ferramentas de marketing digital:

- *Landing pages*: São as páginas de destino do navegante ao clicar em um link, levando-o diretamente ao seu objetivo. Por exemplo, ao clicar em um anúncio de promoção divulgado em uma rede social, o cliente é levado diretamente à plataforma da empresa.
- *Mídias sociais*: Postagens em redes sociais atingem grande parte do público alvo, pois a maioria possui perfis ativos nelas.
- *E-mail*: Importante para ter acesso ao público que não possui redes sociais.
- Links patrocinados em ferramentas de busca como o Google, por exemplo.
- *Publieditorial*: Trata-se de uma ferramenta importante, pois os leitores de página web levam em consideração a opinião do influenciador digital antes de decidir sobre a aquisição de um produto ou na contratação de um serviço. Como exemplo temos as empresas que investem para obter a divulgação da plataforma via post em blogs e sites com conteúdo de resenhas de produtos e serviços.

1.1.3. Relacionamento com Consumidores

Com foco na satisfação dos usuários (profissionais e consumidores) um dos principais direcionadores será a experiência do consumidor com a oferta de uma área de *Customer Experience* focada em atender clientes e garantir sua constante satisfação em todo o processo transacional (busca, contratação, execução e pós-venda). Para tanto um sistema rigoroso de feedback e satisfação permitirá classificar os perfis de usuários da plataforma, garantindo um nível de qualidade adequado.

1.1.4. Fontes de Receita

A 1Job reterá uma porcentagem de 15% do valor obtido pelo prestador de serviço referente a cada trabalho contratado.

1.1.5. Recursos-chave

Os recursos essenciais ao funcionamento do serviço serão a plataforma online, a carteira de profissionais autônomos disponíveis dentro da plataforma para atendimento ao cliente.

1.1.6. Atividades-chave

As atividades principais para o funcionamento da empresa são a constante manutenção da plataforma e aplicativo, a captação e análise constante de profissionais autônomos e suporte durante o processo de contratação e pós-venda.

1.1.7. Parcerias-chave

Parcerias englobam os serviços que oferecerem valor aos usuários, como o processador de pagamentos para garantir segurança e praticidade nas transações e assessoria jurídica para garantia de que aspectos legais sempre estejam dentro dos conformes sobre os serviços prestados na plataforma.

Além destes, há também as parcerias cujo foco é o apoio operacional necessário, sendo eles a assessoria contábil e divulgadores para propaganda dos serviços da 1Job ao mercado.

1.1.8. Estrutura de Custos

A estrutura de custo considera os gastos necessários para a infraestrutura de TI, relacionada à plataforma e sua manutenção e a mão de obra especializada das áreas operacionais (Atendimento ao cliente, TI e RH).

1.2. Análise e diagnóstico da viabilidade da ideia do negócio

Tendo em vista o cenário de desemprego da população, o 1Job chega ao mercado com a proposta de oferecer uma plataforma que permite o acesso a profissionais que realizam serviços de múltiplos setores promovendo praticidade, rapidez e qualidade para quem precisa, incentivando a geração de renda pois proporciona oportunidade para pessoas que são aptas a desenvolver um serviço de forma segura, com oportunidade de ampliar sua rede de clientes e divulgar seu trabalho. Consequentemente, fortalecendo a economia local e propiciando uma nova fonte de renda.

Assim, após analisar o Canvas conforme apresentado na figura 1, é possível concluir que a 1Job é viável.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1. Dados gerais do empreendimento

A 1Job terá sua localização em Santo André. Os trabalhos serão realizados em um *coworking*. A empresa tem como objetivo gerenciar uma plataforma online para conectar contratantes a prestadores de serviços inicialmente na região de São Paulo. O aplicativo oferece serviços em diversas categorias, que vão desde reformas, reparos para casa, serviços domésticos até serviços de beleza.

2.2. Dados dos empreendedores

Aline Madureira Moreno: Atua como operadora de processos na Braskem há 6 anos. Na 1Job será a CEO e sua função é gerenciar toda a organização, articulando todos os departamentos, tomando as decisões e participando ativamente do planejamento estratégico.

Flávia Cavallieri: Atuou na área comercial do Banco Itaú sendo responsável por analisar, conferir e controlar documentos e relatórios. Na 1Job terá função de Supervisora de Customer Experience sendo responsável por supervisionar o atendimento da equipe, garantindo a melhor experiência para nosso cliente e a produtividade. Realiza suporte em todas as etapas do processo, como dúvidas, elogios, sugestões e reclamações.

Maria Luiza Ferreira da Silva: Atua na área de consultoria tributária na PWC. Na empresa, será analista de marketing e terá responsabilidade do planejamento do mesmo, realizará o desdobramento das ações, elaboração de campanhas, contatos com parceiros e dará todo suporte para atração de novos clientes.

Natalia Sayuri Iocuno Nobutaka: Atua na área administrativa na preparação de relatórios, lançamento de NFe, gerenciamento de cadastros, correspondências e apoio operacional. Na 1Job irá planejar toda a rotina financeira, acompanhar os recebimentos e pagamentos efetuados, analisar fluxo de caixa e elaborar projeções de faturamento.

Nataly Fernanda Braz: Atua na área de Recrutamento e Seleção corporativa, na empresa Via Varejo. Na 1Job, terá função de analista de RH e será responsável pelos subsistemas dessa área (administração de pessoal, recrutamento e seleção,

treinamento e desenvolvimento, remuneração e benefícios). Na área de recrutamento e seleção será responsável por realizar as entrevistas dos novos colaboradores.

Vanderlei Santos: Atua na área de tecnologia da IBM como desenvolvedor de projetos. Na empresa será responsável pelo time que atuará diretamente no core do negócio (*product manager*). Realizará a gestão do projeto, alinhando os interesses do negócio às necessidades das áreas produto.

2.3. Missão da empresa e os valores organizacionais

- Visão: Ser a principal via de contato entre prestadores de serviço e contratantes.
- Missão: Conectar com segurança e praticidade contratantes e prestadores de serviço, fortalecendo a economia local.
- Valores: Confiabilidade, praticidade, mobilidade e segurança.

2.4. Forma jurídica e enquadramento tributário

A empresa se enquadra no CNAE 6319-4 – Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet.

O enquadramento tributário da 1Job será inicialmente o Simples Nacional. Um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 – até que atinja o limite máximo de lucro (receita bruta anual de até R\$ 4,8 milhões) no quinto ano de operação quando o regime passará ser por meio de Lucro Presumido.

A forma jurídica é sociedade em nome coletivo, tipo societário em que os sócios respondem ilimitadamente pelas dívidas da sociedade, ou seja, a dívida da sociedade pode atingir os bens dos sócios.

2.5. Capital Social e fonte de recursos

O Capital Social necessário para iniciar as operações da empresa será no montante de R\$ 129.516,16. Como a 1Job possui 6 sócios com a mesma quantidade de cotas entre si, cada sócio terá 16,7% de cota, gerando uma participação de R\$ 21.586,03 no Capital Social da organização.

O recurso para início das operações será o investimento como capital próprio com o montante de cada sócio. E como recurso para manter as operações, as receitas geradas no mês, por meio das transações dos serviços realizados através da plataforma

3. VIABILIDADE ESTRATÉGICA.

3.1. Estudo do mercado alvo

Esse tópico visa conhecer mais sobre o mercado em que o negócio será inserido, utilizando como base dados secundários.

3.1.1. Mercado Atual

Segundo informações do IBGE, divulgadas pelo G1², o crescimento no setor de serviços foi o grande destaque na composição do Produto Interno Bruto (PIB) em 2018. A alta foi de 1,3% o que corresponde a 75,8% do PIB e para 2019 a previsão de crescimento é de 1,4%.

O potencial brasileiro para a abertura de novas tecnologias como aplicativos de serviços é muito grande, os brasileiros são curiosos e gostam de pesquisar e procurar por soluções que facilitem sua vida, sendo que o hábito de consumo de aplicativos no Brasil é maior que a média mundial³.

Além disso, um estudo feito pela Tetra Pak Index⁴ em 2019, afirma que os aplicativos de serviços evoluirão muito nos próximos anos. No Brasil o faturamento gira em torno de R\$75 milhões, e deve aumentar 6,5% nos próximos quatro anos. A grande concentração do uso desses aplicativos ocorre nas regiões metropolitanas, devido ao maior poder econômico.

Assim, com esse crescimento no setor de serviços e considerando que o brasileiro utiliza muito esse tipo de plataforma (que oferecem serviços aos contratantes), principalmente nas regiões metropolitanas, o mercado atual é favorável à 1Job, pois trata-se de uma plataforma que oferece serviços através do uso da internet na região metropolitana de São Paulo.

²Fonte: G1 – “<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/02/28/pib-do-brasil-cresce-11-em-2018.ghtml>” - Acesso em 11/03/2019.

³E-commerce brasil – <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/78-dos-brasileiros-que-possuem-smartphone-preferem-comprar-por-aplicativo/> - Acesso em 11/03/2019.

⁴Fonte: Digai - “<https://www.digai.com.br/2018/08/aplicativos-de-servicos-crescem-no-brasil/>”. Acesso em 12/03/2019

3.1.2. Histórico de Mercado

O uso da internet vem crescendo e com ele o uso de aplicativos para contratação de serviços. Além disso, as pessoas querem otimizar o tempo para resolver as coisas do dia a dia. Olhando esse histórico do mercado e essa nova forma de consumo, a ideia de negócio da 1job se apresenta como uma ótima opção para esse cenário, tanto por atender aos desejos dos clientes, quanto para gerar crescimento a área.

3.1.3. Projeções futuras

O mercado de aplicativos possui um grande potencial de crescimento. Um estudo feito pela App Annie⁵, uma empresa norte-americana especialista em dados desse mercado, é que até 2020 o setor atinja US\$ 6,3 trilhões, um crescimento de 360% comparado a 2016. O aquecimento se dá pela elevação do número de pessoas que possuem smartphones.

3.1.4. Tendências de Mercado

Muitos aplicativos já foram criados para facilitar a vida dos usuários em vários segmentos como alimentação, transporte, etc., mas pouco se tem feito para a solicitação de serviços diversos (algo que usa vários segmentos), portanto é um mercado que apresenta oportunidades a serem exploradas.

Hoje, os aplicativos estão presentes em quase todas as etapas do cotidiano, sem distinção de classe social. Segundo a EXAME⁶, entre os anos de 2016 à 2018, o brasileiro aumentou em 20% a quantidade de downloads de aplicativos e a estimativa é que se torne uma das principais nações que gastem com esse tipo de serviço nos próximos anos. Assim, a empresa que estiver atenta às necessidades dos consumidores terá oportunidade de perpetuar no mercado.

⁵Fonte: Olhar Digital - "<https://olhardigital.com.br/noticia/mercado-de-aplicativos-pode-crescer-360-nos-proximos-5-anos/69343>". Acesso em 12/03/2019.

⁶Fonte: EXAME – "<https://exame.abril.com.br/tecnologia/brasileiro-gasta-200-minutos-por-dia-em-aplicativos-diz-estudo/>"- Acesso em 12/03/2019.

Além disso, a dificuldade em conseguir emprego formal e a necessidade de complementar a renda no Brasil, causada pela crise, fez crescer o número de pessoas que buscam a plataforma do aplicativo para divulgar seu trabalho.

Uma pesquisa feita pelas empresas Rock Content, 99jobs e We Do Logos divulgada em dezembro de 2017⁷⁸ mostra que 77,3% da população brasileira atua como *freelancer* (profissional autônomo), com uma expectativa de crescimento de 20%.

Outro fator que chama atenção é a alta escolaridade dos freelancers, sendo 41,7% com graduação completa, 25,8% ainda estão estudando ou não finalizaram o curso e 24,7% têm pós-graduação, sendo que a maioria possui de 20 à 25 anos, com pouco tempo no mercado de trabalho, porém especialista no serviço que realiza.

A pesquisa também mostrou os prós e contras desse tipo de trabalho, sendo as principais motivações o aumento de renda, a flexibilidade, liberdade e equilíbrio de vida profissional/pessoal. Isto é, além da dificuldade em encontrar uma vaga de trabalho, há pessoas que preferem ter autonomia e maior qualidade de vida.

Já as principais dificuldades citadas foram a de encontrar clientes, definir o preço do próprio trabalho e conquistar espaço no mercado. Onde assim a plataforma do aplicativo da 1Job auxilia estes profissionais a alcançar mercados mais abrangentes e obter mais dados para a sua precificação dos serviços ofertados.

3.2. Estudo dos clientes

Este tópico aponta as características do público alvo da organização, que tem como objetivo atender um público de oferta e demanda. Os clientes usarão a plataforma para oferta e busca por serviços diversos.

A análise dos potenciais mercados foi feita de acordo com o público que será atendido conforme pesquisa para o uso de aplicativos descritas com mais propriedade nos tópicos a seguir, principalmente no estado de São Paulo onde a empresa iniciará suas operações.

⁷ Fonte: EM -

"https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2017/12/25/internas_economia,926873/demanda-por-trabalho-freelancer-deve-crescer-20-em-2018.shtml" – Acesso em: 02/04/2019.

⁸ Fonte: Coworking Brasil – "<https://coworkingbrasil.org/news/mercado-freelancer-no-brasil/>" – Acesso em 02/04/2019.

3.2.1. Identificação das características demográficas dos clientes

O uso da plataforma 1Job, de acordo com a pesquisa de mercado realizada conforme item 3.4, possui em sua maioria um público respondente entre 18 e 35 anos -devido a praticidade e melhor aceitação do uso da internet. Também pode se estender aos demais com faixa etária acima da apresentada, desde que estejam abertos à experimentação de novas tecnologias e suas possibilidades.

3.2.2. Descrição dos interesses e comportamento dos clientes

Dados de uma pesquisa realizada pela CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas)⁹ de consumo por meio de aplicativos, revelam que mais da metade dos brasileiros (59,2%) que tem acesso a internet já realizaram algum tipo de compra por meio de aplicativos de consumo, e desses, 27% realizaram compras várias vezes.

Para justificar o uso de aplicativos dos entrevistados, 35,3% alegam que é o meio mais rápido de fechar, encontrar ou realizar alguma compra (aumentando para 41,9% entre os homens), enquanto 27,5% julgam ser mais prático e 13,6% argumentam que deste modo encontram os melhores preços e ofertas do mercado (aumentando para 18,3% entre as mulheres). Isso mostra que essa tendência de realizar compras de produtos ou serviços por meio de aplicativos tende a aumentar.

Segundo estudo realizado pela Tractor¹⁰, os brasileiros passam muito tempo ao celular, sendo o canal mais vantajoso de apresentar oferta de produtos e serviços e uma das oportunidades é identificada através de propagandas em vídeos. Pesquisas apontam que os brasileiros adoram vídeos para se entreter ou se informar, em média gastam 57 minutos por semana os assistindo, e por esta razão o canal de distribuição mais utilizado para trazer a propaganda de aplicativos de serviços são vídeos inserido em aplicativos de uso constante.

⁹ Fonte: “<https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2017/07/Análise-Consumo-Online--Aplicativos.pdf>” – Acesso em: 14/03/2019.

¹⁰ Fonte: Tracto - “<https://www.tracto.com.br/distribuicao-de-conteudo/>”-Acesso em 14/03/2019.

3.2.3. Identificação dos motivos que levam os clientes a consumir

Segundo Kotler e Keller¹¹ os consumidores passam por 5 etapas no processo de decisão de compra, que são formas e atitudes que o indivíduo tem antes, durante e depois do processo de compra. Entre elas pode-se citar:

Reconhecimento do problema ou necessidade: como já mencionado segundo a CNDL, as pessoas têm a necessidade e estão procurando realizar compras por aplicativos, pela facilidade, e variedade dos produtos. Com os aplicativos as buscas e as compras são mais rápidas e acessíveis. Não é possível a 1Job ter participação nessa etapa, uma vez que o reconhecimento da necessidade se dá por fatores que não competem à empresa auxiliá-lo.

Buscas de informações: Para o contratante, quando o mesmo não possui a plataforma 1Job, a busca de informações é uma etapa importante no processo de decisão de compra, pois é onde o cliente busca por esclarecimentos da empresa que usará como ponte para encontrar determinado tipo de serviço. Uma pesquisa da Think With Google em parceria com a Ipsos Media CT¹², avaliou o comportamento de 8.470 pessoas que usam aplicativos no celular.

Essa pesquisa demonstrou que 40% dos usuários de smartphones pesquisam por apps nas lojas de aplicativos, sendo que 50% das pessoas que baixam no celular, o fizeram a partir de um anúncio em sistema de busca. Porém segundo a pesquisa, este não é o único meio que as pessoas descobrem os aplicativos, elas descobrem em todas as esferas enquanto usam os seus smartphones, por exemplo assistindo a um vídeo no YouTube ou mesmo navegando em uma rede móvel.

Com base nisso, a 1Job realizará postagens em redes sociais a fim de realizar propagandas constantes do serviço (como Instagram e Facebook), links patrocinados em ferramentas de busca como o Google, publieditorial (propagandas em blogs) e a realização de vídeos que serão expostos durante os intervalos do Youtube, correlacionado com o tema do conteúdo que o usuário está assistindo.

Quando o cliente já possui a plataforma e está buscando nela um prestador de serviços, a 1Job oferece ferramentas de auxílio, como por exemplo, suporte 24 horas

¹¹ Fonte: Computer World – <https://computerworld.com.br/2018/04/23/mercado-de-software-e-servicos-de-ti-deve-manter-crescimento-ate-2021-preve-estudo/>- Acesso em:15/03/2019.

¹² Fonte: Thinkwithgoogle - “<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/apps-marketing-insights/>”- Acesso em 15/03/2019.

ao usuário e ferramentas dentro da plataforma onde o contratante pode pedir ajuda na escolha do profissional. Nela, ele responde um questionário indicando o tipo de serviço que precisa e filtros, para que a 1Job indique três profissionais que melhor se adequa ao perfil exigido.

Avaliação do processo de compra: Uma pesquisa realizada pela *Forrester* para a IBM¹³ mostra que os atributos que os usuários mais valorizam em sua avaliação de aplicativos móveis são pela ordem: desempenho e tempo de resposta, recursos e funcionalidade, confiabilidade, aparência, usabilidade, navegação e segurança.

Com base nisso, a 1Job investirá em tecnologia e profissionais qualificados para criar e manter uma plataforma rápida e com bom desempenho, que apresente recursos funcionais, e aparência agradável ao usuário. Além disso, tende a oferecer confiabilidade e segurança para o contratante, pois possui um quadro de profissionais selecionados e oferece suporte como assessoria jurídica, em caso de necessidade do cliente.

Com isso, a empresa visa evitar um quadro de *reviews* negativos. Mas, se apresenta preparada em caso de ocorrer alguma situação similar, oferecendo profissionais que responderão às reclamações de forma rápida, dando importância ao usuário, para resolver os problemas propostos.

Dentro da plataforma 1Job, há uma ferramenta onde os clientes realizam a avaliação dos serviços que foram contratados, que fica disponível no perfil do prestador (comentários e notas recebidas), criando um histórico. Sendo assim os clientes avaliam a sua compra pelos comentários dos clientes que já contrataram determinado tipo de serviço auxiliando-o na tomada de decisão.

A compra: A decisão de compra do usuário pode passar por cinco vertentes, decisão por marca, decisão por revendedor, quantidade, ocasião, e por forma de pagamento, e dificuldade em executar a compra.

O 1Job apresentará ferramentas diferenciadas para auxiliar o contratante nessa etapa, como: seleção dos prestadores de serviço que estão na plataforma, avaliações dos serviços fornecidas por quem já o adquiriu e pagamento facilitado.

¹³ Fonte: Opus – “<https://www.opus-software.com.br/avaliacao-de-aplicativos-moveis/>” - Acesso em: 26/04/2019.

A *experiência pós compra*: tem como foco principal a fidelização dos clientes. As avaliações como NPS (*Net Promoter Score*), servem para avaliar a qualidade do produto ou serviço prestado. Elas auxiliam na tomada de decisão, evidenciando possíveis melhorias que podem ser realizadas dentro da plataforma da 1Job, como ferramenta de análise da qualidade do serviço.

Será disponibilizado dentro da plataforma um colaborador para dar resposta ao cliente tirando suas dúvidas e auxiliando em como proceder em caso de insatisfação. A empresa estará sempre disposta a receber críticas construtivas, visando a melhoria contínua da plataforma e instruindo os prestadores de serviços sempre que necessário.

3.3. Análise do ambiente: modelo das cinco forças de Porter

Para utilizar uma análise de ambiente competitivo coerente para o posicionamento estratégico da empresa, será utilizado o modelo de cinco forças de Porter conforme a seguir.

- **Estudo dos Concorrentes | Como é a rivalidade entre os concorrentes?**

Atualmente existem diversas plataformas com proposta de *marketplace* de serviços e profissionais autônomos. Estão listadas a seguir as empresas mais proeminentes do mercado:

- GetNinjas: fundada em 2011, é a principal plataforma para contratação de serviço via site e aplicativo. Em 2017, foi eleita pela Forbes Brasil como uma das empresas mais promissoras do Brasil. Em 2018, foi listada como uma das startups mais quentes do mercado no ranking "100 startups to watch". Atualmente, possui mais de 200 tipos de serviços disponíveis. Utiliza além da geolocalização, tecnologias de algoritmos para definição de compatibilidade do profissional com a demanda do serviço requisitado. Sua fonte de receitas provém da cobrança de uma taxa dos profissionais dentro da plataforma.¹⁴

Pontos negativos: Para o prestador de serviços se cadastrar e iniciar a parceria com o GetNinjas, é necessário apenas fornecer dados como CEP, número do celular, CNPJ e descrever o serviço que oferecerá. Não há nenhum tipo de seleção para

¹⁴ Fonte: Get Ninjas - "<https://www.getninjas.com.br/quem-somos>" – Acesso em: 10/03/2019.

garantir ao cliente confiabilidade na contratação via plataforma. Item que será trabalhado no 1Job, que realizará triagem dos profissionais no início da parceria.

As avaliações dos clientes podem ser feitas por qualquer pessoa, mesmo que não tenha fechado negócio via GetNinjas. O que pode comprometer a veracidade das informações.

- Bicos: o Bicos é “um site gratuito que tem o objetivo de facilitar a vida de quem busca mão de obra qualificada para serviços domésticos e para quem busca oportunidades disponíveis na sua região”.

Pontos negativos: Sua proposta de valor se resume apenas como canal de comunicação baseado em anúncios de vagas sem se responsabilizar pela veracidade das informações prestadas.

- Sem Patrão: com proposta de valor semelhante ao site Bicos, esta empresa tem como foco na plataforma via aplicativo mobile oferecendo um serviço gratuito para encontrar um profissional baseado em geolocalização.

- Rede Prajá: fundada em meados de 2015, a plataforma com foco em mobile possui proposta similar ao GetNinjas, porém com foco apenas na versão via aplicativo. Sua fonte de receita provém de uma cobrança do profissional cadastrado após um período de trinta dias de uso da plataforma. Faz forte uso da geolocalização como direcionador da oferta de usuários.

Pontos negativos: Tanto a Rede Prajá, como o Sem Patrão, não realizam uma pré-seleção dos profissionais que estão na plataforma, não dando ao contratante total garantia do serviço a ser executado.

- **Estudo dos Substitutos | Quais são os produtos e serviços substitutos?**

Tendo o mercado de serviços uma forte característica de informalidade, conforme as pesquisas demonstram, a principal forma de busca de profissionais utilizada é a indicação. Este fator pode se revelar uma forte ameaça substituta a oferta de *marketplace*. Para transformar esse problema em uma oportunidade, a plataforma 1Job realizará processos seletivos com os prestadores de serviços, além de contar com ferramentas de avaliação e indicação dos usuários que já os contrataram, o que auxilia tanto o contratante como o profissional que possui incentivo para melhorar seus serviços.

Em caso de problemas na execução dos mesmos, a empresa intervirá, buscando a máxima satisfação do contratante, seja com o fornecimento do serviço com outro profissional mais qualificado, ou reembolso do serviço executado. Em relação ao profissional, o mecanismo de avaliação incentiva à melhora dos seus serviços.

- **Estudo dos Fornecedores | Qual é o poder de barganha dos fornecedores?**

Como uma empresa de serviços com foco em canais digitais, os fornecedores são as empresas de serviços que suportam a infraestrutura tecnológica e rotina operacional. Como exemplo, os serviços *de cloud computing* (computação em nuvem que usa a conectividade e a grande escala da Internet para hospedar os mais variados recursos, programas e informações).

Evitar situações que tornem a companhia refém de determinado fornecedor limita o poder de barganha do mesmo, pois neste mercado alguns fornecedores são conhecidos por suas táticas de contratos que “prendem” os clientes num específico serviço. É indispensável possuir a flexibilidade necessária para uma rápida escalabilidade, portanto assim como a capacidades técnicas do fornecimento as condições contratuais devem ser analisadas como um fator decisório para impedir dificuldades referentes às mudanças das condições de uso dos serviços ou fornecedor caso estes se revelem insatisfatórios.

- **Estudo da Barganha dos Consumidores | Qual é o poder de barganha dos clientes?**

Dada a natureza da oferta de valor, há dois segmentos principais de clientes: os contratantes de serviço e os profissionais que ofertam os mesmos e como demonstrado no tópico de estudo de concorrentes, apesar de ser um mercado com grande potencial de exploração já existe um grupo de empresas com ofertas semelhantes que disputam a atenção do consumidor e do profissional.

O foco na experiência do cliente é decisivo no sucesso da operação pois é o diferencial que ditará a preferência dos mesmos. O poder de barganha dos clientes é grande pois uma experiência negativa na plataforma pode repercutir deteriorando a imagem da empresa e afetando a demanda ao mesmo e sua substituição por um concorrente.

- **Estudo de Novos Entrantes | Como evitar/atrapalhar a entrada de novos concorrentes?**

Com o grande potencial de mercado inexplorado, o espaço para novos concorrentes é grande e a diferenciação e a conquista de expressivo *share of mind* (medida de retenção de determinada marca na memória dos consumidores ou do público em geral) é um dos fatores que evitam o crescimento de novos concorrentes no mercado de serviços, onde a experiência do consumidor é determinante no bom desempenho da empresa. Construir um forte relacionamento com os consumidores permite que a preferência do mesmo seja mantida mesmo mediante a oferta de novas empresas desconhecidas ao mesmo (exemplos: Uber, Whatsapp).

3.4. Pesquisa de campo

A pesquisa de campo foi realizada com uma amostra de 295 respondentes através da ferramenta do Google Forms, que é um serviço gratuito da Google para criar formulários online. A pesquisa foi criada afim de analisar a opinião de quem já contratou algum tipo de serviço, de quem já buscou um serviço, mas não contratou e quem nunca contratou, conforme mostra o gráfico 01:

Gráfico 1 - Perfis dos respondentes



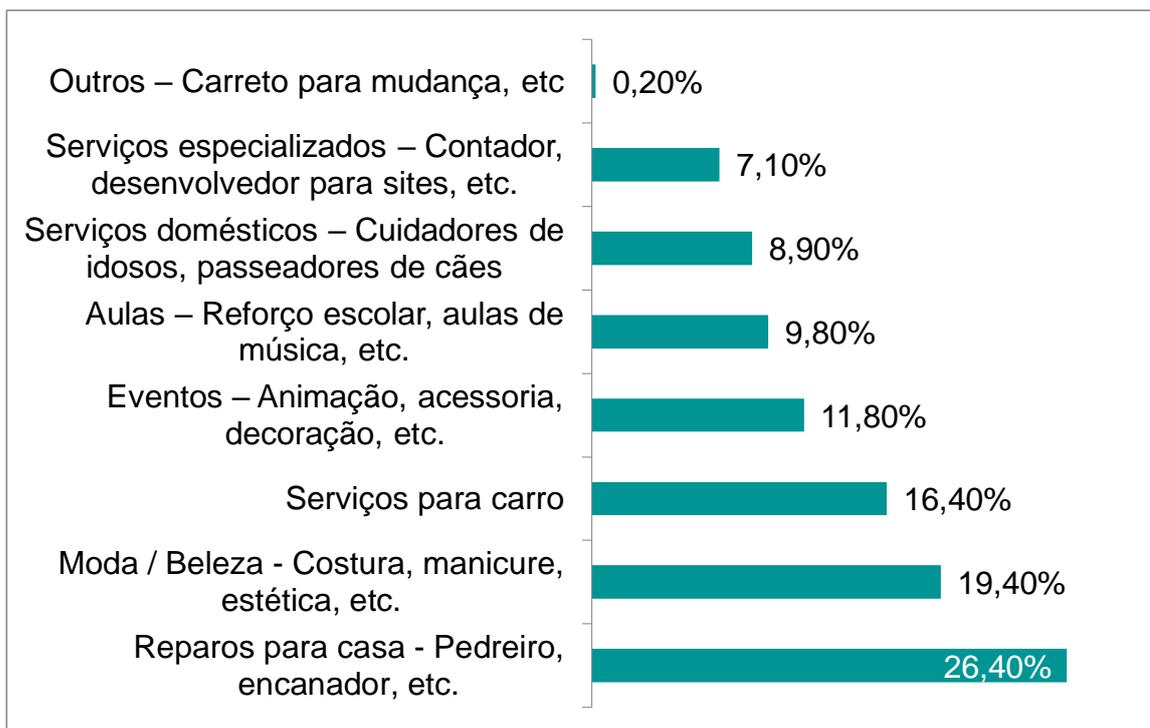
Fonte: Os autores. 2019

Para cada um dos perfis acima, foi criada uma série específica de perguntas a fim de evitar questões que não se aplicariam a determinado perfil. Assim, será analisado adiante cada perfil separadamente, pois os três possuem particularidades, de acordo com a experiência vivida ou não na contratação de serviços.

- **Pessoas que responderam que precisaram e contrataram (87%)**

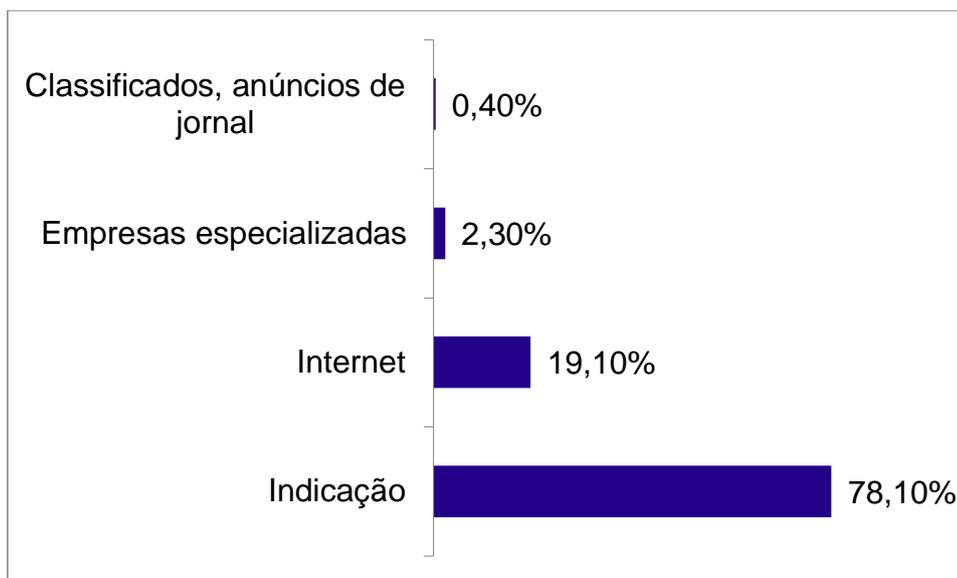
Os gráficos 02 e 03 mostram os serviços que mais foram buscados e quais os meios de busca mais utilizados:

Gráfico 2 - Serviços mais buscados



Fonte: Os autores. 2019

Gráfico 3 - Meios de busca dos profissionais de serviços



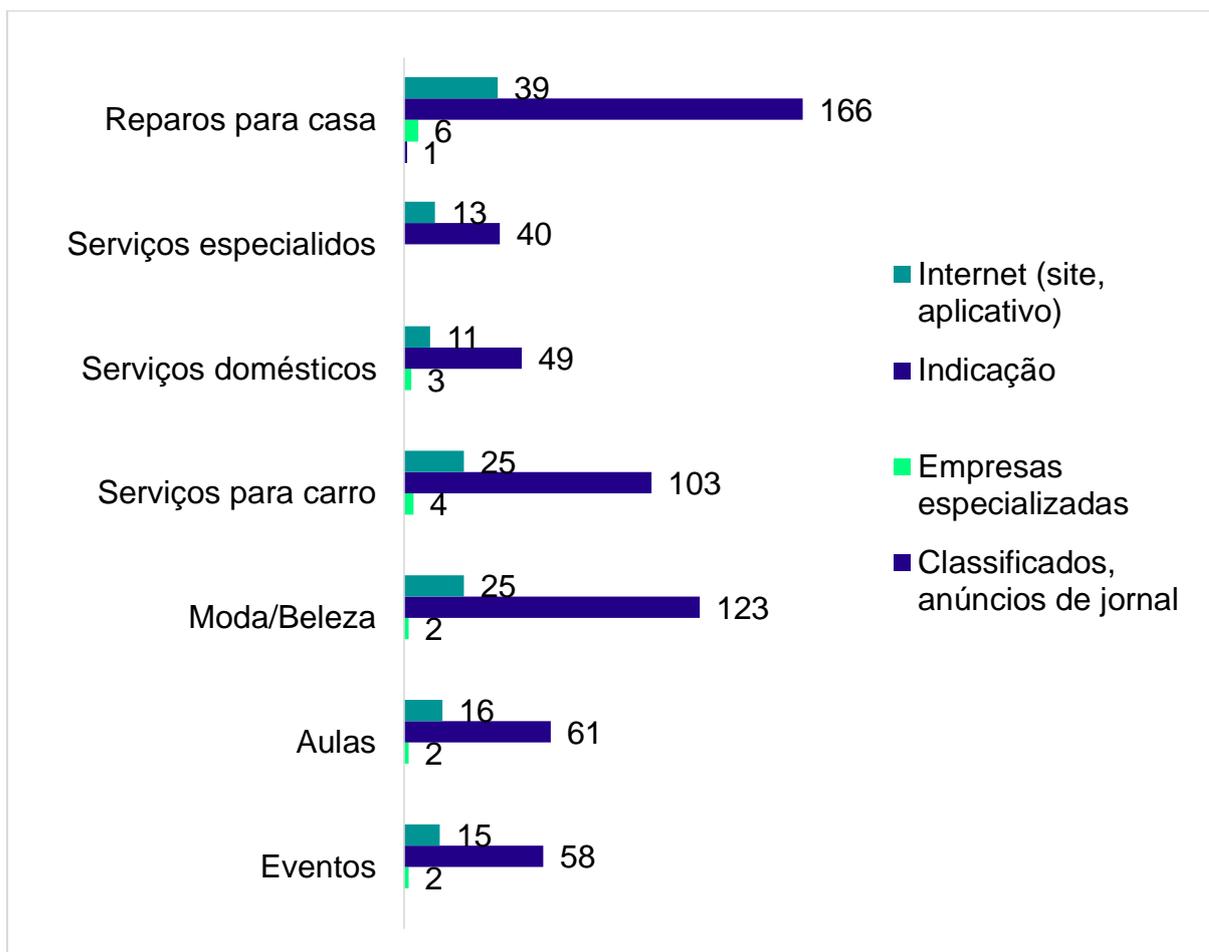
Fonte: Os autores. 2019

Considerando os dados acima, podemos concluir que os principais serviços procurados são reparos para casa, moda/beleza e serviços para carro sendo que o principal meio de busca é a indicação seguida da Internet.

Segundos dados da pesquisa apresentada no gráfico 03, a Internet é apontada como o segundo meio mais utilizado na aquisição de serviços e a indicação é fator crucial para a decisão de compra do consumidor, sendo assim é possível observar uma oportunidade em aliar os dois meios de busca, e criar uma plataforma que atenda as duas demandas.

Com a finalidade de avaliar se o resultado obtido no gráfico 03 seria representativo apenas para alguns serviços ou para todos, foi realizada uma análise a partir do gráfico 04, que relaciona cada tipo de serviço com o meio de busca:

Gráfico 4 - Serviços x Meios de busca

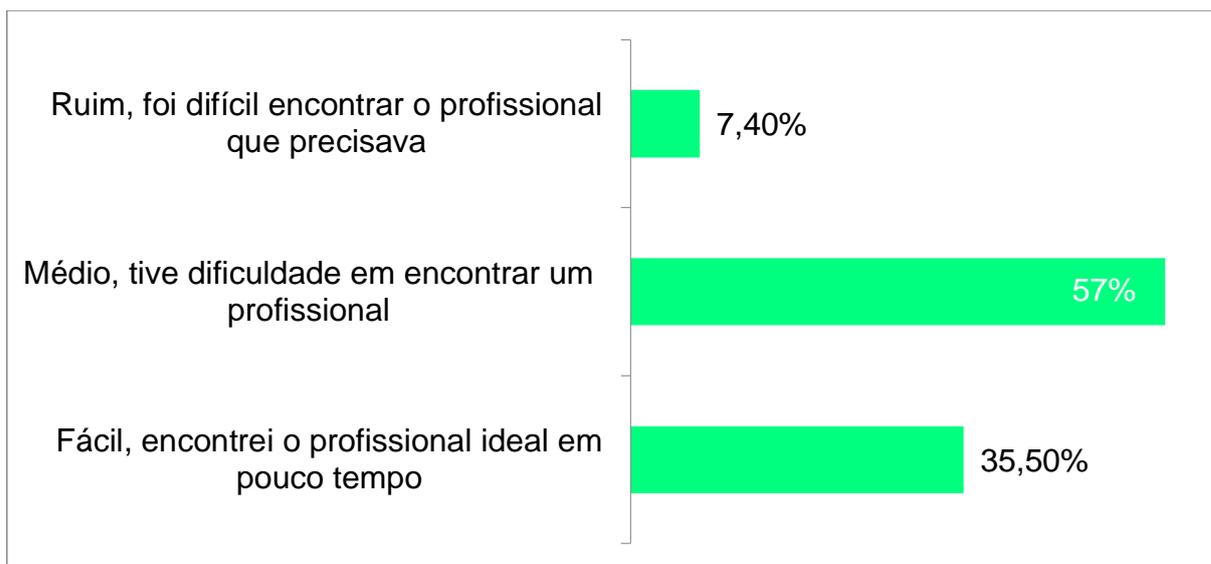


Fonte: Os autores. 2019

O gráfico 04 permite realizar uma análise mais profunda do meio de busca, mostrando que independentemente do tipo de serviço, majoritariamente a indicação é a mais utilizada seguida da internet. Isso é importante para pensar na estratégia de marketing, pois se algum serviço fosse mais procurado por outro meio, haveria uma oportunidade de melhoria de divulgação no canal da internet, aliado à indicação. Mas nesse caso, vale a pena investir no meio de comunicação online, e pensar em ferramentas para aumentar as indicações via plataforma ganhando contratantes, fidelizando-os à 1Job, para todos os tipos de serviço que forem oferecidos.

Pensando em como criar uma plataforma diferenciada, que atenda às necessidades dos clientes, foi questionado às pessoas a respeito do nível de dificuldade que tiveram quando precisaram encontrar um profissional, conforme mostra o gráfico 5:

Gráfico 5 - Dificuldade em encontrar o profissional

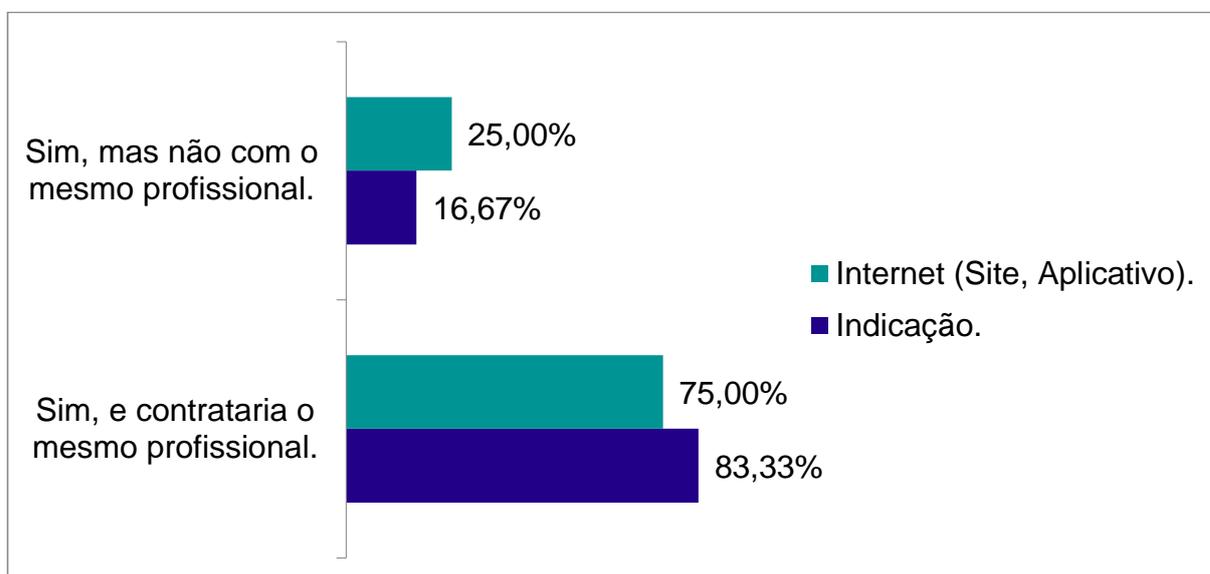


Fonte: Os autores. 2019

Com base nos dados do gráfico 5 é possível analisar que o nível de dificuldade “ruim” apresentou a menor porcentagem entre o dado pesquisado, e mais de 50% apontaram o nível de dificuldade “médio” na busca pelo profissional, o que indica uma oportunidade de melhoria a ser realizada pela 1Job.

Pensando em como fidelizar clientes, foi feita uma comparação entre o meio de busca do serviço com a porcentagem de recontratação entre os dois canais mais utilizados, conforme mostra gráfico 06:

Gráfico 6 - Meio de busca x Recontratação



Fonte: Os autores. 2019

Apesar das altas porcentagens para a recontração dos profissionais em ambos os canais, as respostas mostram que a maior parte das contratações são feitas por indicação e que os clientes tem boas experiências com o serviço, com isso consequentemente recontratam o profissional em maior escala se comparado à internet.

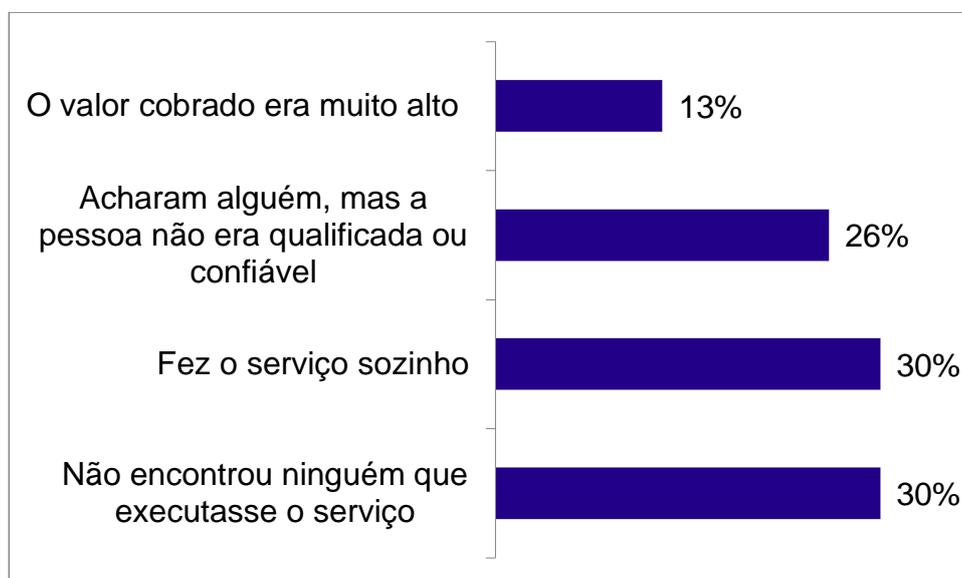
Com base nisso, conclui-se que ter informações confiáveis sobre o profissional a ser contratado traz uma garantia de que o serviço sairá como o esperado e, portanto, a fim de aumentar as contratações via internet, para a 1Job é de extrema importância oferecer ao cliente ferramentas de avaliação dos serviços, facilitando sua busca por um profissional qualificado que atenda às necessidades.

Com o sistema de avaliação e suporte da plataforma a 1Job tem o objetivo de ser referências para os clientes e ser indicada por ele para efetuar novas contratações.

- **Pessoas que responderam que precisaram, mas não contrataram o serviço (8%)**

De acordo com a pesquisa, os principais motivos considerados na hora da tomada de decisão estão apresentados no gráfico 07:

Gráfico 7 - Motivos para a não contratação



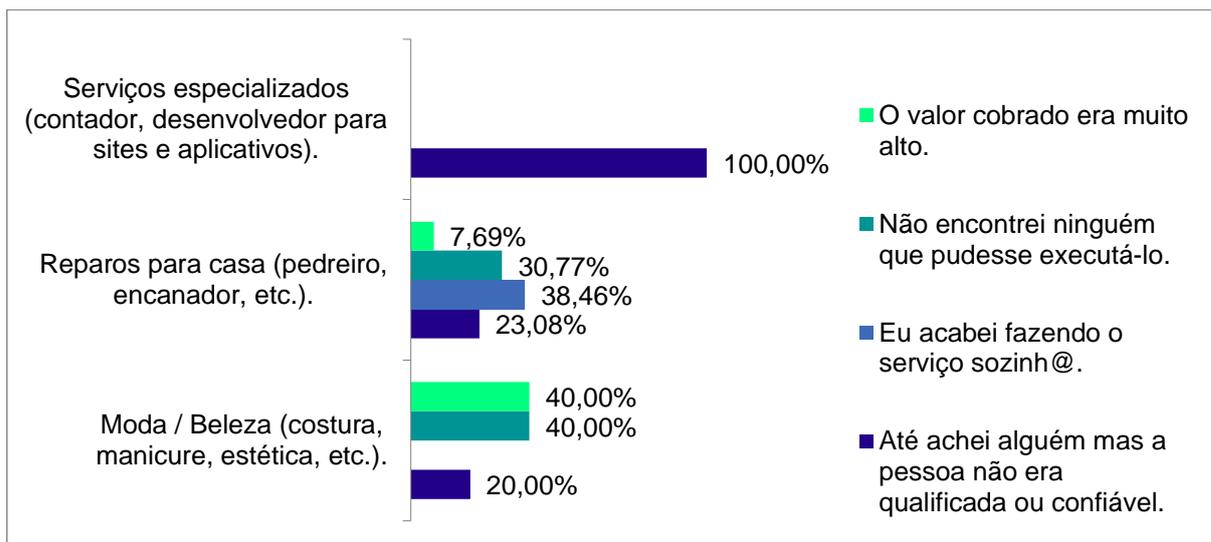
Fonte: Os autores. 2019

Com base nos dados do gráfico 07, observa-se que 26% das pessoas encontraram alguém, mas que não era qualificada ou confiável, 30% não encontraram ninguém que executasse o serviço. Com isso a 1Job percebe a oportunidade de estabelecer um sistema de confiança dentro da plataforma, como um diferencial, trazendo aos usuários profissionais que executem o serviço com qualidade, através da pré-seleção feita no cadastro

Além disso, a porcentagem das pessoas que optam em realizar o serviço por conta própria (30%) é significativa, e trabalhar em cima de pontos diferenciais no serviço oferecido, como qualidade no serviço e rapidez na busca de profissionais com propagandas assertivas de marketing pode fazer com que essas pessoas optem na contratação do serviço via plataforma da 1Job.

É importante conhecer os motivos que levaram o usuário a não contratar o serviço, para que seja possível identificar os pontos de oportunidade e trazer o cliente para a plataforma 1Job. Assim, o gráfico 08 apresenta os principais motivos que levaram à não contratação do serviço:

Gráfico 8 - Motivo da não contratação do serviço



Fonte: Os autores, 2019

Nota-se que para cada tipo de serviço há diferentes motivos da não contratação. Analisando um a um, é possível montar uma estratégia para mostrar ao cliente as vantagens da contratação do serviço principalmente pelo dado que mostra que os serviços especializados obtiveram 100% das respostas de que não

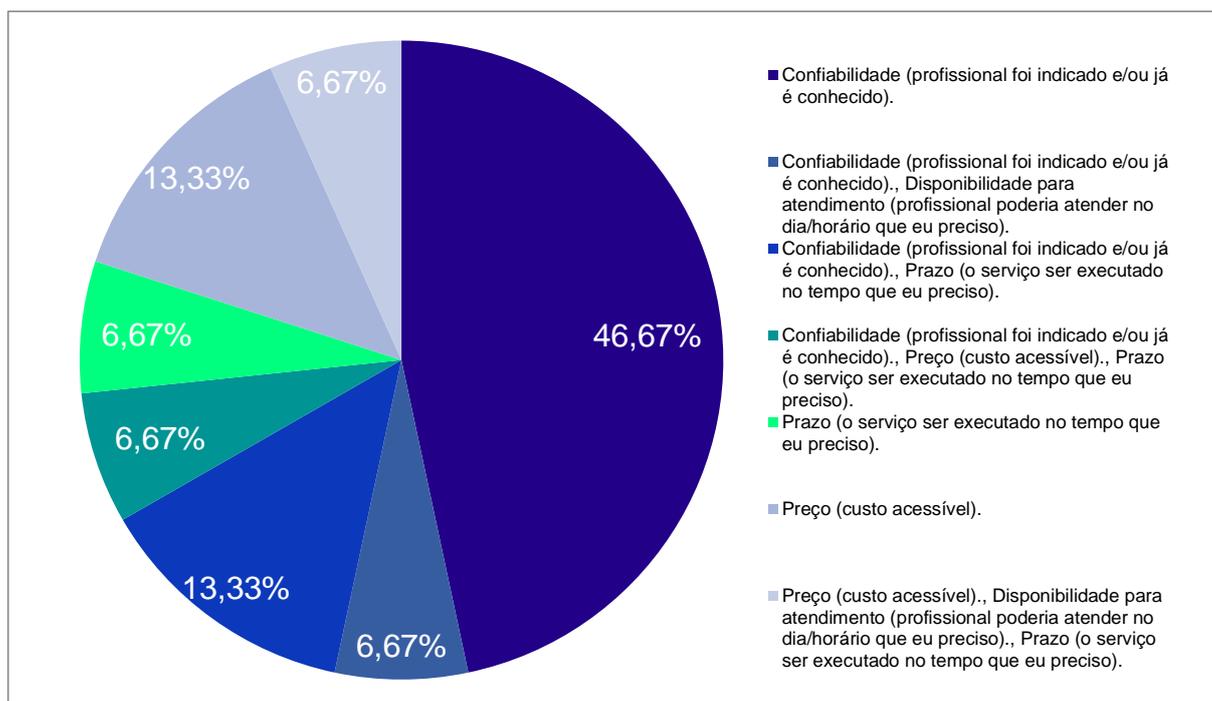
contratariam, pois a pessoa encontrada não era qualificada ou confiável e para isso, tirando desse fato uma oportunidade a 1Job como já mencionado fará análise constantes dos seus profissionais através de pesquisas realizadas pelos contratantes a fim de garantir a qualidade do serviço.

Em serviços como moda e beleza, 40% das respostas indicam que não contrataram o serviço por ser muito caro, sendo assim cadê a 1Job estabelecer estratégias de preços e serviços para esse seguimento que atendam às necessidades dos clientes. Em reparos para a casa, tem-se uma grande porcentagem que realiza o trabalho por conta própria. Cabe à empresa encontrar meios de mostrar ao cliente os benefícios de contratar o serviço, justificar os valores ou facilitar a forma de pagamento, etc.

• **Pessoas que nunca precisaram da contratação do serviço (5%)**

Na tentativa de analisar a opinião das pessoas que nunca tiveram uma experiência de contratação de serviços, foi questionado o que elas considerariam como pontos essenciais negativos e positivos em sua decisão, caso futuramente viessem precisar de algum tipo de serviço, conforme gráficos 09 e 10:

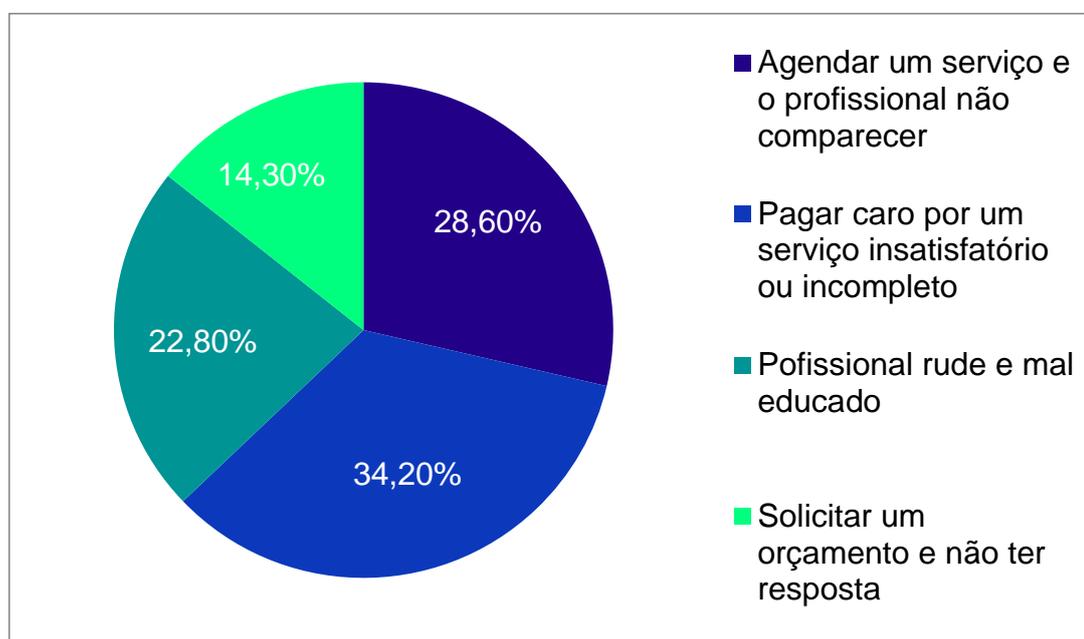
Gráfico 9 - Pontos positivos durante possível contratação de serviços



Fonte: Os autores, 2019.

Com base nesses dados, é possível concluir que confiabilidade é o fator que tem maior peso durante tomada de decisão do usuário para contratação de um serviço.

Gráfico 10 - Pontos negativos durante possível contratação de serviços



Fonte: Os autores, 2019.

Nota-se a partir do gráfico acima que pagar caro por um serviço insatisfatório ou incompleto é um fator chave para a não contratação do serviço.

3.4.1. Conclusão da Pesquisa de Campo

Com base nos resultados obtidos na pesquisa, é possível concluir que aqueles que já procuraram e contrataram um tipo de serviço (87%), buscaram todos os tipos de serviços apresentados na pesquisa, sendo os mais procurados serviços para carro, moda/beleza e reparos para casa.

Para encontrá-los, os meios mais utilizados foram a indicação (78% com uma taxa de 83% de recontração do profissional), seguido da internet (19% com 75% de recontração). Sendo assim a internet é um meio cada vez mais acessível e com o avanço tecnológico, ter informações confiáveis sobre o profissional a ser contratado traz uma garantia de que o serviço sairá como o esperado ao contratante.

Assim, ao aliar esses dois meios de busca em uma plataforma, estima-se obter um número grande de consumidores.

Além disso, 57% dos respondentes consideraram dificuldade de nível “médio”, durante o processo de busca pelo profissional, o que mostra oportunidades de melhorias a serem implementadas na 1Job.

Daqueles que procuraram, mas não contrataram (8%), 26% encontraram alguém, mas que não era qualificado ou confiável e 30% não encontraram um profissional. O que seria minimizado ao trabalhar na forma da divulgação da plataforma e garantir ao contratante confiabilidade.

Há ainda aqueles que optaram em fazer os serviços sozinhos, sendo importante trabalhar em pontos diferenciais no serviço oferecido para atrair esse cliente.

Ao analisar os motivos de cada serviço específico, nota-se uma oportunidade em trabalhar para que os clientes vejam a plataforma como um meio confiável de busca, que traz profissionais dedicados e de qualidade que atendam às suas necessidades. E para isso a 1Job disponibilizará pesquisas que avaliem seus profissionais, sendo disponíveis aos contratantes.

Após análise da pesquisa de maneira geral, conclui-se que no mercado há clientes que comprariam os serviços oferecidos na plataforma 1Job, sob a perspectiva de necessidades e pontos de oportunidade que o mercado apresenta.

3.5. Vantagem competitiva

Segundo Michael Porter (1989) uma empresa ganha vantagem competitiva quando ela executa atividades estratégicas de forma econômica ou quando se destaca, sendo melhor que seus concorrentes. Deste modo a empresa utilizará da proposta de valor para se diferenciar dos concorrentes. Utilizando um meio de pagamento diferenciado, onde o consumidor realiza o pagamento e o fornecedor recebe após a conclusão do serviço (o valor ficará retido na plataforma até a conclusão do serviço).

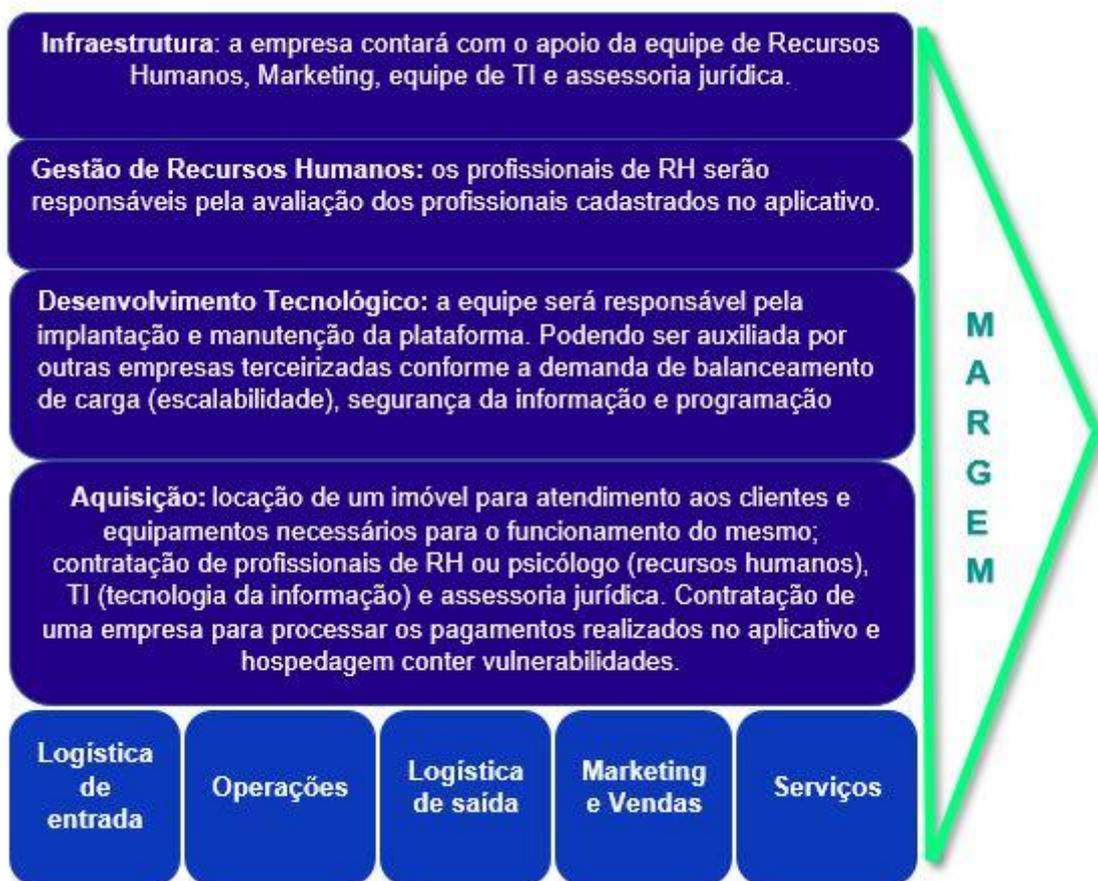
As ofertas de serviços poderão ser visualizadas e selecionadas de acordo com as preferências do consumidor e o aplicativo permitirá que os clientes avaliem os fornecedores (prestadores de serviços), contribuindo assim para auxiliar na

divulgação dos serviços do fornecedor e para possibilitar aos clientes obtenção de informações sobre o fornecedor antes da contratação.

Se comparado aos concorrentes, como a GetNinjas, a 1Job possui como vantagem competitiva dentro da cadeia de valor a logística de entrada/interna, onde os prestadores de serviços passam por uma avaliação para serem ou não aprovados à entrar na plataforma; e em operações, que ao contrário do GetNinjas, a plataforma oferece uma ferramenta de indicação de profissionais, e não intermedia apenas o encontro entre contratante e prestador, mas sim, acompanha todo o processo de compra até a conclusão da mesma, oferecendo suporte caso necessário.

A figura 02 apresenta as atividades de apoio conforme Michael Porter (1989):

Figura 2 - Atividades de apoio



Fonte: Os autores, 2019.

A seguir serão apresentadas as atividades primárias da Cadeia de Valor de Michael Porter (1989):

- **Logística de Entrada/Interna:** o fornecedor (prestador de serviços) realizará o cadastro no aplicativo e identificará os serviços que pode prestar. Após a validação dos dados pela empresa, o fornecedor estará apto para anunciar no aplicativo os serviços que realizou fora dele, acrescentando imagens e/ou avaliações de clientes (esses deverão realizar cadastro no aplicativo), para contribuir na sua avaliação no aplicativo e permitir ao futuro cliente obter mais informações antes de contratar os serviços.

Os clientes realizarão o cadastro no aplicativo e após a validação das informações estarão aptos a realizar as buscas pelos fornecedores.

- **Operações:** O contratante busca o serviço desejado na plataforma 1Job e se não estiver certo da escolha, a empresa o auxilia selecionando até três prestadores adequados ao serviço solicitado, que receberão notificações e retornarão o contato diretamente com o contratante. Após cotação e negociação, a plataforma emite um contrato com as condições de prazo e pagamento acordados por ambas as partes, que deverá ser assinado e arquivado digitalmente.

Durante a execução do serviço, até o término, a empresa fica disponível para sanar qualquer tipo de problema do cliente. E ao término do mesmo, a liberação do pagamento e emissão de recibo é realizada pela 1Job, que aguardará a posição do contratante para responder à avaliação do serviço prestado, e posteriormente tomar as ações necessárias para trabalhar em cima de melhorias, se necessário.

- **Logística de Saída/Externa:** A realização da logística dependerá do tipo de serviço contratado, podendo ser realizado no estabelecimento do profissional, no local acordado entre o contratante e contratado, entre outros. Já a liberação do pagamento será feita pelo aplicativo após a conclusão do serviço prestado.

- **Marketing e Vendas:** Divulgação em mídias sociais, influenciadores digitais, descontos/ou pontos conforme o usuário realizar indicações na plataforma, afim de auxiliar a tomada de decisão dos próximos contratantes.
- **Serviços:** A 1Job visa suprir as necessidades dos usuários que buscam profissionais qualificados para executar diversos tipos de serviços, através de uma plataforma em que prestadores de serviços divulgam seus trabalhos e usuários consigam encontrá-los de forma prática com acesso à informações relevantes trazendo maior confiança na hora da contratação.

A plataforma fornecerá suporte ao contratante para os casos de atrasos na prestação dos serviços, não conclusão do serviço, anúncio diferente do realizado, ausência do fornecedor, e outros. Isso se torna possível, pois haverá a possibilidade de utilizar assessoria jurídica nesses casos e nos contratos entre a o prestador de serviços e os contratantes.

Agora serão apresentadas as atividades de apoio conforme Michael Porter (1989):

- **Aquisição:** locação de um imóvel para atendimento aos clientes e equipamentos necessários para o funcionamento do mesmo; contratação de profissionais de RH ou psicólogo (recursos humanos), TI (tecnologia da informação) e assessoria jurídica. Contratação de uma empresa para processar os pagamentos realizados no aplicativo e hospedagem pode conter vulnerabilidades.
- **Desenvolvimento de Tecnologia:** a equipe de tecnologia da 1Job será responsável pela implantação e manutenção da plataforma. Podendo ser auxiliada por outras empresas terceirizadas conforme a demanda de balanceamento de carga (escalabilidade), segurança da informação e programação.
- **Gestão de Recursos Humanos:** os profissionais de RH serão responsáveis pela avaliação dos profissionais cadastrados no aplicativo.
- **Infraestrutura:** a empresa contará com o apoio da equipe de Recursos Humanos, Marketing, equipe de TI e assessoria jurídica.

3.5.1. BSC

Como parte desta visão estratégica, é essencial ter ferramentas que permitam a existência de dados necessários para a tomada de decisão e que suportem não só a manutenção, mas também a expansão da empresa. Estes controles organizacionais são fundamentais para garantir que os resultados desejados pela empresa sejam alcançados.

O desafio neste cenário é alcançar o equilíbrio entre controles financeiros e estratégicos, permitindo que o desempenho da empresa aumente constantemente colaborando para a perpetuidade da organização. O *balanced scorecard* (BSC) é uma ferramenta que auxiliará a avaliar a efetividade dos controles utilizados. O BSC é um *framework* (estrutura) que pode ser utilizado pelas empresas para verificar se dispõem do equilíbrio adequado entre os controles estratégicos e financeiros para obter seu desempenho desejado. Segue na tabela 01 os indicadores desenvolvidos conforme as perspectivas do BSC:

Tabela 1 - Indicadores desenvolvidos conforme as perspectivas do BSC

Perspectiva	Indicador	Meta	Iniciativa
Aprendizagem e Crescimento	Índice de Rotatividade.	Menor que 10%.	Acompanhamento dos processos de contratação e desligamento semestral.
	Avaliação de Performance de Colaboradores.	90% dos funcionários com avaliações acima da média (excede a expectativa).	Avaliações periódicas aplicadas pelo supervisor direto em conjuntos com RH.
	Pesquisa de Clima (NPS).	Zona de Qualidade – NPS entre 51 e 75.	Pesquisas anônimas enviadas periodicamente aos funcionários.
Processos Internos	Redução do tempo de fechamento de contrato.	Redução mensal de 20% no tempo gasto no processo de contratação.	Acompanhamento do tempo gasto desde a solicitação até contratação profissional.
	ROI sobre os projetos de inovação.	Retorno de 20% sobre a iniciativa.	Acompanhamento dos ganhos obtidos com a implementação dos projetos.
	Taxa de conversão de leads em usuários contratantes.	80% dos leads convertidos em usuários ativos.	Relatórios mensais de contratação de serviço por usuário cadastrado.
Clientes	ROI sobre ações de marketing.	80% de eficiência em cada campanha.	Análise de leads gerados por ação promocional.
	Taxa de retenção de usuários na plataforma.	Meta de 80% por trimestre.	Relatórios trimestrais de usuários ativos na plataforma.
	Taxa de satisfação do cliente no mês (NPS).	Zona de Qualidade – NPS entre 51 e 75.	Pesquisas acionadas após cada finalização de contratação realizada.
Financeira	Lucro por serviço transacionado.	Aumento de 15%.	Acompanhamento de receita por serviço.
	Índice de ticket médio por usuários no mês.	Crescimento de 10% por período.	Acompanhamento do faturamento mensal.
	Redução de custos operacionais.	Redução de 10% por trimestre.	Acompanhamento dos despesas trimestrais da empresa.

Fonte: Os autores, 2019.

3.6. Análise e diagnóstico da viabilidade estratégica

A empresa propõe a construção de uma plataforma capaz de oferecer diversos tipos de serviços, com o diferencial de garantir qualidade ao cliente.

Atualmente já existem plataformas que oferecem essa ferramenta, e por isso a empresa realizou pesquisas do mercado alvo (conforme item 3.1) e de clientes (conforme item 3.2), para avaliar pontos de oportunidade e ameaças, objetivando trabalhar em cima dos tópicos encontrados para conquistar a excelência e ter um diferencial.

O crescimento do mercado de serviços no Brasil vem sendo promissor, com previsão de crescimento de 1,4%¹⁵, o que leva a conclusão de que há cada vez mais interesse pela contratação de serviços, além de que o mercado de aplicativos deixa de ser um complemento e passa a ser a primeira plataforma, dado que o uso de smartphones já atinge grande parte da população e é crescente.

Como o meio mais eficiente de encontrar um serviço é a indicação segundo pesquisas realizadas no tópico 3 (seguida da internet), a ideia é aliar as duas para visar qualidade e atrair clientes. Isto é, a internet é a mais eficiente ferramenta de marketing, enquanto a indicação dá ao cliente um aumento na garantia de sucesso do serviço devido sua confiabilidade.

Com isso, a empresa visa realizar uma seleção dos profissionais a qual realizará parceria, oferecer suporte ao cliente por profissionais que entendam do assunto, disponibilizar ferramentas de avaliação dos serviços online para criação de histórico do serviço, entre outros fatores diferenciais para ser a empresa referência para os clientes.

¹⁵ E-Commerce Brasil – <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/78-dos-brasileiros-que-possuem-smartphone-preferem-comprar-por-aplicativo/> (Acessado em 11/03/2019)

4. VIABILIDADE OPERACIONAL

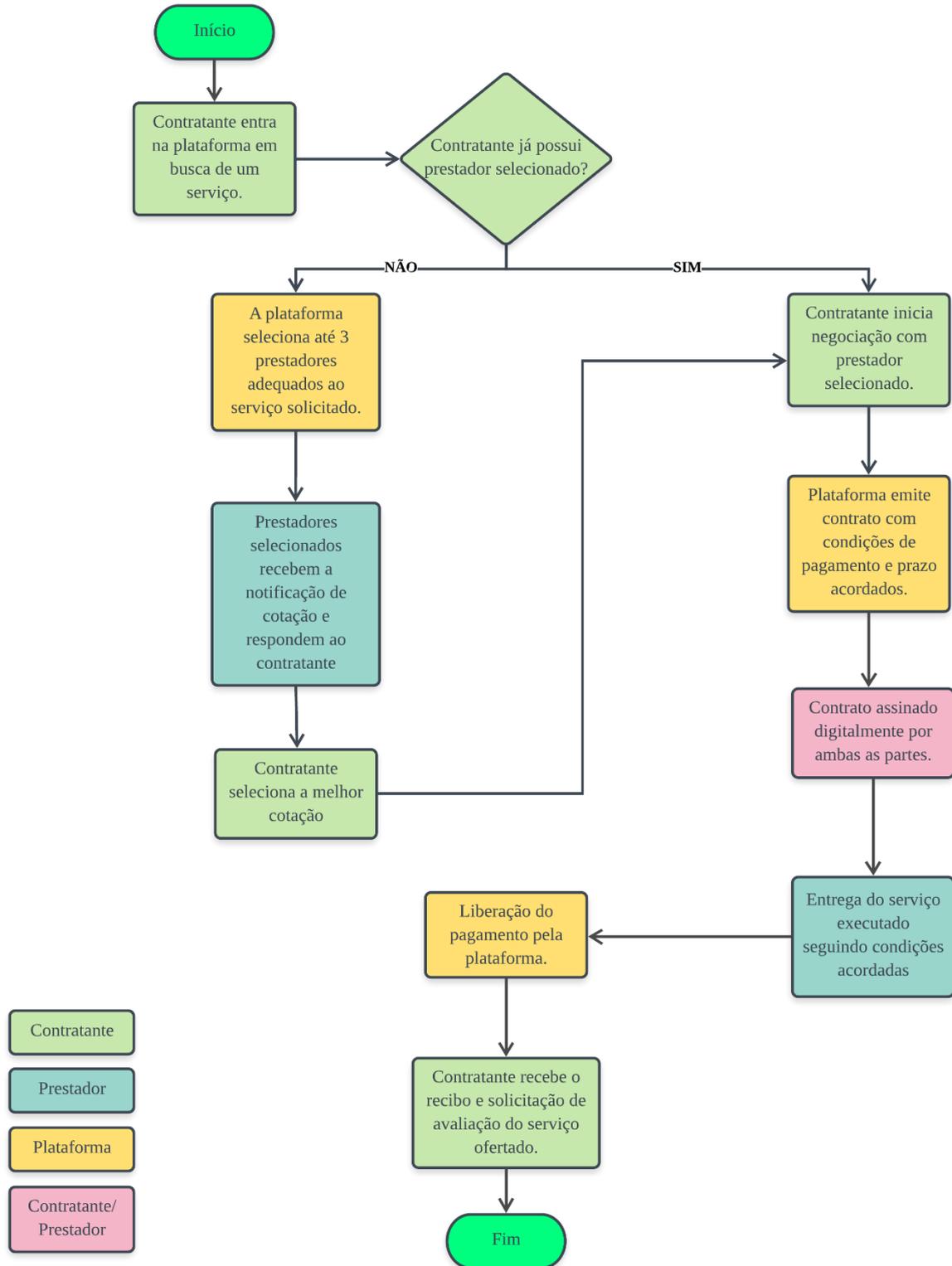
4.1. Plano operacional

Este capítulo objetiva demonstrar informações referentes aos aspectos operacionais da empresa.

4.1.1. Fluxograma dos processos operacionais

A Figura 03 demonstra o fluxograma padrão do processo de contratação do serviço dentro da plataforma da empresa 1Job.

Figura 3 - Fluxograma Operacional



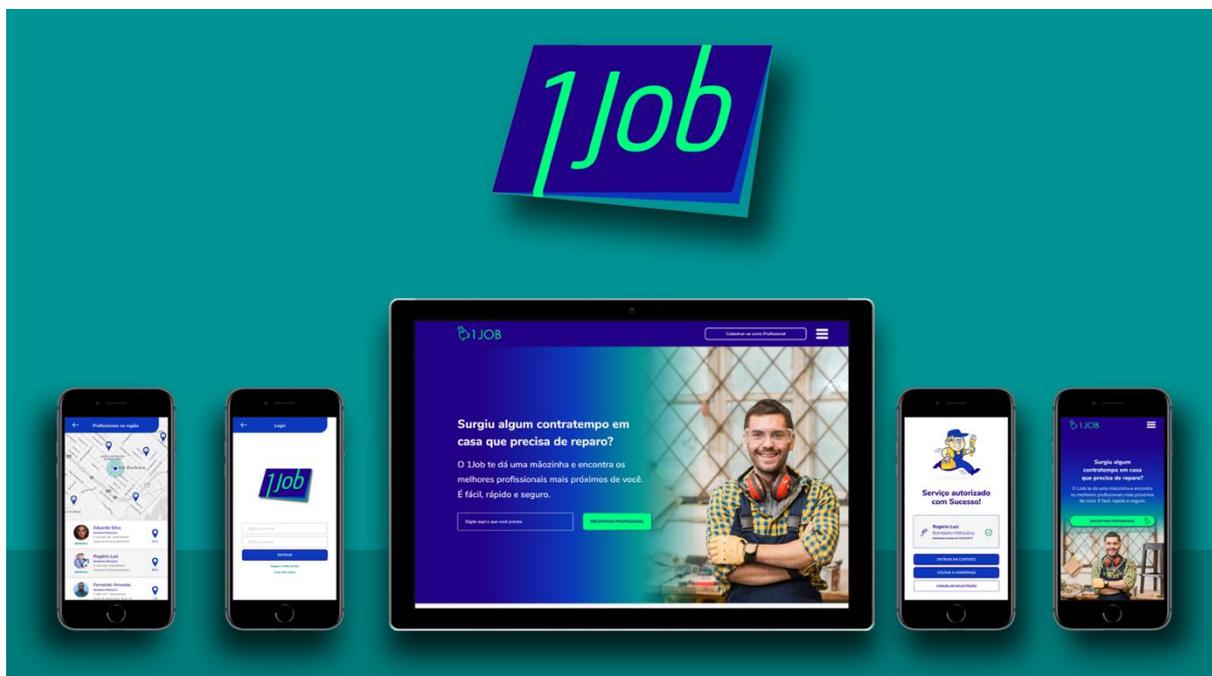
Fonte: Os autores, 2019.

4.1.2. Layout ou arranjo físico

Como startup, a 1Job deseja estar inserida num contexto de mobilidade e inovação e em constante contato com o ecossistema empreendedor. Para atender estes requisitos será utilizado um espaço de *coworking* (espaços que funcionam como escritórios compartilhados) como base de trabalho combinado com home office (modalidade de trabalho que é desenvolvido em ambiente doméstico).

Como um negócio digital, a plataforma deve possuir como foco principal o design que atenda ao contratante e o prestador de serviço para garantir uma experiência excelente tanto pelo site como aplicativo. Na Figura 04 são demonstrados os protótipos iniciais para ambos os canais.

Figura 4 - Layout



Fonte: Os autores, 2019.

4.1.3. Máquinas e equipamentos necessários para produção

Considerando que a operação da empresa consiste na manutenção e desenvolvimento da plataforma, será considerado que os equipamentos dos colaboradores (excluindo a infraestrutura própria do espaço de *coworking*) consistirão em notebooks adequados às necessidades técnicas de colaborador, mouse sem fio e itens que garantam a adequada ergonomia como suporte ergonômico regulável para notebook, *mousepad* com apoio para punhos e apoio aos pés.

A 1Job utiliza o Google Cloud como ferramenta (inclusive no custo de hospedagem) para manter a plataforma online (site e aplicativo), que suporta a capacidade produtiva da empresa, não sendo necessária a existência de servidores, que geralmente são usados apenas em processamentos de grande escala de coisas criptografadas.

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

Pela natureza da plataforma como um negócio digital de funcionamento online, é estimado que sua capacidade de atendimento seja de 24 horas por dia, 7 dias da semana, sem interrupções (salvo ocasiões de força maior como falhas na hospedagem do site, problemas de rede de internet e demais situações imprevistas).

A ferramenta apresenta um limite muito alto capaz de suportar a capacidade produtiva da 1Job, não havendo limite de acesso.

4.1.5. Principais fornecedores

Analisando as operações da 1Job como um negócio digital, é essencial a disponibilização de produtos e serviços que possibilitem o funcionamento das operações da plataforma e que juntamente atendam os processos administrativos. Os dados abaixo representam os principais custos referentes a aquisição destes ativos, além do investimento inicial para construção da plataforma:

- ***Desenvolvimento da Plataforma***

A construção da plataforma é a atividade inicial da 1Job, para tanto se faz necessário a criação de projetos que serão executados por consultorias especializadas que além de fornecer a expertise, também servirão como aceleradores para implementação. Na tabela 02 estão listados os custos estimados para o desenvolvimento de cada canal que a 1Job utilizará com seus usuários.

Tabela 2 - Investimento - Plataforma

Serviço/Produto	Fornecedor	Valor	Cobrança	Total/R\$
Desenvolvimento do Aplicativo	Yeeply	€ 12.000,00	Única	R\$ 51.840,00
Desenvolvimento do Site	Yeeply	€ 9.600,00	Única	R\$ 41.472,00
				R\$ 93.312,00

Cotação*	R\$
Dólar	R\$ 3,85
Euro	R\$ 4,32

*Cotação do dia 01/04/2019

Fonte: Os autores, 2019.

Nota: Em consideração ao fornecedor selecionado, a Yeeply se caracteriza como uma empresa especializada em desenvolvimento de software que conecta diversas agências e profissionais de tecnologia para a criação de um projeto. Sua capacidade de trazer equipes diversas e robustas com custo benefício e qualidade foi essencial na sua seleção durante a fase inicial da 1Job.

- **Ativos Fixos**

Conforme tabela 03, serão inclusos todos os bens permanentes da empresa. Como boa parte dos custos de infraestrutura estão inclusos no custo de *coworking* (mobiliário, telefonia, limpeza, etc.), será adquirido apenas equipamento essencial a operação e administrativo conforme mencionado anteriormente.

Tabela 3 - Aquisições - Ativos Fixos

Equipamento	Fornecedor	Valor	Unidades	Total
Apoio de Punhos WristCare Mouse Pad	Ergotec	R\$ 22,90	10	R\$ 229,00
Apoio Ergonômico Para Pés	Americanas	R\$ 32,78	10	R\$ 327,80
Mouse Ótico USB	Americanas	R\$ 5,69	10	R\$ 56,90
Notebook Dell Inspiron 14 3000	Dell	R\$ 2.189,00	10	R\$ 21.890,00
Papelaria - Diversos	Kalunga	R\$ 50,00	10	R\$ 500,00
Suporte Ergonômico Regulável para Notebook	Americanas	R\$ 19,19	10	R\$ 191,90
				R\$ 23.195,60

Fonte: Os autores, 2019.

- **Serviços**

Para execução dos processos operacionais (manutenção e controle da plataforma, desenvolvimento e demais atividades ligadas a atividade principal da 1Job) e administrativos (atividades das áreas de negócios como RH, financeiro e jurídico) serão necessários uma gama de serviços que incluem desde hospedagem do site (aluguel pago para manter uma página online), aplicações de escritório (programa diversos para edição de planilhas, documentos de texto e apresentações) até os custos envolvidos na distribuição dos aplicativos conforme tabela 04.

Tabela 4 - Aquisições - Serviços

Serviço/Produto	Fornecedor	Valor/Unid.	Cobrança	Custo Mensal/R\$
Aplicações para escritório/desenvolvimento	Google	\$25,00	Mensal	R\$ 96,25
Disponibilização do Aplicativo Apple Store	Apple	\$99,00	Mensal	R\$ 381,15
Disponibilização do Aplicativo Google Play	Google	\$25,00	Mensal	R\$ 96,25
Escritório	DECK-LAB	R\$ 4.499,00	Anual	R\$ 374,92
Hospedagem e domínio do Site	GoDaddy	R\$ 59,99	Mensal	R\$ 59,99
				R\$ 1.008,56

Fonte: Os autores, 2019.

4.1.6 Plano logístico e de distribuição

Como os principais canais digitais da plataforma serão o site e o aplicativo, os meios de distribuição serão via internet para o site (custo de hospedagem e domínio descritos no tópico anterior) além da disponibilização do aplicativo nas principais lojas voltadas ao mercado de *smartphones*: Google Play (para sistema operacional Android) e Apple Store (para sistema operacional iOS).

4.2. Estimativa de gastos

Os investimentos na construção da plataforma (site e aplicativo) assim como a compra dos ativos fixos, são gastos iniciais que podem ser diluídos ao decorrer do tempo. Considerando os principais gastos necessários para iniciar as operações da plataforma, segue listado abaixo um resumo dos custos.

Tabela 5 - Estimativa de Custo Inicial

Aquisições - AtivosFixos	R\$ 23.195,60
Aquisições - Serviços (Mensal)	R\$ 12.102,68
Investimento - Plataforma	R\$ 93.312,00
Total	R\$ 128.610,28

Fonte: Os autores, 2019.

4.3. Análise e diagnóstico da viabilidade operacional

Considerando a natureza específica do negócio, pode-se constatar que os investimentos em tecnologia e a aquisição de ferramentas adequadas para garantir a funcionalidade com eficiência, são parte essencial do sucesso operacional da empresa. Apesar de haver um considerável investimento inicial para início da operação, os custos podem ser diluídos na operação por um período maior, permitindo um melhor uso dos recursos financeiros.

Com base nos dados apresentados, a viabilidade operacional da plataforma se mostra positiva.

5. VIABILIDADE MERCADOLÓGICA

5.1. Plano de marketing

O planejamento mercadológico da 1Job tem como base o Mix de Marketing também conhecido como 4p's denominados: produto, preço, praça e promoção.

Kotler e Keller (2000, p.17) descrevem que produto é a proposta de valor a ser oferecida: suas características, qualidades e variedades. Em preço são definidas as estratégias para atingir determinado tipo de público, que podem ser executadas com: descontos, concessões e um preço justo pelo serviço adquirido pelo cliente.

A praça é composta pelos canais de distribuição, os locais de venda e onde a empresa se aloca. Em promoção abordam as estratégias referente as propagandas, relações públicas, marketing direto a força de vendas, os meios em que o serviço chega até o consumidor.

5.1.1. Produto

O serviço a ser oferecido pela 1Job, tem como objetivo fazer uma ponte entre quem presta algum tipo de serviço com um contratante que necessita desse serviço. Esse prestador de serviços pode ter alguma especialidade, uma formação técnica como electricista ou algum conhecimento que não necessite de uma certificação específica para a área, como alguém que realiza penteados de cabelo.

Para isso, a 1Job visa desenvolver uma plataforma digital que proporcionará oportunidades aos prestadores de serviços para que eles realizem e divulguem seus trabalhos através da plataforma. Realizando primeiramente um cadastro na plataforma, preenchendo um formulário com dados básicos e fornecendo informações referentes ao tipo de serviço que será prestado.

Passando posteriormente por um processo de avaliação e autenticação a fim de garantir que os princípios e valores se adequem aos da 1Job. Tendo em vista, atender do mesmo modo as necessidades dos contratantes de serviços, a 1Job viabilizará o acesso as informações relevantes, para que os contratantes escolham as competências e habilidades que atendam suas necessidades e proporcionem maior confiança no momento de selecionar o prestador de serviços.

Justamente para garantir maior confiabilidade na seleção que a 1Job realizará o processo de avaliação e autenticação com os prestadores de serviços, antes de integrarem o quadro de profissionais da plataforma.

Propiciando uma conexão mais segura e que atenda a necessidade dos dois grupos de contratantes e prestadores de serviços.

5.1.2. Matriz BCG

A matriz BCG gerencia o portfólio de produtos e indica estratégias de investimentos para a empresa, possibilitando o aumento dos lucros da organização. Essa ferramenta amplia e permite a compreensão da plataforma de serviços em cada fase da empresa, ou seja, a partir do momento que se tem o início das operações até o momento em que ela está atuando, verificando qual a reação do público diante a plataforma de serviços oferecida. É uma análise gráfica. No eixo x mostra a participação do mercado e no eixo y o crescimento dele, conforme figura 05.

Figura 5 - Matriz BCG



Fonte: Os autores, 2019.

Na introdução da plataforma de serviços no mercado, a 1Job é classificada como Questionamento (ponto de interrogação representado na figura acima) pois como demonstrado no capítulo 3, o crescimento do mercado de aplicativos é constante, porém a participação para esse tipo de oferta de serviços ainda é incipiente.

Dentro de dois anos espera-se que a 1Job se enquadre na classificação estrela, por estar com alta em crescimento, ou seja, neste momento a plataforma de serviços já terá uma grande participação no mercado.

5.1.3. MVP

Segundo Blank e Dorf (2014) MVP é a sigla de “*Minimum Viable Product*” e significa produto mínimo viável. Esta ferramenta é utilizada para evitar o desperdício de horas, colocar o produto nas mãos dos clientes (*early evangelists*, clientes que adquirem produtos sem estarem prontos) e gerar mais conhecimento sobre o cliente em menos tempo seguindo o conceito Fail Fast (traduzindo literalmente como “fracasse rápido”) que valoriza a constante experimentação dos projetos em busca de ideias que possuam valor real.

O MVP da 1Job será realizado com base nos serviços mais solicitados (“reparos para a casa” e “moda e beleza”) conforme pesquisa de mercado item 3.1. A opção em utilizar apenas as categorias citadas é justificada pela grande variedade de serviços que a 1Job oferece e atender os requisitos necessários a natureza do MVP. O MVP permitirá uma exploração do mercado a fim de verificar a eficiência do processo da plataforma e sua qualidade, além de demonstrar o potencial da 1Job.

Para a descoberta de potenciais clientes, a 1Job desenvolverá uma Landing Page, que dentro do marketing digital se caracteriza como uma página criada com um objetivo único: a conversão, com o único intuito a captação de leads (pessoa que pode se tornar um potencial cliente). Em geral, essas páginas contêm muito menos elementos e links do que a homepage de um site normal.

Para que a conversão ocorra haverá o preenchimento de formulários para o cadastro do usuário, como o e-mail para contato e outras informações relevantes para a empresa. Ressaltando que o cadastro não significa que ele é um cliente, apenas que demonstrou interesse pelo produto ou serviço e que as informações prestadas foram relevantes para a realização do cadastro.

Com essas informações é possível tornar o desenvolvimento da plataforma e sua oferta de valor mais assertivos.

5.1.4. Preço

A renda da 1Job se dará através do percentual de 15% do valor cobrado pelo prestador do serviço, pelo trabalho contratado via plataforma. A conta é gratuita: Não será cobrada nenhuma taxa para o profissional pertencer a plataforma. Porém, quando for realizada a transação do valor pago pelo serviço, 15% será da empresa e 85% do profissional.

Para tanto haverá imbuído na plataforma a funcionalidade de processamento de pagamentos para execução deste tipo de operação.

A tabela 06 demonstra a média dos valores pré-estabelecidos para os serviços mais procurados, segundo a pesquisa de campo, realizada no item 3.4.

Tabela 6 - Precificação média dos serviços

Precificação média dos serviços					
Reparos Casa		Reparos Carro		Moda/Beleza	
Encanador	R\$20,00/h	Borracheiro	R\$150,00	Unha	R\$ 56,00
Eletricista	R\$35,00/h	Funilaria	R\$250,00	Maquiagem	R\$175,00
Pintura	R\$30,00/m2	Insulfilm	R\$200,00	Penteado	R\$150,00

Fonte: Os autores, 2019.

5.1.5. Promoção

A Promoção da 1Job terá como foco principal o marketing digital. Atualmente o uso da ferramenta Google é uma das formas mais comuns de pesquisa. Assim, a ideia é fazer com que a plataforma apareça como uma das primeiras opções para o usuário ao realizar uma pesquisa sobre serviços utilizando Google Ads.

As mídias sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn) e outros canais de comunicação (como Whatsapp e e-mail), serão utilizadas para promover a imagem da empresa e trazer um relacionamento mais próximo aos usuários (contratantes e prestadores). Estes canais de marketing divulgarão promoções e eventos, sendo utilizadas como meio de contato entre os usuários e a 1Job, para esclarecimento de dúvidas, por exemplo. As redes sociais são um importante pilar da estratégia de Marketing para a empresa pela abrangência como um dos mecanismos mais rápidos de comunicação.

E para promover os trabalhos do prestador de serviço, o aplicativo apresentará meios como: a inclusão de portfólio de serviços prestados e um ranking de avaliação, permitindo assim ao contratante selecionar o prestador de serviços conforme suas necessidades.

As figuras 06 a 09 demonstram as peças publicitárias para exemplificação:

Figura 6 - Peça Publicitária



Fonte: Os autores, 2019.

Figura 7 - Peça Publicitária para Site



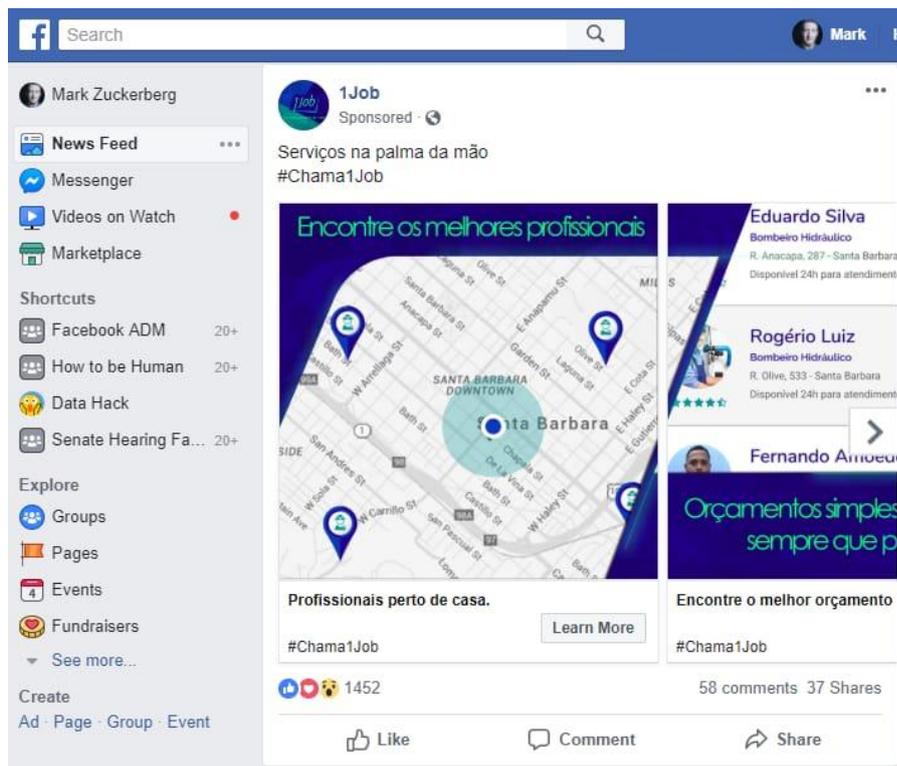
Fonte: os autores, 2019.

Figura 8 - Peça Publicitária para Facebook



Fonte: os autores, 2019.

Figura 9 - Peça Publicitária para Facebook



Fonte: os autores, 2019.

Segundo a pesquisa de dados realizada no item 3.4, a maior parte das pessoas acaba contratando serviços por indicação por este motivo serão lançadas promoções, como bônus em descontos para os contratantes que indicarem o serviço adquirido ou a própria plataforma como fonte de busca, nas suas próximas contratações

5.1.6. Gestão da Marca

A marca 1Job objetiva a ideia de uma empresa de qualidade comprometimento e profissionalismo. Com o intuito de atribuir credibilidade e segurança à plataforma, a composição conta com dois tons de azul, sendo que o mais evidente é o azul naval, que fica mais próximo do espectro violeta do círculo cromático.

As outras cores vão graduando até o outro espectro mais esverdeado, que remete a ideia de vantagem, otimismo e lucro. O contraste proposto entre o tom de azul profundo e quase violeta, com o verde vibrante tem a intenção de mostrar o lado tecnológico, moderno e dinâmico da empresa. A figura 10 demonstra a paleta de cores usadas na marca:

Figura 10 - Paleta de Cores



Fonte: Os autores, 2019

A cor verde demonstra lucro e vantagem, tanto por parte do contratante, que terá a vantagem de um serviço personalizado e de acordo com as suas exigências, como por parte do prestador de serviço que terá uma renda com o serviço prestado.

A marca foi completamente ligada à definição do negócio, focando no significado analógico de “plataforma” (palco, superfície), sendo este o sentido dos planos que elevam a marca. Dentro desses planos ocorre a ação de conexão. As

extremidades estendidas até a borda do plano sugerem origens diferentes que se “encontram” dentro da plataforma, executando a ação que é o fim do negócio, 1Job.

Os planos sobrepostos também representam outra característica da marca da empresa, os serviços diversos oferecidos pela plataforma, ou seja, quando a variedade de cores é exibida acaba gerando o efeito de misturar as cores, tendo a impressão de várias cores em uma só, ou seja, a plataforma apresenta vários tipos de serviços em um só lugar. A figura 11 mostra a representação da marca:

Figura 11 - Logotipo e Marca



Fonte: Os autores, 2019.

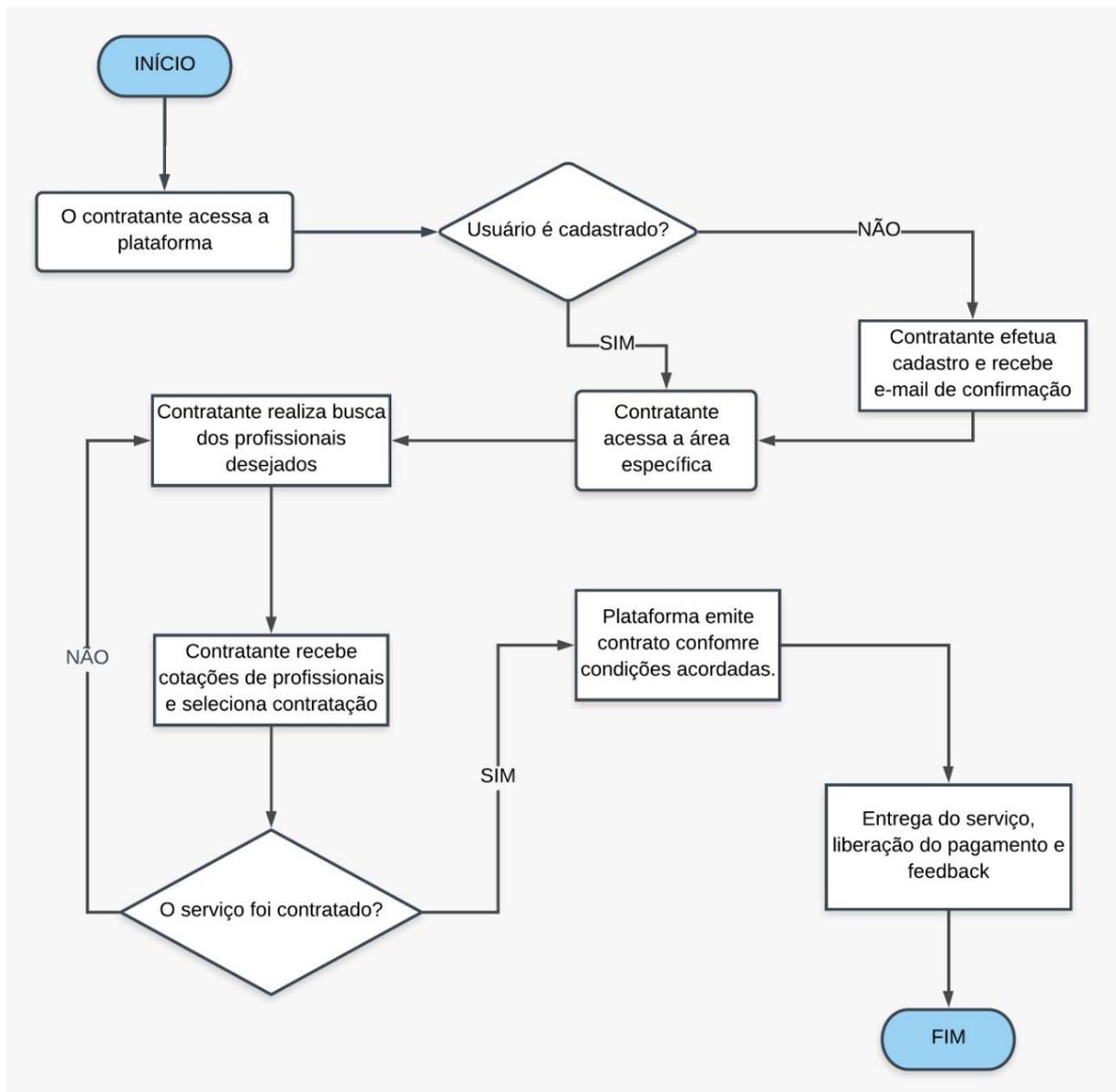
Com isso a 1Job pretende estabelecer uma relação de confiança e transparência, logo na apresentação da empresa.

5.1.7. Fluxograma da experiência de compra dos clientes da empresa

O fluxograma da experiência de compra e venda dos serviços da 1Job compreende todo o percurso percorrido pelo usuário ao entrar na plataforma, até a contratação ou prestação do serviço requisitado.

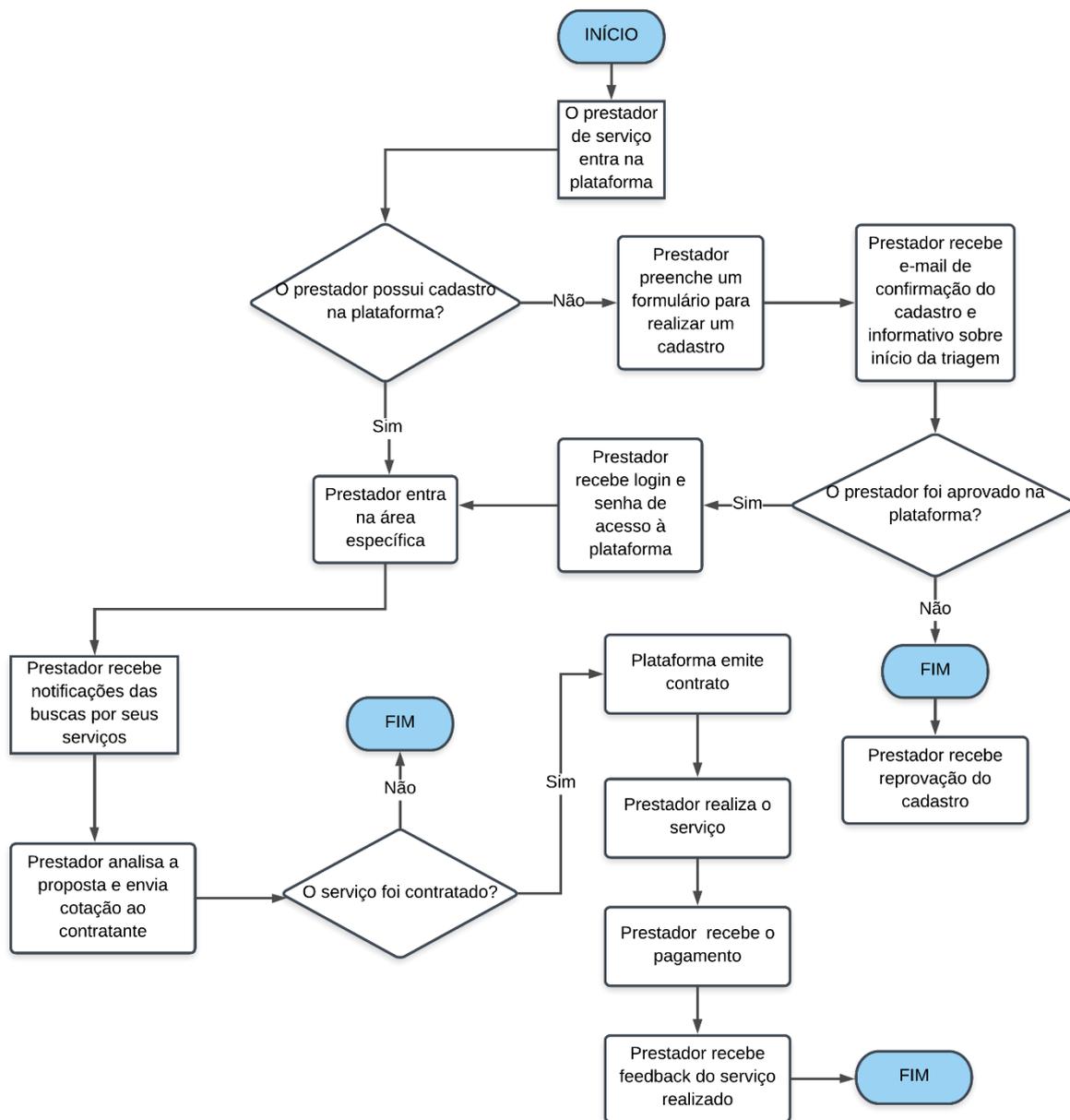
A figura 12 exemplifica a experiência do contratante enquanto a figura 13 a experiência para o prestador de serviços.

Figura 12 - Fluxo de Experiência do Contratante



Fonte: Os autores, 2019.

Figura 13 - Fluxo de Experiência do Prestador de Serviço



Fonte: Os autores, 2019.

5.1.8. Estratégias de Fidelização de Clientes

A 1Job possui dois tipos de clientes, sendo que a plataforma que intermedia a relação entre prestadores de serviços e contratantes. Assim, haverá dois tipos de estratégias voltadas a estes públicos.

Para os usuários contratantes: a 1Job entende que para fomentar estratégias de fidelização com o cliente é necessário primeiramente trabalhar em cima do valor agregado por ele, isto é, a empresa deve atender as suas expectativas segundo os

benefícios e custos envolvidos, para que se crie um laço de confiança entre ambos, e consequentemente a recontração e recomendação dos serviços prestados pela plataforma sejam frequentes.

Para isso a empresa deve investir na qualidade da usabilidade da plataforma, tornando-a atrativa e de fácil acesso. Vinte e quatro horas por dia, funcionários da 1Job ficarão disponíveis através de meios de comunicação como WhatsApp, Instagram, Facebook, para que usuários possam tirar suas dúvidas e apontar melhorias.

Os contratantes que utilizam a plataforma de maneira constante, poderão ganhar descontos nas próximas contratações, seguindo as condições da tabela 07:

Tabela 7 - Promoção para usuários contratantes

Período	Condição	Desconto
Primeiro mês	Quatro contratações no período do mês	10%
Segundo mês	Quatro contratações no período do mês	15%
Terceiro mês	Quatro contratações no período do mês	20%
Após 12 meses	Quatro contratações em cada mês no período de 9 meses consecutivos	Gratuidade em dois serviços pré-selecionados.

Fonte: Os autores, 2019.

Outra ação focada na satisfação dos usuários será a avaliação feita pelo contratante ao final de cada trabalho, onde serão apontadas sugestões de melhorias e pontos positivos da experiência durante a compra. A partir desses dados será feita uma análise a fim de aprimorar o serviço e garantir uma melhoria contínua, em busca da excelência no atendimento das expectativas dos clientes.

Os usuários prestadores de serviços que forem mais bem avaliados nas pesquisas de satisfação do consumidor, receberão benefícios como mostra a tabela 08:

Tabela 8 - Benefícios para Usuários

Condições	Prêmios
Cinco prestações de serviços com boas avaliações dos contratantes.	Solicitar algum serviço na plataforma sem custos, dentro dos valores pré-selecionados pela empresa.
Seis meses de constantes boas avaliações dos contratantes.	A plataforma disponibiliza o perfil dele, como destaque para a seleção.
Ser o prestador de serviços mais bem avaliado da plataforma durante o ano.	Vale jantar com acompanhante em restaurantes pré-selecionados na região de São Paulo.

Fonte: Os autores, 2019.

Por meio dessas ações a 1Job acredita que é possível cativar e fidelizar os clientes, para que usem e recomendem os serviços prestados e oferecidos.

5.1.9. Posicionamento da Marca

Segundo a estratégia genérica de Porter (2004, pg. 39), a 1Job trabalhará na ideia de diferenciação, com foco na experiência do usuário e na cobrança que será realizada por cada transação efetivada, oferecendo qualidade e transparência ao usuário com suporte contratual e jurídico para o contratante e prestador de serviço.

Para que a marca seja reconhecida pelos clientes a empresa disponibilizará um ranking dos profissionais mais bem avaliados pelos consumidores, com o intuito de demonstrar a qualidade dos serviços prestados. Para isso a 1Job trabalha com colaboradores dedicados ao acompanhamento e suporte desde a contratação ao pós-venda, para que proporcionem melhorias no atendimento e em todo o processo de compra.

5.2. Mensuração da demanda

Este tópico busca mostrar as previsões de estimativas de demanda corrente e futura, *Market Share* e estimativa de gastos.

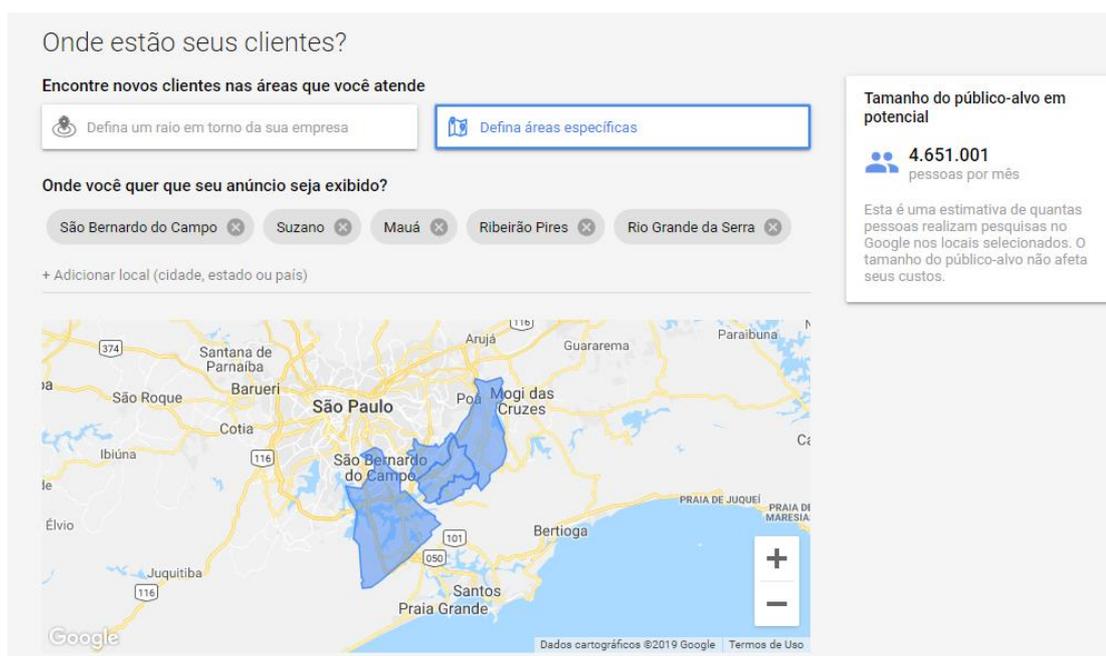
5.2.1. Demanda corrente e futura

A previsão de demanda é um fator determinante para o plano de negócios da 1Job, pois todas as bases na organização estão pautadas nela, como produção,

recursos humanos e finanças. É necessário mensurar quantos clientes a empresa vai atender e quanto isso representa em números, e em ações na organização.

Para o cálculo da demanda foi usada a ferramenta Google AdSense, um serviço de publicidade oferecido pela Google. Na imagem abaixo segue as regiões de alcance para os clientes: São Bernardo, Suzano, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra. Nesta estimativa serão alcançadas 4.651.001,00 de pessoas.

Figura 14 - Alcance de Cliente



Fonte: Os autores, 2019.

O desempenho esperado é de 787.173 - 1.312.084 impressões por mês. Além de ser previsto visualizações de 10.310 a 17.185 no mês. Com isso têm-se na média cliques 13.747 ao mês.

Segundo a ComputerWorld¹⁶, revista voltada para profissionais de tecnologia da informação, o crescimento do uso de serviços deve crescer 5% ao ano até 2021. Tendo essa informação como base, foi realizada a projeção de demanda dos próximos cinco anos da 1Job, seguindo a taxa anual de 5% de crescimento, que foi convertida para mensal com a fórmula $1 + ia = (1 + ip)^n$. As tabelas 09 e 10 demonstram a demanda de cliques na plataforma da 1Job.

¹⁶ Fonte: Computer World – <https://computerworld.com.br/2018/04/23/mercado-de-software-e-servicos-de-ti-deve-manter-crescimento-ate-2021-preve-estudo/> - Acesso em: 20/04/2019.

Tabela 9 - Demanda Futura (Jan a Dez)

Ano	1	2	3	4	5
Janeiro	13.747	18.273	24.289	32.285	42.915
Fevereiro	14.077	18.711	24.872	33.060	43.945
Março	14.415	19.161	25.469	33.854	44.999
Abril	14.761	19.620	26.080	34.666	46.079
Mai	15.115	20.091	26.706	35.498	47.185
Junho	15.478	20.573	27.347	36.350	48.318
Julho	15.849	21.067	28.003	37.223	49.477
Agosto	16.230	21.573	28.675	38.116	50.665
Setembro	16.619	22.091	29.363	39.031	51.881
Outubro	17.018	22.621	30.068	39.967	53.126
Novembro	17.426	23.164	30.790	40.927	54.401
Dezembro	17.845	23.720	31.529	41.909	55.706
Total	188.579	250.665	333.190	442.886	588.696

Fonte: os autores, 2019.

Com um investimento médio de R\$ 100,00 ao dia, inicialmente tem-se um retorno esperado de aproximadamente 13.747 visualizações no mês como demonstra a tabela acima.

As estimativas de taxa de conversão (transações executadas na plataforma) foram calculadas pela 1Job com o início estimado em 1% de taxa de conversão no primeiro trimestre alcançando a taxa de 30% em seu último semestre do quinto ano, conforme a demanda estimada que segue um aumento de 2,4%. Esta porcentagem é baseada no crescimento de mercado associado ao crescimento dos resultados em investimentos de marketing. A tabela 10 demonstra os resultados dos dados descritos:

Tabela 10 - Demanda futura

Transações/Mês					
Mês	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	137	2.193	3.643	6.457	10.729
Fevereiro	141	2.245	3.731	6.612	10.986
Março	144	2.299	3.820	6.771	11.250
Abril	295	2.354	3.912	6.933	11.520
Mai	453	2.411	4.006	7.100	11.796
Junho	619	2.469	4.102	7.270	12.079
Julho	792	2.949	4.761	8.189	14.843
Agosto	974	3.020	4.875	8.385	15.199
Setembro	1.163	3.093	4.992	8.587	15.564
Outubro	1.361	3.167	5.112	8.793	15.938
Novembro	1.568	3.243	5.234	9.004	16.320
Dezembro	1.784	3.321	5.360	9.220	16.712

Fonte: os autores, 2019.

5.2.2. Market Share

Como apontado no tópico 5.2.1, a demanda corrente (público que se pode alcançar) é de 787.173 - 1.312.084, o que gera uma média de 1.049.628 visualizações no mês. Tendo esse número como base e estimando um alcance de 13.747 usuários no início da operação, tem-se uma Market Share de 1,28%. Esses números são representativos apenas para as regiões citadas na figura 13 - Alcance de clientes.

5.3. Estimativas de gastos

A estimativa de gastos da 1Job será dividida em duas partes, a de investimentos que será no início da organização e a de gastos mensais com publicidade e propaganda. Essa estimativa de gastos foi extraída de sites como: Publicidade Popular¹⁷, Bertoni criação de sites e Tray Corp, pois são sites de referência para esse tipo de marketing digital.

¹⁷ Fonte: Publicidade Popular – “https://www.publicidadepopular.com.br/materiais-publicitarioshttps://bertonicriacaodesites.com.br/?gclid=Cj0KCQjwkIzIBRDzARIsABgXqV_wKHrWwVqdtSu_kiuw4hsEIFg_yu-CjhrSkQ7XMTQvxcwb9nF88QaAikcEALw_wcB” - Acesso em 14/04/2019.

Com as estimativas de investimentos iniciais, que são voltados para a campanha de lançamento, tem-se mídias sociais, vídeo institucional, produção de conteúdo, links patrocinados e outros, conforme mostra a tabela 11.

Tabela 11 - Estimativas de investimentos em Divulgação

Campanha de Lançamento	
Investimentos	Valor
Mídias sociais	R\$ 3.000,00
Vídeo institucional	R\$ 1.500,00
Produção de conteúdo	R\$ 500,00
Links patrocinados	R\$ 2.000,00
SEO planejamento	R\$2.000,00
E-mail marketing	R\$1.500,00
Curadoria de conteúdo	R\$1.500,00
Total	R\$ 12.000,00

Fonte: Os autores, 2019.

Como gastos mensais tem-se a criação de peças publicitárias. Isto é, todos os conceitos dessas peças, como capa para Facebook, e-mail, marketing, assinatura de e-mail, criação e apresentação da empresa, conforme tabela 12. Os objetivos serão elaborados pelo agente de marketing da 1Job, e passados para a empresa responsável pela criação dessas peças publicitárias.

Tabela 12 - Estimativas de Gastos mensais com Divulgação

Gasto Mensal (Mês 1)	
Serviços mensais	Valor
Material Digital	R\$ 1.680,00
Google Ads	R\$ 3.040,00
Total	R\$ 4.720,00

Fonte: Os autores, 2019.

Com a constante atualização desses recursos, a empresa pretende criar um vínculo entre a plataforma e seus usuários, para que esses sempre estejam atualizados com as novas informações. Atraindo novos usuários e fidelizando os que já estão em uso da plataforma.

5.4. Análise e diagnóstico da viabilidade mercadológica

Após a análise de todos os dados apresentados no capítulo de viabilidade mercadológica, estabelecendo os 4p's como base do negócio, atuando com promoções, peças publicitárias, gestão e posicionamento da marca, assim como a demanda, o *market share* e a estimativa de gastos, conclui-se que a 1Job possui estratégias mensuráveis e viáveis para a atuação no mercado.

6. VIABILIDADE DO CAPITAL HUMANO

6.1. Projeção de colaboradores

A projeção do número de colaboradores foi elaborada de acordo com a necessidade da 1Job, em busca do time ideal para atingir os objetivos organizacionais. Focado em atividades e cargos para construção do organograma, além das competências exigidas para as funções.

6.1.1. Atividades

A descrição das atividades foi baseada de acordo com as necessidades do negócio assim como suas principais funções:

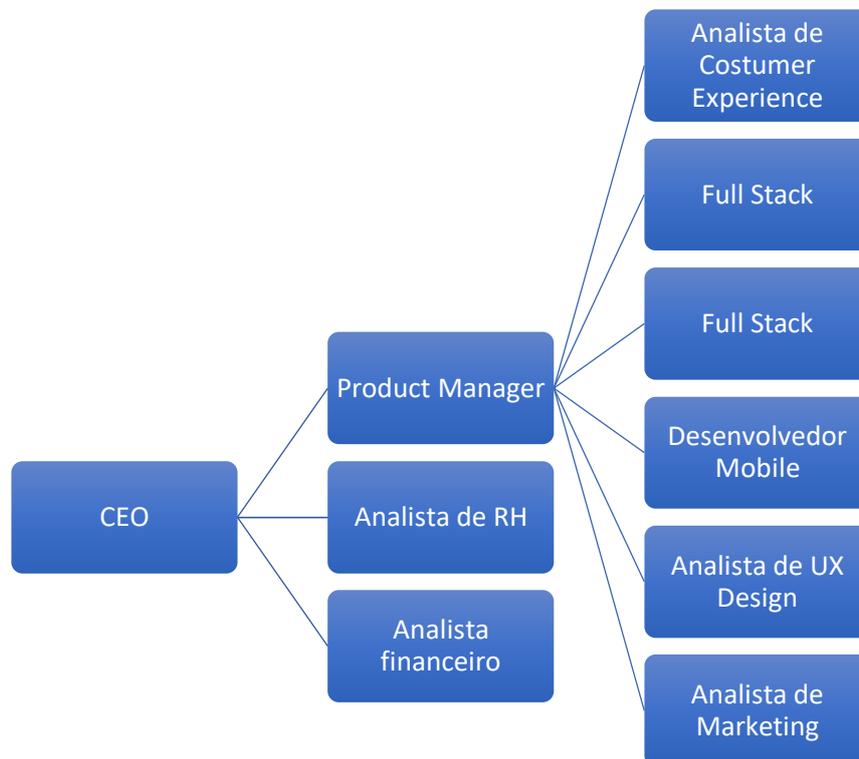
- CEO: Gerenciar toda a organização, articulando todos os departamentos e tomando as decisões e participando ativamente do planejamento estratégico.
- Analista de Recursos Humanos: Executa as atividades de recrutamento e seleção, administração de pessoal, remuneração e benefícios, treinamento e desenvolvimento.
- Analista Financeiro: Planeja toda a rotina financeira, acompanha recebimentos e pagamentos efetuados, analisa fluxo de caixa e elabora projeções de faturamento.
- Product Manager: Responsável pelo time que atuará diretamente no core do negócio. Realizará a gestão do projeto, alinhando os interesses do negócio às necessidades das áreas produto.
- Analista de Customer Experience: Responsável por garantir a melhor experiência ao cliente quando fizer contato com nossa empresa, analisa os chamados em aberto e garante que serão respondidos seguindo o padrão proposto pela empresa. Responsável também por acompanhar os indicadores da área e propondo soluções.
- Desenvolver Mobile: Irá programar, codificar e testar nas plataformas Android e iOS. Executar a manutenção dos sistemas, fazendo eventuais correções, atendendo às necessidades dos usuários.
- Full Stack: Irá manter a qualidade da plataforma, visando as melhores práticas em parceria com UX. Trabalhará junto com o gerente de produto com foco em otimizar os resultados de vendas.

- Analista UX Designer: Mapear as jornadas de experiência do usuário, realizando testes de usabilidade. Conduzirá reuniões com os *stakeholders* para garantir que as soluções estão alinhadas ao negócio.
- Analista de Marketing I: Terá como responsabilidade o planejamento de marketing, desdobramento das ações, elaboração de campanhas, contatos com parceiros e dará todo suporte para atração de novos clientes.

6.1.2. Organograma

Conforme a necessidade de cargos descrita, o organograma da 1Jobse encontra na Figura 15.

Figura 15 - Organograma



Fonte: Os autores, 2019

6.1.3. Headcount

Foi calculado levando em consideração as necessidades de pessoal da 1Job, conforme tabela 13:

Tabela 13 - Headcount

Headcount	
Cargo	Quantidade
CEO	1
Analista de Recursos Humanos I	1
Analista Financeiro I	1
Product Manager	1
Analista de Customer Experience	1
Full Stack	1
Analista de Marketing I	1
Total	7

Fonte: Os autores, 2019.

6.1.4. Competências

Cada cargo possui uma qualificação específica e competências essenciais para desenvolvimento das tarefas de cada profissional, conforme apresentado na tabela 14:

Tabela 14 - Competências

Cargo	Formação	Competências
CEO	Graduação em Administração de Empresas.	Planejamento estratégico, visão sistêmica, gestão de pessoas, conhecimento em metodologias ágeis.
Analista de Recursos Humanos I	Graduando em Administração de Empresas, Recursos Humanos ou Psicologia.	Forte capacidade analítica, proatividade, empreendedorismo, Excel intermediário.
Analista Financeiro I	Graduação em Administração, Ciências Contábeis.	Forte capacidade analítica, proatividade, empreendedorismo, Excel intermediário.

Product Manager	Graduação em Administração de Empresas.	Conhecimento e curiosidade sobre tecnologia, inovação e mobile. Perfil questionador, analítico e com foco em resultados. Conhecimento em elaboração de business plan e modelagem de negócio.
Analista de Customer Experience	Graduandos dos mais diversos cursos.	Obsessão pelo cliente, adaptabilidade, empatia, facilidade em comunicação, dinamismo.
Full Stack	Graduação em Sistemas da Computação, Ciência da Computação ou área correlata.	Conhecimento em Photoshop, My SQL e estrutura de banco de dados. Perfil analítico, com foco no resultado.
Analista de Marketing I	Graduação em Administração, Marketing, Publicidade e Propaganda.	Adaptabilidade, empatia, tenacidade comercial, comunicação, dinamismo, criatividade e iniciativa.

Fonte: Os autores,2019

6.2. Plano de gestão de pessoas

O plano de gestão de pessoas é necessário para que todos os colaboradores estejam alinhados com a cultura, além de terem conhecimento sobre o negócio. Os subsistemas de RH serão de fácil acesso aos colaboradores, pois a 1Job busca ser uma empresa justa e transparente.

6.2.1. Recrutamento e Seleção

A área de recrutamento e seleção é responsável por colocar o colaborador certo na posição certa, em busca de um ambiente mais eficiente. Para o corporativo, inicialmente, o recrutamento será externo para busca de profissionais no mercado. As vagas, principalmente voltadas para tecnologia, serão divulgadas em plataformas específicas para esse público como Geek Hunter. As demais serão divulgadas através do Vagas.com e LinkedIn.

O mapeamento deve ser realizado e apresentado no mínimo 3 candidatos potenciais por vaga para a entrevista presencial, com o gestor demandante e o Analista de RH. Testes técnicos podem ser criados e propostos aos avaliados, juntamente com teste de cultura da 1Job.

Na abordagem telefônica, deve ser feita a validação das informações do currículo do candidato e a solicitação da realização dos testes para a entrevista presencial. Na entrevista presencial experiências anteriores devem ser revisitadas, além de perguntas que reforcem a cultura e o técnico esperado para a posição. Após a entrevista, tanto o RH quanto o gestor da posição, devem trocar suas percepções sobre os candidatos e seguir com aquele que mais se encaixa com o alinhado no início do processo.

O gestor da posição deverá entrar em contato com o candidato escolhido e convidá-lo para fazer parte do time 1Job. A analista de RH encaminhará a carta proposta e seguirá com os procedimentos admissionais. A 1Job se preocupa com a integração dos colaboradores e pretende passar a todos os novos colaboradores no início da sua jornada uma visão do negócio, além de alinhar a missão e visão organizacional para que todos vistam e se sintam parte da empresa.

6.2.2. Remuneração

A remuneração constitui a quantia que o colaborador receberá pelo serviço prestado à 1Job, com a inclusão de benefícios como vale transporte e vale refeição. Os colaboradores de TI e o Advogado da 1Job serão contratados na forma de PJ (Pessoa Jurídica). Os valores têm como base salários iniciais para o que cada formação exige como salário inicial.

Assim, com base na média salarial apresentada pela Catho, e pelo Conselho Federal de Administração (CFA), a tabela 15 demonstra os salários para os cargos da 1Job.

Tabela 15 - Salários a pagar

Cargo	Salário
CEO	R\$ 5.000,00
Analista de Recursos Humanos I	R\$ 2.800,00
Analista Financeiro I	R\$ 3.000,00
Product Manager	R\$ 4.000,00
Analista de Customer Experience	R\$ 1.600,00
Full Stack	R\$ 4.500,00
Analista de Marketing I	R\$ 2.900,00
Total	R\$ 23.800,00

Fonte: Os autores, 2019.

A tabela 16 mostra a projeção total de custos de remuneração e benefícios dos colaboradores CLT:

Tabela 16 - Custos de Remuneração e Benefícios (Mensal)

Funcionário	Salário	Vale Transporte	Vale Refeição	13% Salário Trib. 8,3%	Férias Trib. 8,3%	1/3 das Férias	FGTS Trib. 8%	Provisão FGTS (13 e Férias) Trib. 1,6%	INSS Trib. 20%	Provisão INSS (13 e Férias) Trib. 4%	Custo do Funcionário
CEO	R\$ 5.000,00	-	R\$ 450,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 1.257,58	R\$ 400,00	R\$ 78,00	R\$ 1.000,00	R\$ 200,00	R\$ 9.215,58
Analista de Recursos Humanos I	R\$ 2.800,00	-	R\$ 450,00	R\$ 232,40	R\$ 232,40	R\$ 704,24	R\$ 224,00	R\$ 43,68	R\$ 560,00	R\$ 112,00	R\$ 5.358,72
Analista Financeiro I	R\$ 3.000,00	-	R\$ 450,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 754,55	R\$ 240,00	R\$ 46,80	R\$ 600,00	R\$ 120,00	R\$ 5.709,35
Product Manager	R\$ 4.000,00	-	R\$ 450,00	R\$ 332,00	R\$ 332,00	R\$ 1.006,06	R\$ 320,00	R\$ 62,40	R\$ 800,00	R\$ 160,00	R\$ 7.462,46
Analista de Customer Experience	R\$ 1.600,00	-	R\$ 450,00	R\$ 132,80	R\$ 132,80	R\$ 402,42	R\$ 128,00	R\$ 24,96	R\$ 320,00	R\$ 64,00	R\$ 3.254,98
Analista de Marketing I	R\$ 2.900,00	-	R\$ 450,00	R\$ 240,70	R\$ 240,70	R\$ 729,39	R\$ 232,00	R\$ 45,24	R\$ 580,00	R\$ 116,00	R\$ 5.534,03
Desenvolvedor Full Stack	R\$ 4.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 4.500,00
Desenvolvedor Full Stack	R\$ 4.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 4.500,00
Analista UX Designer	R\$ 5.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 5.000,00
Desenvolvedor Mobile	R\$ 4.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 4.500,00
Total	R\$ 37.800,00	R\$ 0,00	R\$ 2.700,00	R\$ 1.601,90	R\$ 1.601,90	R\$ 4.854,24	R\$ 1.544,00	R\$ 301,08	R\$ 3.860,00	R\$ 772,00	R\$ 55.035,12

Fonte: Os autores, 2019.

A tabela 17 demonstra a remuneração líquida de cada funcionário:

Tabela 17 - Remuneração Líquida do Funcionário (Mensal)

Funcionário	Salário	Vale Transporte	Vale Refeição	% IRRF	% INSS	Desconto	Salário Líquido
			2%				
CEO	R\$ 5.000,00	-	R\$ 100,00	R\$ 1.375,00	R\$ 937,00	R\$ 2.412,00	R\$ 2.588,00
Analista de Recursos Humanos I	R\$ 2.800,00	-	R\$ 56,00	R\$ 210,00	R\$ 252,00	R\$ 518,00	R\$ 2.282,00
Analista Financeiro I	R\$ 3.000,00	-	R\$ 60,00	R\$ 450,00	R\$ 600,00	R\$ 1.110,00	R\$ 1.890,00
Product Manager	R\$ 4.000,00	-	R\$ 80,00	R\$ 1.100,00	R\$ 937,00	R\$ 2.117,00	R\$ 1.883,00
Analista de Customer Experience	R\$ 1.600,00	-	R\$ 32,00	-	R\$ 128,00	R\$ 160,00	R\$ 1.440,00
Analista de Marketing I	R\$ 2.900,00	-	R\$ 58,00	R\$ 435,00	R\$ 261,00	R\$ 754,00	R\$ 2.146,00
Total	R\$ 19.300,00	R\$ -	R\$ 386,00	R\$ 3.570,00	R\$ 3.115,00	R\$ 7.071,00	R\$ 12.229,00

Fonte: Os autores, 2019.

6.2.3. *Treinamento e Desenvolvimento*

Segundo Chiavenato (Chiavenato, 2014, p. 310), o treinamento é considerado um meio de desenvolver competências, para que assim, as pessoas se tornem mais produtivas e agreguem valor a organização. Atualmente o treinamento está relacionado com o conhecimento, recurso considerado fundamental para alcançar produtividade na empresa, e para que o conhecimento se transforme em produtividade, ele deve promover resultados de melhorias para a empresa.

Seguindo esse conceito após o processo de recrutamento e seleção, os colaboradores passarão por um processo de treinamento interno. Esse processo tem como objetivo inserir e integrar os colaboradores na empresa, sendo dividido em três fases:

Na primeira fase, o Analista de RH apresentará a empresa, sua missão, visão e valores para todos os colaboradores, direcionando todos os setores no alcance dos objetivos da empresa;

Na segunda fase, o gestor de cada área irá disponibilizar informações para sua equipe referente as políticas da empresa e sobre o funcionamento das operações de acordo com seu respectivo setor, esclarecendo as dúvidas referente aos serviços que a empresa irá desenvolver;

Na terceira e última fase, o Supervisor de RH irá desenvolver e enviar questionários online para avaliação do treinamento. Verificando ao final, a compreensão do treinamento para promover melhorias conforme necessidade.

Alguns treinamentos serão realizados online como: ética empresarial e atendimento ao cliente.

A tabela 18 apresenta o investimento com o treinamento:

Tabela 18 - Investimento em treinamento

Cursos	Valores	Treinamento
Ética empresarial	Gratuito	FGV EAD
Relacionamento com o cliente	Gratuito	Sebrae EAD

Fontes: FGV – “<http://www5.fgv.br/fgvonline/Cursos/Gratuitos>” - Acesso em 13/04/2019
SEBRAE– “<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ead/buscaead?q=customer>” - Acesso em: 13/04/2019

Todo o processo de treinamento e desenvolvimento será direcionado e elaborado pelo Supervisor de RH. Embora o treinamento e desenvolvimento possuam métodos semelhantes para a aprendizagem, possuem objetivos diferentes. O treinamento visa o desempenho imediato da atividade e o desenvolvimento foca em cargos a serem ocupados futuramente.

Para acompanhar o desenvolvimento dos colaboradores, a empresa realizará trimestralmente feedbacks e avaliações de desempenho para identificar os pontos positivos e de melhoria, a fim de alinhar os objetivos e propor metas para alavancar a carreira dos mesmos. Assim, quando necessário, os colaboradores podem ser instruídos a realizar cursos complementares, seminário, workshops, palestras e oficinas, etc. O investimento estimado para a área de desenvolvimento será de R\$10.000,00 anualmente. Porém poderá ser analisado conforme a necessidade e o valor agregado à empresa.

6.2.4. Segurança do Trabalho

Com intuito de promover prevenção de patologias, acidentes de trabalho e proporcionar conforto ao colaborador, a empresa seguirá as diretrizes da norma de Segurança do Trabalho (Norma Regulamentadora - NR 17), que ressalta a importância da adaptação das condições do trabalho com os seus colaboradores.

Os profissionais utilizarão o espaço de coworking e, portanto, serão disponibilizados alguns materiais importantes para proporcionar maior conforto aos colaboradores, como *mousepad*, apoio para notebook e apoio para os pés. Esses materiais serão ferramentas fundamentais para auxiliar na prevenção de problemas de saúde.

Além disso, trimestralmente os mesmos participarão de atividades de ginástica laboral realizada por uma empresa contratada, com intuito de reduzir o nível de estresse e auxiliar na produtividade dos colaboradores, por exemplo. O investimento anual aproximado será de R\$800,00. Todo processo será acompanhado e verificado periodicamente pela equipe de RH.

Para que a ergonomia seja executada de forma adequada, os colaboradores seguirão as instruções da norma NR-17¹⁸.

6.3. Estimativa de gastos

Os gastos com a projeção de funcionários serão: salário bruto, vale refeição, INSS, FGTS, 13º salário e férias, gerando um total de R\$ R\$ 103.881,46.

6.4. Análise e diagnóstico da viabilidade do capital humano

A 1Job acredita que o capital humano é a chave do sucesso organizacional, pois é através delas que o sucesso é atingido. Por esse motivo a empresa preza por profissionais qualificados e que estejam de acordo com os valores da empresa, devendo conhecer a política organizacional, cumprindo a missão da empresa, gerando assim a satisfação dos clientes.

¹⁸ Fontes: Guia Trabalhista - "http://www.guiatrabalhista.com.br/legislacao/nr/nr17_anexo1.htm" -

Acesso em: 17.04.2019

Intratet –

"http://intranet.df.sebrae.com.br/download/OportunidadesFeiraEmpreendedor2009/15_Sa%C3%BAde_Laboral_2009.pdf" – Acesso em: 17.04.2019

7. VIABILIDADE FINANCEIRA

7.1. Plano financeiro

A viabilidade financeira da 1Job será elaborada de acordo com as demonstrações do resultado do exercício e fluxo de caixa, mensuração de investimentos, entre outros. Os indicadores financeiros serão avaliados em um período de 5 anos verificando a viabilidade do negócio.

7.1.1. Pressupostos da Análise Financeira

Através da análise de viabilidade financeira é possível verificar a disponibilidade de recursos e a saúde operacional-financeira da empresa.

O cálculo de investimento total foi projetado de acordo com os investimentos pré-operacionais. Os resultados projetados para os próximos 5 anos seguem a demanda estimada pelas estratégias de marketing. Os custos englobam as estimativas de capital humano, mercadológica e operacional.

Para contemplar todos esses pontos, foram desenvolvidos os seguintes relatórios para análise financeira: DFC – Demonstrativo do Fluxo de Caixa, onde foram extraídos os indicadores de *Payback*, TIR, VPL e Ponto de Equilíbrio além da DRE – Demonstração do Resultado do Exercício.

7.1.2. Cálculo do Investimento Total

O Investimento Total da 1Job é ramificado em investimentos pré-operacionais e campanha de lançamento. A Tabela 19 demonstra tais investimentos cotados anteriormente nos capítulos referentes à viabilidade mercadológica (Capítulo 5) e operacional (Capítulo 4). A soma totaliza R\$ R\$ 129.516,16.

O valor estimado para o pré-operacionais sumariza os principais bens e serviços que deverão ser adquiridos para o início das atividades da 1Job.

Tabela 19 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Desenvolvimento da plataforma	R\$ 93.312,00
Aquisição de ativos fixos	R\$ 23.195,60
Aquisições de serviços	R\$ 1.008,56
Campanha de Lançamento	R\$ 12.000,00
Total	R\$ 129.516,16

Fonte: Os autores, 2019.

7.1.3. Estimativa do Faturamento Anual

Para cálculo do faturamento anual, é necessário levar em consideração as informações da demanda corrente e futura, além da porcentagem de crescimento mês a mês da 1Job e o valor médio dos serviços ofertados.

A demanda mensal em quantidade e em reais no período de 5 anos estão representadas nas tabelas 20 e 21:

Tabela 20 - Demanda mensal em quantidade (Período de 5 anos)

Transações/Mês					
Mês	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	137	2.193	3.643	6.457	10.729
Fevereiro	141	2.245	3.731	6.612	10.986
Março	144	2.299	3.820	6.771	11.250
Abril	295	2.354	3.912	6.933	11.520
Mai	453	2.411	4.006	7.100	11.796
Junho	619	2.469	4.102	7.270	12.079
Julho	792	2.949	4.761	8.189	14.843
Agosto	974	3.020	4.875	8.385	15.199
Setembro	1.163	3.093	4.992	8.587	15.564
Outubro	1.361	3.167	5.112	8.793	15.938
Novembro	1.568	3.243	5.234	9.004	16.320
Dezembro	1.784	3.321	5.360	9.220	16.712
Total	9.434	32.764	53.547	93.321	162.937

Fonte: Os autores, 2019.

Tabela 21 - Faturamento mensal em reais (Período de 5 anos)

Estimativa de Faturamento					
Mês	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	R\$ 7.165,62	R\$ 114.296,97	R\$ 189.908,42	R\$ 336.575,45	R\$ 559.231,89
Fevereiro	R\$ 7.337,60	R\$ 117.040,10	R\$ 194.466,22	R\$ 344.653,26	R\$ 572.653,45
Março	R\$ 7.513,70	R\$ 119.849,06	R\$ 199.133,41	R\$ 352.924,94	R\$ 586.397,14
Abril	R\$ 15.388,06	R\$ 122.725,44	R\$ 203.912,61	R\$ 361.395,14	R\$ 600.470,67
Mai	R\$ 23.636,06	R\$ 125.670,85	R\$ 208.806,52	R\$ 370.068,62	R\$ 614.881,96
Junho	R\$ 32.271,10	R\$ 128.686,95	R\$ 213.817,87	R\$ 378.950,27	R\$ 629.639,13
Julho	R\$ 41.307,01	R\$ 153.738,01	R\$ 248.142,77	R\$ 426.849,58	R\$ 773.700,56
Agosto	R\$ 50.758,05	R\$ 157.427,72	R\$ 254.098,19	R\$ 437.093,97	R\$ 792.269,38
Setembro	R\$ 60.638,95	R\$ 161.205,99	R\$ 260.196,55	R\$ 447.584,23	R\$ 811.283,84
Outubro	R\$ 70.964,90	R\$ 165.074,93	R\$ 266.441,27	R\$ 458.326,25	R\$ 830.754,66
Novembro	R\$ 81.751,57	R\$ 169.036,73	R\$ 272.835,86	R\$ 469.326,08	R\$ 850.692,77
Dezembro	R\$ 93.015,11	R\$ 173.093,61	R\$ 279.383,92	R\$ 480.589,90	R\$ 871.109,39
Total	R\$ 491.747,74	R\$ 1.707.846,37	R\$ 2.791.143,61	R\$ 4.864.337,69	R\$ 8.493.084,85

Fonte: Os autores, 2019.

7.1.4. Estimativa dos Custos

Discriminados os custos inerentes para o funcionamento da 1Job conforme descrito no capítulo 4 (Plano Operacional), retomados aqui, resumindo os investimentos descritos na tabela 4 referente aos gastos operacionais excetuando os pré-operacionais já descritos na tabela 19, teremos os custos relacionados a serviços adquiridos estimados para os cinco anos:

Tabela 22 - Despesas Operacionais

Serviços	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Aplicações para escritório	R\$ 1.155,00				
Disponibilização do Aplicativo via Lojas Virtuais	R\$ 5.728,80				
Escritório	R\$ 4.499,00				
Hospedagem e domínio do Site	R\$ 719,88				
Total	R\$ 12.102,68				

Fonte: Os autores, 2019.

Os custos com mão de obra direta foram calculados utilizando a estimativa de gastos com os cargos diretamente ligados à atividade da empresa. A tabela 23 representa os custos anuais da 1Job:

Tabela 23 - Custo com mão de obra direta

Função	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Desenvolvedor Full Stack	R\$ 45.600,00				
Desenvolvedor Full Stack	R\$ 45.600,00				
Analista UX Designer	R\$ 45.600,00				
Desenvolvedor Mobile	R\$ 45.600,00				
Total	R\$ 182.400,00				

Fonte: Os autores, 2019.

As despesas com mão de obra indireta consideram a despesa de capital humano não vinculado diretamente à atividade principal da 1Job e são demonstradas na tabela 24:

Tabela 24 - Despesas com mão de obra indireta

Função	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
CEO	R\$ 110.586,90				
Analista de Recursos Humanos I	R\$ 64.304,67				
Analista Financeiro I	R\$ 68.512,15				
Product Manager	R\$ 89.549,53				
Analista de Customer Experience	R\$ 39.059,81				
Analista de Marketing I	R\$ 66.408,41				
Total	R\$ 438.421,47				

Fonte: Os autores, 2019.

As despesas comerciais englobam as despesas com material digital e Google Ads com uma taxa de crescimento de 2% ao mês. O detalhamento mensal das despesas comerciais se encontra no apêndice A, já o anual está localizado na Tabela 25:

Tabela 25 - Despesas Comerciais

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Material de Digital	R\$ 22.532,31	R\$ 28.576,42	R\$ 36.241,81	R\$ 45.963,38	R\$ 58.292,67
Google Ads	R\$ 40.772,75	R\$ 51.709,71	R\$ 65.580,41	R\$ 83.171,82	R\$ 105.481,98
Total	R\$ 63.305,06	R\$ 80.286,13	R\$ 101.822,22	R\$ 129.135,20	R\$ 163.774,66

Fonte: Os autores, 2019.

O detalhamento das depreciações é demonstrado na tabela 26:

Tabela 26 - Depreciações

Depreciação Ativos fixos		
Equipamentos de processamento de dados	Valor	Depreciação Anual
Notebook Dell Inspiron	R\$ 21.890,00	R\$ 4.378,00
Utensílios		
Apoio de Punhos	R\$ 229,00	R\$ 22,90
Apoio Ergonômico	R\$ 327,80	R\$ 32,78
Mouse Ótico USB	R\$ 56,90	R\$ 5,69
Papelaria - Diversos	R\$ 350,00	R\$ 35,00
Suporte Ergonômico Regulável para Notebook	R\$ 191,90	R\$ 19,19
	R\$ 23.045,60	R\$ 4.493,56

Fonte: Os autores, 2019.

O enquadramento tributário da 1Job nos 4 primeiros anos será o Simples Nacional, e nos anos seguintes pelo Lucro Presumido. Foram considerados os impostos conforme as novas regras tributárias de 2019, conforme apêndice B. O detalhamento dos impostos está localizado na tabela 27:

Tabela 27 – Impostos

Simples Nacional					
Ano	Alíquota	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Faturamento	33%	R\$ 491.747,74	R\$ 1.707.846,37	R\$ 2.791.143,61	R\$ 4.864.337,69
Tributação		R\$ 162.276,75	R\$ 563.589,30	R\$ 921.077,39	R\$ 1.605.231,44

Lucro Presumido				
	Ano 5	Base Tributável	PIS	COFINS
Faturamento	R\$ 8.493.084,85	32%	0,65%	3%
		R\$ 2.717.787,15	R\$ 17.665,62	R\$ 81.533,61
Tributação Total	R\$ 830.283,97	IRPJ	CSLL	ISS
		15%	9%	2,9%
		R\$ 407.668,07	R\$ 244.600,84	R\$ 78.815,83

Fonte: Os autores, 2019.

7.1.5. Demonstrativo do Resultado do Exercício

Demonstração do Resultado do Exercício – DRE é um dos principais demonstrativos financeiros que detalha e apresenta o resultado das atividades da organização. Maiores informações mensais sobre a DRE podem ser encontradas no apêndice D, o estimado anual no período de 5 anos está localizado na tabela 28:

Tabela 27 - DRE (Período de 5 anos)

ORÇAMENTO DE DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO					
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta de Serviços	R\$ 491.747,74	R\$ 1.707.846,37	R\$ 2.791.143,61	R\$ 4.864.337,69	R\$ 8.493.084,85
(-) Tributação sobre Faturamento	R\$ 162.276,75	R\$ 563.589,30	R\$ 921.077,39	R\$ 1.605.231,44	R\$ 2.717.787,15
Receita Operacional Líquida	R\$ 329.470,98	R\$ 1.144.257,07	R\$ 1.870.066,22	R\$ 3.259.106,25	R\$ 5.775.297,70
(-) Despesas operacionais	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68
Margem de contribuição	R\$ 317.368,30	R\$ 1.132.154,39	R\$ 1.857.963,54	R\$ 3.247.003,57	R\$ 5.763.195,02
(-) Despesas com mão de obra	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47
(-) Despesas comerciais	R\$ 63.305,06	R\$ 80.286,13	R\$ 101.822,22	R\$ 129.135,20	R\$ 163.774,66
(-) Depreciação	R\$ 4.493,56	R\$ 4.493,56	R\$ 4.493,56	R\$ 4.493,56	R\$ 4.493,56
Resultado Operacional	-R\$ 371.251,79	R\$ 426.553,23	R\$ 1.130.826,29	R\$ 2.492.553,35	R\$ 4.974.105,33
Resultado do Exercício	-R\$ 371.251,79	R\$ 426.553,23	R\$ 1.130.826,29	R\$ 2.492.553,35	R\$ 4.974.105,33

Fonte: Os autores, 2019.

7.1.6. Estimativa do Fluxo de Caixa

Demonstrativo do Fluxo de Caixa - DFC detalha e apresenta as movimentações de caixa: entradas e saídas de valores monetários e permite identificar a necessidade de capital de giro. Maiores informações mensais sobre o DFC podem ser encontradas no apêndice C e o estimado anual no período de 5 anos está localizado na tabela 29:

Tabela 28 - Demonstrativo de fluxo de caixa

	Pré Operacional	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ENTRADAS						
Previsão de Faturamento		R\$ 491.747,74	R\$ 1.707.846,37	R\$ 2.791.143,61	R\$ 4.864.337,69	R\$ 8.493.084,85
Investimento	R\$ 129.516,16					
TOTAL DAS ENTRADAS	R\$ 129.516,16	R\$ 491.747,74	R\$ 1.707.846,37	R\$ 2.791.143,61	R\$ 4.864.337,69	R\$ 8.493.084,85
SAÍDAS						
Despesas operacionais	R\$ 117.516,16	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68	R\$ 12.102,68
Despesas MO		R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47	R\$ 620.821,47
Despesas comerciais	R\$ 12.000,00	R\$ 63.305,06	R\$ 80.286,13	R\$ 101.822,22	R\$ 129.135,20	R\$ 163.774,66
Tributação		R\$ 162.276,75	R\$ 563.589,30	R\$ 921.077,39	R\$ 1.605.231,44	R\$ 830.283,97
TOTAL DAS SAÍDAS	R\$ 129.516,16	R\$ 858.505,97	R\$ 1.276.799,58	R\$ 1.655.823,76	R\$ 2.367.290,78	R\$ 1.626.982,78
(ENTRADAS - SAÍDAS)	R\$ 0,00	-R\$ 366.758,23	R\$ 431.046,79	R\$ 1.135.319,85	R\$ 2.497.046,91	R\$ 6.866.102,07
SALDO ANTERIOR		-R\$ 370.465,95	R\$ 8.502,49	R\$ 1.074.604,34	R\$ 3.439.375,30	R\$ 9.844.734,13
SALDO FINAL	R\$ 0,00	-R\$ 366.758,23	R\$ 64.288,56	R\$ 1.199.608,41	R\$ 3.696.655,31	R\$ 10.562.757,38

Fonte: Os autores, 2019.

7.1.7. Cálculo e Análise dos Indicadores de Viabilidade Financeira

Levando em consideração todos os dados estimados e apresentados e dos demonstrativos financeiros elaborados, é possível realizar o cálculo de indicadores de viabilidade para a empresa. Os indicadores da 1Job estão apresentados na tabela 30:

Tabela 29 - Indicadores Financeiros

VPL	R\$ 6.331.373,37
TIR	153%
Taxa de Lucratividade	49,88
Payback	1 e 10 meses

Fonte: Os autores, 2019.

VPL é o Valor Presente Líquido que representa o valor atual da 1Job após o período de 5 anos. Já a TIR é Taxa Interna de Retorno e representa a taxa de retorno sobre o investimento realizado pela empresa. Por fim, o Payback permite verificar que

o tempo de retorno do investimento total do negócio é de 1 ano e 10 meses considerando taxa mínima de atratividade de 20%, acima da média de inflação do país e investimentos bancários de renda fixa.

Tabela 30 - Payback Descontado da 1Job (Período de 5 anos)

Fluxo de Caixa	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Janeiro	-R\$ 43.885,59	-R\$ 533.055,47	R\$ 276.352,88	R\$ 3.527.777,35	R\$ 12.369.955,47
Fevereiro	-R\$ 87.753,83	-R\$ 503.160,89	R\$ 423.395,89	R\$ 3.963.599,03	R\$ 13.720.133,06
Março	-R\$ 131.603,99	-R\$ 470.577,59	R\$ 576.699,65	R\$ 4.413.259,06	R\$ 15.106.649,57
Abril	-R\$ 171.139,47	-R\$ 435.240,29	R\$ 736.415,75	R\$ 4.877.091,61	R\$ 16.530.380,11
Mai	-R\$ 206.153,31	-R\$ 397.082,14	R\$ 902.699,40	R\$ 5.355.438,89	R\$ 17.992.220,85
Junho	-R\$ 236.431,06	-R\$ 356.034,67	R\$ 1.075.709,58	R\$ 5.848.651,37	R\$ 19.493.089,55
Julho	-R\$ 261.750,62	-R\$ 289.546,60	R\$ 1.296.810,83	R\$ 6.424.392,53	R\$ 21.381.865,62
Agosto	-R\$ 281.881,93	-R\$ 219.487,68	R\$ 1.525.957,02	R\$ 7.017.340,70	R\$ 23.319.922,48
Setembro	-R\$ 296.586,78	-R\$ 145.771,39	R\$ 1.763.342,70	R\$ 7.627.911,10	R\$ 25.308.446,15
Outubro	-R\$ 305.618,47	-R\$ 68.309,11	R\$ 2.009.167,06	R\$ 8.256.528,95	R\$ 27.348.651,20
Novembro	-R\$ 308.721,62	R\$ 12.989,91	R\$ 2.263.634,14	R\$ 8.903.629,72	R\$ 29.441.781,40
Dezembro	-R\$ 305.631,86	R\$ 98.218,64	R\$ 2.526.952,89	R\$ 9.569.659,39	R\$ 31.589.110,45

O Ponto de Equilíbrio representa a quantidade mínima de transações/mês para que a receita se iguale aos custos fixos e variáveis. O ponto de equilíbrio da 1Job é alcançado quando atinge 1102 transações, considerando o ticket médio de R\$52,13 por transação executada.

7.2. Análise e diagnóstico da viabilidade financeira

Decisões estratégicas referentes aos custos fixos da operação (descritos na tabela 22) procuram otimizar estas despesas com a utilização de um espaço de *coworking* em substituição ao aluguel de espaços próprios, e a utilização de contratações no regime PJ (pessoa jurídica) proporciona a flexibilidade e agilidade necessária para o negócio se adaptar os seus custos com as demandas do mercado.

Desta forma, a 1Job apresenta investimento total de R\$ 129.516,16, para suas atividades pré-operacionais. Já o faturamento mensal é baseado nas estimativas de demanda corrente e futura considerando o aumento da utilização da plataforma conforme os constantes investimentos em marketing gerem maiores taxas de conversão.

Observando as estimativas de receitas/custos e da elaboração dos demonstrativos de resultado, encontramos a TIR com 153%, VPL positivo e retorno

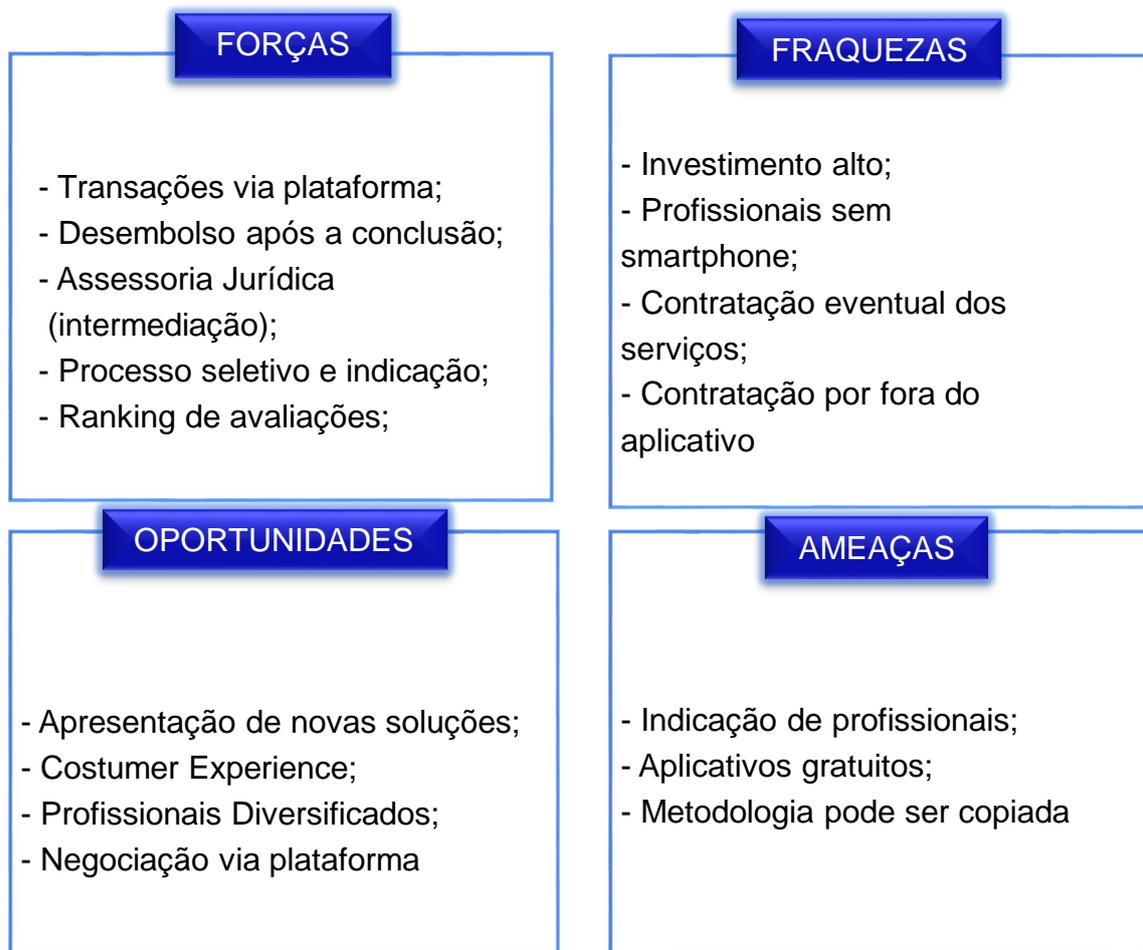
do investimento em menos de 2 anos. Assim, diante dos dados apresentados, é possível concluir que a 1Job é financeiramente viável.

8. VIABILIDADE DO NEGÓCIO

8.1. Análise SWOT

A análise SWOT (FOFA em português) é uma ferramenta de gestão, utilizada pelas empresas como parte do planejamento estratégico, visando a identificação das Forças (*Strengths*) e Fraquezas (*Weaknesses*), que são classificadas em ambiente interno e Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*), classificadas como ambiente externo. A figura 16 apresenta a Análise SWOT da 1Job:

Figura 16 - Análise SWOT



Fonte: Os autores, 2019.

8.1.1. Forças

Negociação via plataforma: Visando proporcionar maior segurança e praticidade, a plataforma da 1Job irá processar os pagamentos, utilizando uma empresa contratada;

Desembolso do contratante e recebimento do prestador após a conclusão do serviço prestado: Para assegurar ambas as partes, a 1Job acompanha todo o processo de compra, desde a procura do serviço até a sua conclusão e pagamento. Assim, conforme acordado entre as duas partes via contrato, o pagamento efetuado pelo contratante fica sob posse da 1Job, até a mesma garantir que o serviço foi efetuado de maneira satisfatória pelo prestador, e apenas depois de um retorno do contratante, o pagamento é efetuado.

Assessoria Jurídica: Intermediando as relações entre a empresa e seus clientes, a assessoria jurídica desenvolverá os contratos para os usuários e fornecerá suporte para o atendimento dos eventuais problemas que podem ocorrer durante a prestação dos serviços;

Processo seletivo e indicação: O processo seletivo dos prestadores de serviços e as indicações registradas na plataforma pelos clientes que já contrataram o serviço são fundamentais para assegurar e proporcionar confiabilidade aos próximos contratantes;

Ranking de Avaliações: O ranking de avaliações permitirá a divulgação dos melhores prestadores de serviços, pois ficarão disponíveis em seus perfis, proporcionando maior confiabilidade e segurança na hora da decisão de compra por parte do contratante.

8.1.2. Fraquezas

Alto investimento: Através da análise de investimento, é possível verificar que a empresa depende de um capital inicial alto para pagar seus custos fixos, valor referente à principal fonte que é a mão de obra especializada e os insumos necessários para o desenvolvimento e crescimento da 1Job;

Ausência de Smartphone: A principal ferramenta de acesso à plataforma será o smartphone, podendo ser uma fraqueza para a empresa em caso de o cliente não possuir um desses aparelhos;

Demanda eventual dos serviços: Alguns serviços oferecidos na plataforma serão realizados com baixa frequência devido a sua durabilidade, como por exemplo a troca de fiação de uma residência ou a instalação de sancas (modelagem no forro de gesso para uma iluminação diferenciada) de gesso no teto de ambientes internos;

Contratação fora do aplicativo: As pessoas podem conhecer o prestador de serviços via plataforma, e contrata-lo diretamente com o prestador de serviços.

8.1.3 Oportunidades

Apresentação de novas soluções: Se diferenciar do mercado ao oferecer uma plataforma de serviços que realiza uma pré-seleção de todos os profissionais presentes nela, oferecendo confiabilidade ao cliente na hora da contratação;

Customer Experience: Inovar no mercado ao oferecer suporte ao cliente durante todo o processo de compra, até obter a garantia de completa satisfação do serviço que foi realizado, e em caso de algum imprevisto, atuar de forma rápida e eficiente para minimizar ao máximo possível ou reverter a situação. Proporcionar respostas rápidas e informações relevantes visando oferecer ao final da compra a melhor experiência ao cliente;

Profissionais Diversificados: Dar a opção ao contratante de obter indicação pela 1Job de três profissionais que melhor se adequam ao perfil desejado, reduzindo o tempo de procura e favorecendo a economia local, direcionando os profissionais mais qualificados e próximos para o atendimento;

Negociação via plataforma: A negociação na plataforma contribuirá para o registro das informações, colaborando para auxiliar nos eventuais problemas e assegurando de futuras perdas;

8.1.4 Ameaças

Contratação do serviço fora da plataforma: Uma das ameaças ao negócio é a busca do serviço na plataforma da 1Job, contudo os prestadores de serviços podem fechar a contratação fora dela, o que resultaria na perda de receita para a empresa;

Indicação de profissionais: A indicação boca a boca de profissionais é uma ameaça para a 1Job pois segundo Merlo (2014, p.23) tem uma grande relevância para o contratante já que se trata de confiabilidade, e é característico da cultura brasileira possuir aversão a incerteza;

Metodologia pode ser copiada: As ferramentas da 1Job poderão ser copiadas pelos concorrentes, dado que a complexidade do negócio é baixa.

8.2. Plano de ação

A ferramenta 5W2H tem por objetivo auxiliar no planejamento, desenvolvimento e implementação das atividades da empresa, respondendo questões como: O que, quem, quando, onde, porque, como e quanto. Esse modelo será utilizado pela 1Job, afim de colocar o plano de negócios em prática, havendo um 5W2H específico para cada uma das áreas: Tecnologia, Administração, Recursos Humanos e Marketing.

8.2.1. Plano de Ação de Tecnologia

A tabela 31 apresenta o plano de ação da área de Tecnologia, seguindo o modelo 5W2H.

Tabela 31 - 5W2H da área de tecnologia

Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H						
Empresa: 1JOB						
O que fazer (What)	Quem (Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Desenvolver o Aplicativo de serviços.	Equipe de desenvolvedores.	08/08/2019	Yeeply	Promover viabilidade ao negócio.	Contratar empresa especializada.	R\$51.840,00
Desenvolver o Site de serviços.	Equipe de desenvolvedores.	08/08/2019	Yeeply	Promover viabilidade ao negócio.	Contratar empresa especializada.	R\$41.472,00
Hospedagem e Domínio do Site.	Vanderlei	08/08/2019	GoDaddy	Investir em infraestrutura, segurança, estabilidade e suporte.	Acessar o site e realizar o cadastro.	R\$59,90/ mês
Aquisições de serviços (lojas de app).	Vanderlei	09/08/2019	Google e Apple	Permitir acessibilidade do aplicativo.	Acessar o site e realizar a aquisição.	R\$573,65/ mês

Fonte: Os autores, 2019.

O tempo estimado para o desenvolvimento do aplicativo foi de três meses podendo ser mais curto, porém esse tempo é necessário para a fase teste e a validação da ferramenta.

8.2.2. Plano de Ação da Administração

A tabela 32 apresenta o plano de ação da área Administrativa da 1Job:

Tabela 32 - 5W2H da área administrativa

Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H						
Empresa: 1JOB						
O que fazer (What)	Quem ((Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Alugar espaço de Coworking.	Aline	08/11/2019	Santo André	Local físico de trabalho da equipe.	Fechar contrato com empresa .	R\$562,38/mês
Aquisição de equipamentos.	Aline	09/11/2019	Fornecedores	Obter equipamentos essenciais para operação.	Adquirir conforme as especificações orçadas.	R\$50.576,40

Fonte: Os autores, 2019.

Com o desenvolvimento do aplicativo e do site, o espaço de Coworking pode ser alugado e a 1Job pode adquirir os equipamentos orçados conforme tabela 3.

8.2.3. Plano de Ação de Recursos Humanos

A tabela 33 apresenta como serão realizados o recrutamento e seleção dos colaboradores.

Tabela 33 - 5W2H da área de Recursos Humanos

Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H						
Empresa: 1JOB						
O que fazer (What)	Quem ((Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Contratar profissionais.	Nataly	09/09/2019	Home office	Admitir profissionais essenciais para o funcionamento das operações.	Divulgar vagas: GeekHunter, LinkedIn e Vagas.com	R\$2.800 /mês

Fonte: Os autores, 2019.

Para a área de Recursos Humanos o recrutamento pode ser iniciado antes da locação do espaço de Coworking, pois o processo demanda tempo para a seleção do profissional.

8.2.4. Plano de Ação de Marketing.

A tabela 34 apresenta o plano de ação da área de Marketing.

Tabela 34 - 5W2H da área de marketing

Ferramenta de Gerenciamento: Plano de Ação - 5W2H						
Empresa: 1JOB						
O que fazer (What)	Quem ((Who)	Quando (When)	Onde (Where)	Porque (Why)	Como (How)	Quanto custa (How much)
Desenvolver campanhas de marketing em mídias sociais e outros canais.	Flávia	09/11/2019	Coworking	Divulgar e apresentar o aplicativo.	Publicar as campanhas.	R\$2.900/ mês

Fonte: Os autores, 2019.

Após a finalização e desenvolvimento do aplicativo e site, as campanhas podem ser divulgadas.

8.3. Considerações finais sobre o negócio

A 1Job apresentou como proposta, o desenvolvimento da economia local e a facilidade ao acesso de profissionais autônomos no mercado. A ideia surgiu no momento de mudança na reforma trabalhista, reforma na previdência e no aumento do número de desempregados, pois esses fatores colaborarão para o desenvolvimento de novas oportunidades para atender o mercado.

Validados os dados, a 1Job apresenta ao mercado novas alternativas através da plataforma de serviços via aplicativo e site. Onde o prestador de serviço e o contratante podem realizar contratos com mais confiabilidade, em virtude das ferramentas diferenciadas que a 1Job apresenta, como as informações de avaliações do site e dos serviços específicos, seleção dos profissionais pela equipe de RH e suporte 24 horas da equipe 1Job e da assessoria jurídica para intermediar eventuais problemas.

9. RESUMO ESTENDIDO

Este trabalho demonstra o plano de negócios da empresa 1Job, que consiste em uma plataforma online voltada para realizar uma ponte entre contratantes e prestadores de serviços, permitindo uma contratação rápida, segura e eficiente.

Atuante na região da Grande São Paulo, objetiva facilitar o acesso a serviços autônomos e fortalecer a economia local com a oferta de profissionais da região. Além de se destacar no mercado, por apresentar ferramentas inovadoras.

A empresa apresenta dois tipos de clientes, os contratantes e profissionais de serviço, e traz para cada um deles ferramentas que proporcionam uma experiência de compra/divulgação única. Ao prestador de serviço a possibilidade chegar ao cliente de maneira rápida e fácil, sendo que quanto melhor a qualidade do serviço executado, mais benefícios ganha dentro da plataforma, se destacando e conquistando novos clientes. Por outro lado, se apresentar algum ponto de melhoria ou apresentar necessidade de algum apoio, a plataforma fica disponível a ajuda-lo.

Para os contratantes de serviço, a empresa busca oferecer uma maior facilidade durante a busca pelo profissional adequado com a realização de seleção dos profissionais que fazem parte da plataforma, apresentação de feedback de antigos clientes, e suporte durante todo o processo de contratação.

A empresa é viável pelo fato de ser uma plataforma online, presente em uma época que o uso da internet e do uso de aplicativos para contratação de serviços vem crescendo, e que possui um mercado com oportunidades a serem exploradas.

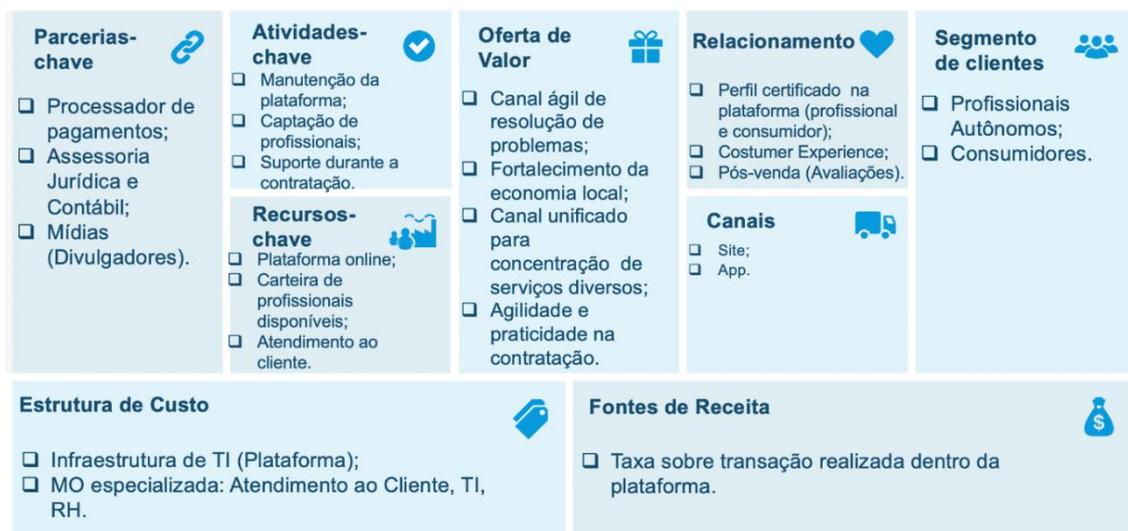
Através de pesquisa de campo realizada pela 1Job, foi constatado que a internet e a indicação são itens essenciais durante a busca e tomada de decisão do contratante, o que abre uma porta para a empresa aliar os dois meios e disponibilizar uma plataforma que atenda às necessidades deste consumidor.

Palavras-chave: Serviços; aplicativo; profissionais autônomos, contratantes.

9.1. Viabilidade do negócio

O modelo de negócios Canvas possibilita visualizar desde o planejamento inicial até a entrega do serviço ao consumidor final, conforme figura 17.

Figura 17 - Canvas



Fonte: Os Autores (2019)

A Plataforma de Serviços da 1Job oferece uma contratação rápida, segura e eficiente de serviços diversos oferecidos por profissionais autônomos da região da Grande São Paulo.

Uma pesquisa de campo foi realizada, e constatou que o meio mais eficiente de encontrar um serviço é a indicação por dar ao cliente um aumento na garantia de sucesso do serviço devido sua confiabilidade; seguida da internet, justificada por ser uma forte ferramenta de marketing.

A ideia, portanto, é aliar os dois meios e através de uma plataforma online, conectar os profissionais aos consumidores em um ambiente seguro baseado em avaliações e constantes feedbacks com uma gama de serviços com qualidade satisfatória.

Para isso, a empresa visa realizar uma seleção dos profissionais, oferecendo suporte ao cliente por profissionais que entendam do assunto, disponibilizando ferramentas de avaliação dos serviços online para criação de histórico de atendimento, entre outros fatores diferenciais para ser uma empresa referência para os clientes.

Com um público alvo entre 18 e 35 anos - devido à praticidade e melhor aceitação do uso da internet – mas que também pode se estender aos demais com faixa etária acima, desde que estejam abertos à experimentação de novas tecnologias e suas possibilidades.

A empresa trabalhará com insights do público alvo (últimas pesquisas realizadas, páginas visitadas, entre outras) a fim de inserir propagandas nas páginas da web em que mais acessam e assim divulgar a plataforma através de ferramentas de marketing digital, como *landing pages*, mídias sociais, e-mail, links patrocinados e publitedoriais.

Como um meio ágil de resolução de problemas, a empresa oferece o suporte necessário para que a transação ocorra de forma satisfatória para ambas as partes através de processos automatizados de contratação, pagamento e avaliação dos serviços prestados, além de assessoria jurídica.

Para que isso ocorra a 1Job contará com uma plataforma online, carteira de profissionais autônomos e staff disponível para atendimento ao cliente, devendo contar com manutenção na plataforma e aplicativo, captação e análise constante de profissionais autônomos e suporte durante o processo de contratação e pós-venda.

9.2. Sumário executivo

A 1Job é uma sociedade em nome coletivo, localizada em Santo André, os trabalhos serão realizados em um *coworking*. A empresa tem como objetivo gerenciar uma plataforma online para conectar clientes a prestadores de serviços por São Paulo a princípio. O aplicativo oferece serviços em diversas categorias, que vão desde reformas e reparos, serviços domésticos até serviços de beleza.

Os empreendedores são Aline Madureira, Flávia Cavalhieri, Maria Luiza Ferreira, Natalia Sayuri, Nataly Braz e Vanderlei dos Santos.

Os valores organizacionais são:

- Visão: Ser a principal via de contato entre prestadores de serviço e contratantes.
- Missão: Conectar com segurança e praticidade clientes e prestadores de serviço, fortalecendo a economia local.
- Valores: Confiabilidade, praticidade, mobilidade e segurança.

O Capital Social necessário para iniciar as operações da empresa será no montante de R\$ 296.424,62.7.

9.3. Viabilidade estratégica

Considerando o histórico do mercado de serviços, o uso da internet vem crescendo e com ele o uso de aplicativos para contratação de serviços. As pessoas buscam gastar cada vez menos tempo para resolver as questões do dia a dia, e com isso gerando diversos aplicativos para facilitar a vida dos usuários em vários segmentos como alimentação, transporte, etc., mas pouco se tem feito para a solicitação de serviços diversos (algo que unia vários segmentos), tornando o mercado repleto de oportunidades a serem exploradas.

Atualmente, o crescimento no setor de serviços é bastante favorável à 1Job: um estudo feito pela App Annie¹⁹, empresa norte-americana especialista em dados desse mercado, é que até 2020 o setor atinja US\$ 6,3 trilhões, um crescimento de 360% comparado a 2016. Aliado a abertura do público brasileiro a novas tecnologias devido as características de serem curiosos e gostarem de pesquisar e procurar por soluções que facilitem sua vida, fazendo com que o hábito de consumo de aplicativos no Brasil seja maior que a média mundial²⁰.

Esse fato se alia à situação de crise no Brasil em 2019, que fez crescer o número de pessoas que buscam plataformas via aplicativos para divulgar seu trabalho em busca de complementar a renda, uma vez que a dificuldade em conseguir emprego formal é grande.

Uma pesquisa feita pelas empresas Rock Content, 99jobs e We Do Logos divulgada em dezembro de 2017²¹ mostrou os prós e contras desse tipo de trabalho, sendo as principais motivações o aumento de renda, a flexibilidade, liberdade e equilíbrio de vida profissional/pessoal. Isto é, além da dificuldade em encontrar uma

¹⁹ Fonte: Olhar Digital - "<https://olhardigital.com.br/noticia/mercado-de-aplicativos-pode-crescer-360-nos-proximos-5-anos/69343>". Acesso em 12/03/2019.

²⁰ E-commercebrasil – <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/78-dos-brasileiros-que-possuem-smartphone-preferem-comprar-por-aplicativo/> - Acesso em 11/03/2019.

²¹ Fonte: EM -

"https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2017/12/25/internas_economia,926873/demanda-por-trabalho-freelancer-deve-crescer-20-em-2018.shtml" – Acesso em: 02/04/2019.

vaga de trabalho, há pessoas que preferem ter mais autonomia e ter maior qualidade de vida.

9.3.1 Análise de Porter

Para posicionar estrategicamente a empresa, foi utilizado o modelo de cinco forças de Porter, onde foram apontadas ferramentas que poderiam ser melhoradas e se tornar uma oportunidade de destaque para a 1Job, conforme tabelas 35 e 36:

Tabela 35 - Oportunidades encontrada pela 1Job

Pontos de melhoria encontrados analisando os principais concorrentes (GetNinjas, Bicos, Sem Patrão e Rede Prajá)	Oportunidades encontradas pela 1Job
Inexistência de seleção dos profissionais que prestarão serviços via plataforma.	Realização de processo seletivo no início da parceria com os prestadores de serviços, afim de garantir ao contratante confiabilidade e segurança.
Avaliação dos clientes a respeito do profissional pode ser feita por qualquer pessoa, independentemente de ter contratado o serviço via plataforma, o que compromete a veracidade das informações.	Restrição da avaliação apenas para os contratantes via plataforma, garantindo veracidade das informações.
Proposta de valor resumida apenas como canal de comunicação baseado em anúncios de vagas sem se responsabilizar pela veracidade das informações prestadas.	Participação durante todo o processo de compra, desde a busca pelo profissional, execução do serviço, ao pagamento.

Fonte: Os Autores (2019)

Tabela 36 - Transformação do problema em oportunidade

Produtos e serviços substitutos	Transformação do problema em oportunidade
<p>Como o mercado de serviços possui uma forte característica de informalidade, a principal forma de busca de profissionais utilizada é a indicação. Este fator pode se revelar uma forte ameaça substituta a oferta de <i>marketplace</i>.</p>	<p>Realização de processos seletivos com os prestadores de serviços, ferramentas de avaliação e indicação dos usuários que já os contrataram, intervenção da empresa em caso de problemas na execução do serviço (fornecimento do serviço com outro profissional mais qualificado, ou reembolso do serviço executado).</p>

Fonte: Os Autores (2019)

Além disso, com a análise de Porter, foi possível estudar como evitar a entrada de novos concorrentes no mercado e definir qual é a melhor estratégia ao se tratar do poder de barganha dos fornecedores e clientes.

Com o grande potencial de mercado inexplorado, o espaço para novos concorrentes é grande e a diferenciação e a conquista de *share of mind* é crucial para mitigar o crescimento de novos entrantes. Assim, a 1Job visa construir um forte relacionamento com os consumidores para permitir que a preferência do mesmo seja mantida mesmo com a oferta de novas empresas.

O poder de barganha dos clientes é grande pois uma experiência negativa na plataforma pode deteriorar a imagem da empresa, afetando diretamente na sua demanda por ser substituído por um concorrente. O foco na experiência do cliente, portanto, é decisivo no sucesso da operação, pois é o diferencial que ditará a preferência dos mesmos.

9.4. Pesquisa de campo

Foi realizada uma pesquisa de campo com uma amostra de 295 respondentes via *Google Forms*, afim de analisar a opinião de quem já contratou algum tipo de serviço, de quem já buscou o serviço, mas não contratou e quem nunca contratou.

Para aqueles que já contrataram algum serviço, os meios mais utilizados foram a indicação (78% com uma taxa de 83% de recontração do profissional), seguido da internet (19% com 75% de recontração).

A internet é um meio cada vez mais acessível com o avanço tecnológico e ter informações confiáveis sobre o profissional a ser contratado transmite a segurança de que o serviço sairá como o esperado ao contratante. Assim, ao aliar esses dois meios de busca em uma plataforma, estima-se obter um número grande de consumidores.

Além disso, 57% dos respondentes consideraram a busca pelo profissional média, alegando dificuldade durante o processo, o que mostra oportunidades de melhorias serem implementadas na 1Job.

Aqueles que nunca tiveram necessidade de contratar um serviço (5%), alegaram que o maior fator positivo na contratação seria a confiabilidade, reforçando a ideia da importância de manter um serviço com qualidade e confiável.

9.5. Vantagem competitiva

A empresa utilizará da proposta de valor para se diferenciar dos concorrentes. Assim, os profissionais que executarão os serviços disponíveis na plataforma, passarão por uma seleção, e apenas após aprovação da equipe 1Job, estarão aptos a anunciar seus serviços na plataforma, além das ofertas de serviços poderem ser visualizadas e selecionadas de acordo com as preferências do contratante, o auxiliando durante sua busca.

Se durante a busca pelo serviço desejado na plataforma 1Job, o contratante não estiver certo da escolha, a empresa o auxilia selecionando até três prestadores adequados ao serviço solicitado, que receberão notificações e retornarão o contato diretamente com o contratante.

Durante a execução do serviço, até o término, a empresa fica disponível para sanar qualquer tipo de problema do cliente. E ao término do mesmo, a liberação do pagamento e emissão de recibo é realizada pela 1Job, que aguardará a posição do contratante para responder à avaliação do serviço prestado, e posteriormente tomar as ações necessárias para trabalhar em cima de melhorias, se necessário.

A plataforma fornecerá suporte ao contratante para os casos de atrasos na prestação dos serviços, não conclusão do serviço, anúncio diferente do realizado, ausência do fornecedor, entre demais situações que impactem negativamente na

experiência do usuário, possível através da utilização da contratos firmados entre o prestador de serviços e os contratantes e, em casos especiais, de uma assessoria jurídica.

9.6. Viabilidade operacional

Para sua operação, a 1Job utilizará um *coworking* (espaços que funcionam como escritórios compartilhados) como base de trabalho combinado com home office (modalidade de trabalho que é desenvolvido em ambiente doméstico).

Para manter a plataforma online, utiliza o *Google Cloud* estimando que sua capacidade de atendimento seja de 24 horas por dia, 7 dias da semana, sem interrupções.

Em relação aos custos, inicialmente haverá um investimento para a construção da plataforma, que será executada por consultorias especializadas, funcionado como aceleradores para implementação fornecendo sua expertise, conforme tabela 37.

Tabela 37 - Investimento // Plataforma

Serviço/Produto	Fornecedor	Valor	Cobrança	Total/R\$
Desenvolvimento do Aplicativo	YeePLY	€ 12.000,00	Única	R\$ 51.840,00
Desenvolvimento do Site	YeePLY	€ 9.600,00	Única	R\$ 41.472,00
				R\$ 93.312,00

Cotação*	R\$
Dólar	R\$ 3,85
Euro	R\$ 4,32

*Cotação do dia 01/04/2019

Fonte: Os autores, 2019.

Nos ativos fixos da 1Job, serão inclusos todos os bens permanentes da empresa. Como boa parte dos custos de infraestrutura estão inclusos no custo de *coworking* (mobiliário, telefonia, limpeza, etc.), será adquirido apenas equipamento essencial a operação e administrativo, conforme tabela 38:

Tabela 38 - Aquisições de Ativos Físicos

Equipamento	Fornecedor	Valor	Unidades	Total
Apoio de Punhos WristCare Mouse Pad	Ergotec	R\$ 22,90	10	R\$ 229,00
Apoio Ergonômico Para Pés	Americanas	R\$ 32,78	10	R\$ 327,80
Mouse Ótico USB	Americanas	R\$ 5,69	10	R\$ 56,90
Notebook Dell Inspiron 14 3000	Dell	R\$ 2.189,00	10	R\$ 21.890,00
Papelaria - Diversos	Kalunga	R\$ 50,00	10	R\$ 500,00
Suporte Ergonômico Regulável para Notebook	Americanas	R\$ 19,19	10	R\$ 191,90
				R\$ 23.195,60

Para execução dos processos e administrativos, será necessária uma gama de serviços que incluem desde hospedagem do site (aluguel pago para manter uma página online), aplicações de escritório (programa diversos para edição de planilhas, documentos de texto e apresentações) até os custos envolvidos na distribuição dos aplicativos conforme tabela 39:

Tabela 39 - Aquisições de Serviços

Serviço/Produto	Fornecedor	Valor/Unid.	Cobrança	Custo Mensal/R\$
Aplicações para escritório/desenvolvimento	Google	\$25,00	Mensal	R\$ 96,25
Disponibilização do Aplicativo Apple Store	Apple	\$99,00	Mensal	R\$ 381,15
Disponibilização do Aplicativo Google Play	Google	\$25,00	Mensal	R\$ 96,25
Escritório	DECK-LAB	R\$ 4.499,00	Anual	R\$ 374,92
Hospedagem e domínio do Site	GoDaddy	R\$ 59,99	Mensal	R\$ 59,99
				R\$ 1.008,56

9.7. Viabilidade mercadológica

O planejamento mercadológico da 1Job tem como base o Mix de Marketing também conhecido como 4p's que são: produto, preço, praça e promoção.

- **Produto**

O serviço a ser oferecido pela 1Job, tem como objetivo fazer uma ponte entre quem oferece ou presta algum tipo de serviço com quem contrata esse serviço, independente da especialidade.

Para isso a 1Job desenvolveu uma plataforma digital que oferece oportunidade para pessoas que possuem habilidade e conhecimento para realizar determinado tipo

de serviço, divulguem seu trabalho através de um cadastro realizado na plataforma, preenchendo um formulário com informações e o tipo de serviço ela está oferecendo, para posteriormente passar por um processo seletivo, afim de garantir que os princípios e valores se adequem aos da 1Job.

- **Preço**

A renda da 1Job se dará através do percentual de 15% do valor cobrado pelo prestador do serviço, pelo trabalho contratado via plataforma. Não será cobrada nenhuma taxa para o profissional pertencer a plataforma.

- **Promoção**

Terá como foco principal o marketing digital. Atualmente o uso da ferramenta Google é uma das formas mais comuns de pesquisa. Assim, a ideia é fazer com que a plataforma apareça como uma das primeiras opções para o usuário ao realizar uma pesquisa sobre serviços utilizando Google Ads, e utilizar as mídias sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn) e outros canais de comunicação (como Whatsapp e e-mail), para promover a imagem da empresa e trazer um relacionamento mais próximo aos usuários (contratantes e prestadores).

Visto que segundo a pesquisa de campo realizada pela 1Job, a maior parte das pessoas acaba contratando serviços por indicação, serão lançadas promoções, como bônus em descontos para as próximas contratações, para aqueles que indicarem o serviço adquirido ou a própria plataforma como fonte de busca.

A marca 1Job objetiva a ideia de uma empresa de qualidade comprometimento e profissionalismo, e foi completamente ligada à definição do negócio, focando no significado analógico de “plataforma” (palco, superfície), sendo este o sentido dos planos que elevam a marca. Dentro desses planos ocorre a ação de conexão. As extremidades estendidas até a borda do plano sugerem origens diferentes que se “encontram” dentro da plataforma, executando a ação que é o fim do negócio, 1Job.

Os planos sobrepostos também representam outra característica da marca da empresa, os serviços diversos oferecidos pela plataforma, ou seja, quando a variedade de cores é exibida acaba gerando o efeito de misturar as cores, tendo a impressão de várias cores em uma só, ou seja, a plataforma apresenta vários tipos de serviços em um só lugar. A Figura 18 mostra a representação da marca:

Figura 18 - Logo 1Job



Como a 1Job possui dois tipos de clientes, trabalhará com estratégias diferenciadas:

- Os contratantes que utilizam a plataforma de maneira constante via plataforma, poderão ganhar descontos nas próximas contratações, seguindo as condições da empresa e haverá a avaliação feita pelo contratante ao final de cada trabalho, onde serão apontadas sugestões de melhorias e pontos positivos da experiência durante a compra. A partir desses dados será feita uma análise a fim de aprimorar o serviço e garantir uma melhoria contínua, em busca da excelência no atendimento das expectativas dos clientes.
- Já para os usuários prestadores de serviços, a 1Job oferecerá benefícios aos que forem mais bem avaliados nas pesquisas de satisfação do consumidor.

Ressaltando que a 1Job investirá na qualidade da usabilidade da plataforma, tornando-a atrativa e de fácil acesso. Vinte e quatro horas por dia, funcionários da 1Job ficarão disponíveis através de meios de comunicação como *WhatsApp*,

Instagram, Facebook, para que usuários possam tirar suas dúvidas e apontar oportunidades melhorias.

Como a previsão de demanda é um fator determinante para o plano de negócios da 1Job, pois é o insumo operacional para decisões relacionadas a produção, recursos humanos e finanças, é necessário mensurar quantos clientes a empresa vai atender e quanto isso representa em números, e em ações na organização.

Para o cálculo da demanda foi usada a ferramenta Google AdSense, um serviço de publicidade oferecido pela Google.

Assim, a demanda corrente (público que se pode alcançar) é de 787.173 - 1.312.084, o que gera uma média de 1.049.628 visualizações no mês. Tendo esse número como base e estimando um alcance de 13.747 usuários no início da operação, tem-se uma Market Share de 1,28%.

Para estimar os investimentos iniciais, voltados à campanha de lançamento, os gastos foram extraídos de sites como: Publicidade Popular²², Bertoni criação de sites e Tray Corp, sites referência para estudos de marketing digital.

As estimativas de investimentos em divulgação estão representadas na tabela 40:

Tabela 40 - Estimativas de investimentos em Divulgação

Campanha de Lançamento	
Investimentos	Valor
Mídias sociais	R\$ 3.000,00
Vídeo institucional	R\$ 1.500,00
Produção de conteúdo	R\$ 500,00
Links patrocinados	R\$ 2.000,00
SEO planejamento	R\$2.000,00
E-mail marketing	R\$1.500,00
Curadoria de conteúdo	R\$1.500,00
Total	R\$ 12.000,00

²² Fonte: Publicidade Popular – “<https://www.publicidadepopular.com.br/materiais-publicitarios>
https://bertonicriacaodesites.com.br/?gclid=Cj0KCQjwklzIBRDzARIsABgXqV_wKHrWwVqdtSu_kiuw4hsEIFg_yu-CjhrSkQ7XMTQvxcwb9nF88QaAikcEALw_wcB” - Acesso em 14/04/2019.

Como gastos mensais tem-se a criação de peças publicitárias. Isto é, todos os conceitos dessas peças, como capa para Facebook, e-mail, marketing, assinatura de e-mail, criação e apresentação da empresa, conforme tabela 41.

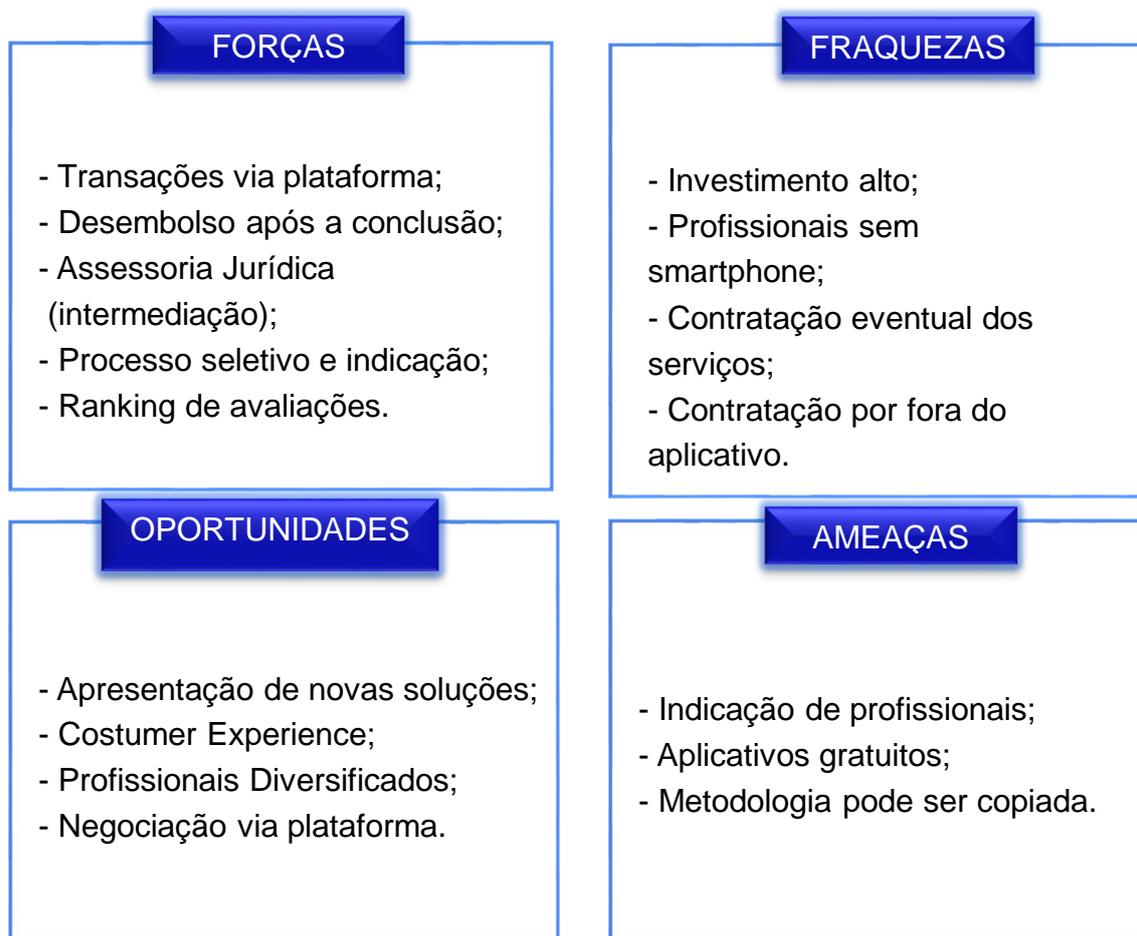
Tabela 41 - Estimativas de Gastos mensais com Divulgação

Gasto Mensal (Mês 1)	
Serviços mensais	Valor
Material Digital	R\$ 1.680,00
Google ads	R\$ 3.040,00
Total	R\$ 4.720,00

9.8. Viabilidade do negócio

Utilizando a análise SWOT para realizar o planejamento estratégico, é possível identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, conforme ilustra a figura 19:

Figura 19 - Análise SWOT



Fonte: Os autores, 2019.

9.9. Viabilidade financeira

O Investimento Total da 1Job é ramificado em investimentos pré-operacionais e campanha de lançamento. Desta forma, a 1Job apresenta investimento total de R\$ 129.516,16, para suas atividades pré-operacionais. Decisões estratégicas referentes aos custos fixos da operação procuram otimizar estas despesas com a utilização de um espaço de *coworking* em substituição ao aluguel de espaços próprios, e a utilização de contratações no regime PJ (pessoa jurídica) proporciona a flexibilidade e agilidade necessária para o negócio se adaptar os seus custos com as demandas do mercado.

O cálculo de investimento total foi projetado de acordo com os investimentos pré-operacionais. Os resultados projetados para os próximos 5 anos seguem a demanda estimada pelas estratégias de marketing com os seguintes indicadores financeiros:

Tabela 42 - Indicadores Financeiros

VPL	R\$ 6.331.373,37
TIR	153%
Taxa de Lucratividade	49,88
Payback	1 e 10 meses
Ponto de Equilíbrio (Transações)	1.102

9.10. Considerações Finais

A 1Job apresentou como proposta, o desenvolvimento da economia local e a facilidade ao acesso de profissionais autônomos no mercado. A ideia surgiu no momento de mudança na reforma trabalhista, reforma na previdência e no aumento do número de desempregados, pois esses fatores colaborarão para o desenvolvimento de novas oportunidades para atender o mercado.

Validados os dados, a 1Job apresenta ao mercado novas alternativas através da plataforma de serviços via aplicativo e site. Onde o prestador de serviço e o contratante podem realizar contratos com mais confiabilidade, em virtude das ferramentas diferenciadas que a 1Job apresenta, como as informações de avaliações do site e dos serviços específicos, seleção dos profissionais pela equipe de RH e suporte 24 horas da equipe 1Job e da assessoria jurídica para intermediar eventuais problemas.

10. REFERÊNCIAS

Serra, al., F.R. E. Gestão estratégica: conceitos e casos. Disponível em:<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486366/EDITORA>> ATLAS 2014. Acesso em: 15 de abr. de 2019.

MERLO, Monforte, E., CERIBELI, B., H. Comportamento do Consumidor. Minha Biblioteca, Santo André, 20 de jun. de 2014. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2538-4> 1ª edição-2014>. Acesso em: 20 de abr. de 2019.

5W2H: É hora de tirar dúvidas e colocar a produtividade no seu dia a dia. Endeavor Brasil, 2017. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pessoas/5w2h>>. Acesso em: 13 de abr. de 2019.

BLANK, STEVE; DORF, BOB. Startup: Manual do empreendedor, Edição 1º, Rio de Janeiro, Editora: Alta Books, 2014, pag.75

NR 17, NORMA REGULAMENTADORA 17, ERGONOMIA. Guia Trabalhista, 2007. Disponível em:http://www.guiatrabalhista.com.br/legislacao/nr/nr17_anexo1.htm. Acesso em: 20/abr. de 2019.

11. APÊNDICES

Apêndice A – Estimativa de Orçamento Marketing

Estimativa de Orçamento Marketing													
Ano 1	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Sep	Out	Nov	Dez	Total
Material de Digital	R\$ 1.630,00	R\$ 1.713,60	R\$ 1.747,87	R\$ 1.782,83	R\$ 1.818,49	R\$ 1.854,86	R\$ 1.891,95	R\$ 1.929,79	R\$ 1.968,39	R\$ 2.007,76	R\$ 2.047,91	R\$ 2.088,87	R\$ 22.532,31
Google Ads	R\$ 3.040,00	R\$ 3.100,80	R\$ 3.162,82	R\$ 3.226,07	R\$ 3.290,59	R\$ 3.356,41	R\$ 3.423,53	R\$ 3.492,00	R\$ 3.561,94	R\$ 3.633,08	R\$ 3.705,74	R\$ 3.779,86	R\$ 40.772,75
Total	R\$ 4.720,00	R\$ 4.814,40	R\$ 4.910,69	R\$ 5.008,90	R\$ 5.109,08	R\$ 5.211,26	R\$ 5.315,49	R\$ 5.421,80	R\$ 5.530,23	R\$ 5.640,84	R\$ 5.753,85	R\$ 5.868,73	R\$ 63.305,06
Ano 2	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Sep	Out	Nov	Dez	Total
Material de Digital	R\$ 2.130,65	R\$ 2.173,26	R\$ 2.216,72	R\$ 2.261,06	R\$ 2.306,28	R\$ 2.352,41	R\$ 2.399,45	R\$ 2.447,44	R\$ 2.496,39	R\$ 2.546,32	R\$ 2.597,25	R\$ 2.649,19	R\$ 28.576,42
Google Ads	R\$ 3.855,46	R\$ 3.932,56	R\$ 4.011,22	R\$ 4.091,44	R\$ 4.173,27	R\$ 4.256,73	R\$ 4.341,87	R\$ 4.428,71	R\$ 4.517,28	R\$ 4.607,63	R\$ 4.699,78	R\$ 4.793,77	R\$ 51.709,71
Total	R\$ 5.986,10	R\$ 6.105,82	R\$ 6.227,94	R\$ 6.352,50	R\$ 6.479,55	R\$ 6.609,14	R\$ 6.741,32	R\$ 6.876,15	R\$ 7.013,67	R\$ 7.153,95	R\$ 7.297,02	R\$ 7.442,96	R\$ 80.286,13
Ano 3	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Sep	Out	Nov	Dez	Total
Material de Digital	R\$ 2.702,17	R\$ 2.756,22	R\$ 2.811,34	R\$ 2.867,57	R\$ 2.924,92	R\$ 2.983,42	R\$ 3.043,09	R\$ 3.103,95	R\$ 3.166,03	R\$ 3.229,35	R\$ 3.293,94	R\$ 3.359,81	R\$ 36.241,81
Google Ads	R\$ 4.889,65	R\$ 4.987,44	R\$ 5.087,19	R\$ 5.188,93	R\$ 5.292,71	R\$ 5.398,57	R\$ 5.506,54	R\$ 5.616,67	R\$ 5.729,00	R\$ 5.843,58	R\$ 5.960,46	R\$ 6.079,66	R\$ 65.580,41
Total	R\$ 7.591,82	R\$ 7.743,66	R\$ 7.898,53	R\$ 8.056,50	R\$ 8.217,63	R\$ 8.381,99	R\$ 8.549,63	R\$ 8.720,62	R\$ 8.895,03	R\$ 9.072,93	R\$ 9.254,39	R\$ 9.439,48	R\$ 101.822,22
Ano 4	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Sep	Out	Nov	Dez	Total
Material de Digital	R\$ 3.427,01	R\$ 3.495,55	R\$ 3.565,46	R\$ 3.636,77	R\$ 3.709,51	R\$ 3.783,70	R\$ 3.859,37	R\$ 3.936,56	R\$ 4.015,29	R\$ 4.095,60	R\$ 4.177,51	R\$ 4.261,06	R\$ 45.963,38
Google Ads	R\$ 6.201,26	R\$ 6.325,28	R\$ 6.451,79	R\$ 6.580,82	R\$ 6.712,44	R\$ 6.846,69	R\$ 6.983,62	R\$ 7.123,30	R\$ 7.265,76	R\$ 7.411,08	R\$ 7.559,30	R\$ 7.710,48	R\$ 83.171,82
Total	R\$ 9.628,27	R\$ 9.820,83	R\$ 10.017,25	R\$ 10.217,60	R\$ 10.421,95	R\$ 10.630,39	R\$ 10.842,99	R\$ 11.059,85	R\$ 11.281,05	R\$ 11.506,68	R\$ 11.736,81	R\$ 11.971,54	R\$ 129.135,20
Ano 5	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Sep	Out	Nov	Dez	Total
Material de Digital	R\$ 4.346,28	R\$ 4.433,20	R\$ 4.521,87	R\$ 4.612,31	R\$ 4.704,55	R\$ 4.798,64	R\$ 4.894,62	R\$ 4.992,51	R\$ 5.092,36	R\$ 5.194,20	R\$ 5.298,09	R\$ 5.404,05	R\$ 58.292,67
Google Ads	R\$ 7.864,69	R\$ 8.021,99	R\$ 8.182,43	R\$ 8.346,08	R\$ 8.513,00	R\$ 8.683,26	R\$ 8.856,92	R\$ 9.034,06	R\$ 9.214,74	R\$ 9.399,04	R\$ 9.587,02	R\$ 9.778,76	R\$ 105.481,98
Total	R\$ 12.210,97	R\$ 12.455,19	R\$ 12.704,30	R\$ 12.958,38	R\$ 13.217,55	R\$ 13.481,90	R\$ 13.751,54	R\$ 14.026,57	R\$ 14.307,10	R\$ 14.593,24	R\$ 14.885,11	R\$ 15.182,81	R\$ 163.774,66

Taxa de Crescimento
2%

Apêndice B – Tributação
Apêndice B.1 – Simples Nacional

Simples Nacional														
Ano 1		Jan	Fev	Mar	Abr	Maio	Jun	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Total
Faturamento	R\$ 7.165,62	R\$ 7.337,60	R\$ 7.513,70	R\$ 7.689,80	R\$ 7.865,90	R\$ 8.042,00	R\$ 8.218,10	R\$ 8.394,20	R\$ 8.570,30	R\$ 8.746,40	R\$ 8.922,50	R\$ 9.098,60	R\$ 9.274,70	R\$ 91.143,61
Tributação	R\$ 2.364,66	R\$ 2.421,41	R\$ 2.478,16	R\$ 2.534,91	R\$ 2.591,66	R\$ 2.648,41	R\$ 2.705,16	R\$ 2.761,91	R\$ 2.818,66	R\$ 2.875,41	R\$ 2.932,16	R\$ 2.988,91	R\$ 3.045,66	R\$ 30.694,99
Ano 2														
Faturamento	R\$ 114.296,97	R\$ 117.040,10	R\$ 119.783,23	R\$ 122.526,36	R\$ 125.269,49	R\$ 128.012,62	R\$ 130.755,75	R\$ 133.498,88	R\$ 136.242,01	R\$ 138.985,14	R\$ 141.728,27	R\$ 144.471,40	R\$ 147.214,53	R\$ 1.707.846,37
Tributação	R\$ 37.718,00	R\$ 38.623,23	R\$ 39.528,46	R\$ 40.433,69	R\$ 41.338,92	R\$ 42.244,15	R\$ 43.149,38	R\$ 44.054,61	R\$ 44.959,84	R\$ 45.865,07	R\$ 46.770,30	R\$ 47.675,53	R\$ 48.580,76	R\$ 573.093,61
Ano 3														
Faturamento	R\$ 189.908,42	R\$ 194.466,22	R\$ 199.024,02	R\$ 203.581,82	R\$ 208.139,62	R\$ 212.697,42	R\$ 217.255,22	R\$ 221.813,02	R\$ 226.370,82	R\$ 230.928,62	R\$ 235.486,42	R\$ 240.044,22	R\$ 244.602,02	R\$ 279.383,92
Tributação	R\$ 62.669,76	R\$ 64.173,85	R\$ 65.677,94	R\$ 67.182,03	R\$ 68.686,12	R\$ 70.190,21	R\$ 71.694,30	R\$ 73.198,39	R\$ 74.702,48	R\$ 76.206,57	R\$ 77.710,66	R\$ 79.214,75	R\$ 80.718,84	R\$ 92.196,69
Ano 4														
Faturamento	R\$ 336.575,45	R\$ 344.653,26	R\$ 352.731,07	R\$ 360.808,88	R\$ 368.886,69	R\$ 376.964,50	R\$ 385.042,31	R\$ 393.120,12	R\$ 401.197,93	R\$ 409.275,74	R\$ 417.353,55	R\$ 425.431,36	R\$ 433.509,17	R\$ 480.589,90
Tributação	R\$ 111.069,90	R\$ 113.735,58	R\$ 116.401,26	R\$ 119.066,94	R\$ 121.732,62	R\$ 124.398,30	R\$ 127.063,98	R\$ 129.729,66	R\$ 132.395,34	R\$ 135.061,02	R\$ 137.726,70	R\$ 140.392,38	R\$ 143.058,06	R\$ 158.594,67

Simples Nacional			
Ano	Alíquota	Ano 3	Ano 4
Faturamento	R\$ 0,33	R\$ 2.791.143,61	R\$ 4.864.337,69
Tributação	-	R\$ 921.077,39	R\$ 1.605.231,44

Alíquota	
	33%

Apêndice B.2 – Lucro Presumido

Ano 5	Lucro Presumido												Total
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Sep	Out	Nov	Dez	
Faturamento	R\$ 559.231,89	R\$ 572.653,45	R\$ 586.397,14	R\$ 600.470,67	R\$ 614.881,96	R\$ 629.639,13	R\$ 773.700,56	R\$ 792.289,36	R\$ 811.283,84	R\$ 830.754,66	R\$ 850.692,77	R\$ 871.109,39	R\$ 8.493.084,85
Presunção de Lucro	R\$ 178.954,20	R\$ 183.249,11	R\$ 187.847,08	R\$ 192.150,61	R\$ 196.762,23	R\$ 201.484,52	R\$ 247.584,18	R\$ 253.526,20	R\$ 259.610,83	R\$ 265.841,49	R\$ 272.221,69	R\$ 278.755,01	R\$ 2.717.767,15
PIS	R\$ 1.163,20	R\$ 1.191,12	R\$ 1.219,71	R\$ 1.248,98	R\$ 1.278,95	R\$ 1.309,65	R\$ 1.609,30	R\$ 1.647,92	R\$ 1.687,47	R\$ 1.727,97	R\$ 1.769,44	R\$ 1.811,91	R\$ 17.685,62
COFINS	R\$ 5.368,63	R\$ 5.497,47	R\$ 5.629,41	R\$ 5.764,52	R\$ 5.902,87	R\$ 6.044,54	R\$ 7.427,53	R\$ 7.605,79	R\$ 7.788,32	R\$ 7.975,24	R\$ 8.166,85	R\$ 8.362,65	R\$ 81.533,61
IRPJ	R\$ 26.843,13	R\$ 27.487,37	R\$ 28.147,06	R\$ 28.822,59	R\$ 29.514,33	R\$ 30.222,68	R\$ 37.137,63	R\$ 38.028,93	R\$ 38.941,62	R\$ 39.876,22	R\$ 40.833,25	R\$ 41.813,25	R\$ 407.666,07
CSLL	R\$ 16.105,88	R\$ 16.492,42	R\$ 16.888,24	R\$ 17.293,56	R\$ 17.708,60	R\$ 18.133,61	R\$ 22.282,58	R\$ 22.817,36	R\$ 23.364,97	R\$ 23.925,73	R\$ 24.499,95	R\$ 25.087,95	R\$ 244.600,84
ISS	R\$ 5.189,67	R\$ 5.314,22	R\$ 5.441,77	R\$ 5.572,37	R\$ 5.706,10	R\$ 5.843,05	R\$ 7.179,94	R\$ 7.352,26	R\$ 7.528,71	R\$ 7.709,40	R\$ 7.894,43	R\$ 8.083,90	R\$ 78.815,83
Tributação	R\$ 54.670,51	R\$ 55.982,60	R\$ 57.326,18	R\$ 58.702,01	R\$ 60.110,86	R\$ 61.553,52	R\$ 75.636,97	R\$ 77.452,25	R\$ 79.311,11	R\$ 81.214,58	R\$ 83.163,72	R\$ 85.159,65	R\$ 830.283,97

Base Tributável:
32%

Lucro Presumido	
Ano 5	Base Tributável
Faturamento	R\$ 8.493.084,85
	R\$ 0,32
	R\$ 2.717.767,15
	IRPJ
	R\$ 0,15
	R\$ 407.668,07
Tributação Total	R\$ 830.283,97
	CSLL
	R\$ 0,09
	R\$ 244.600,84
	ISS
	R\$ 0,03
	R\$ 78.815,83

Apêndice C – Fluxo de Caixa

Apêndice C.1 – Anos 01 e 02

Ano 1	Pré Operacional	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
ENTRADAS														
Previsão de Faturamento	R\$ 129.516,16	R\$ 7.165,62	R\$ 7.337,60	R\$ 7.513,70	R\$ 15.368,06	R\$ 23.636,06	R\$ 32.271,10	R\$ 41.307,01	R\$ 50.758,05	R\$ 60.638,95	R\$ 70.964,90	R\$ 81.751,57	R\$ 93.015,11	R\$ 491.747,74
Investimento	R\$ 129.516,16	R\$ 7.165,62	R\$ 7.337,60	R\$ 7.513,70	R\$ 15.368,06	R\$ 23.636,06	R\$ 32.271,10	R\$ 41.307,01	R\$ 50.758,05	R\$ 60.638,95	R\$ 70.964,90	R\$ 81.751,57	R\$ 93.015,11	R\$ 491.747,74
TOTAL DAS ENTRADAS														
SAIDAS														
Despesas operacionais	R\$ 117.516,16	R\$ 1.008,56	R\$ 12.102,68											
Despesas com mão de obra	R\$ 12.000,00	R\$ 5.173,51	R\$ 620.821,47											
Despesas comerciais	R\$ 4.200,00	R\$ 4.814,40	R\$ 5.986,73											
Tributação sobre Faturamento	R\$ 2.364,86	R\$ 2.421,41	R\$ 30.694,99											
TOTAL DAS SAIDAS	R\$ 129.516,16	R\$ 59.828,33	R\$ 888.606,97											
1 ENTRADAS - SAIDAS	R\$ 0,00	R\$ 52.662,71	R\$ 888.606,97											
2 SALDO ANTERIOR	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 370.465,95
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	R\$ 0,00	R\$ 52.662,71	R\$ 370.465,95											
4 NECESSIDADE EMPRESTÍMIOS														
5 SALDO FINAL (3 + 4)	R\$ 0,00	R\$ 52.662,71	R\$ 366.758,23											
6 NECESSIDADE EMPRESTÍMIOS														
7 SALDO FINAL (3 + 4)	R\$ 346.909,04	R\$ 329.341,67	R\$ 308.014,42	R\$ 284.894,55	R\$ 259.908,31	R\$ 233.040,87	R\$ 189.521,41	R\$ 143.664,66	R\$ 95.414,00	R\$ 44.711,42	R\$ 8.502,49	R\$ 64.288,56	R\$ 64.288,56	R\$ 64.288,56
ENTRADAS														
Previsão de Faturamento	R\$ 114.296,97	R\$ 117.040,10	R\$ 119.849,06	R\$ 122.725,44	R\$ 126.670,85	R\$ 128.686,95	R\$ 133.736,01	R\$ 157.427,72	R\$ 161.205,99	R\$ 165.074,93	R\$ 169.036,73	R\$ 173.093,61	R\$ 177.246,37	R\$ 1.707.846,37
Investimento	R\$ 114.296,97	R\$ 117.040,10	R\$ 119.849,06	R\$ 122.725,44	R\$ 126.670,85	R\$ 128.686,95	R\$ 133.736,01	R\$ 157.427,72	R\$ 161.205,99	R\$ 165.074,93	R\$ 169.036,73	R\$ 173.093,61	R\$ 177.246,37	R\$ 1.707.846,37
TOTAL DAS ENTRADAS														
SAIDAS														
Despesas operacionais	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 1.008,56	R\$ 12.102,68
Despesas com mão de obra	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 5.173,51	R\$ 620.821,47
Despesas comerciais	R\$ 5.986,10	R\$ 6.105,82	R\$ 6.227,94	R\$ 6.352,50	R\$ 6.479,55	R\$ 6.609,14	R\$ 6.741,32	R\$ 6.876,15	R\$ 7.013,67	R\$ 7.153,95	R\$ 7.297,02	R\$ 7.442,96	R\$ 7.592,96	R\$ 80.286,13
Tributação sobre Faturamento	R\$ 3.718,00	R\$ 3.823,23	R\$ 3.935,50	R\$ 4.049,40	R\$ 4.171,38	R\$ 4.296,69	R\$ 4.423,54	R\$ 4.551,15	R\$ 4.679,98	R\$ 4.809,53	R\$ 4.939,53	R\$ 5.069,53	R\$ 5.199,53	R\$ 563.589,30
TOTAL DAS SAIDAS	R\$ 96.447,78	R\$ 97.472,74	R\$ 98.524,81	R\$ 99.595,57	R\$ 100.684,61	R\$ 101.791,51	R\$ 102.923,39	R\$ 104.080,88	R\$ 105.253,33	R\$ 106.442,35	R\$ 107.646,82	R\$ 108.866,82	R\$ 110.101,82	R\$ 1.276.799,58
1 ENTRADAS - SAIDAS	R\$ 17.849,19	R\$ 19.567,36	R\$ 21.237,25	R\$ 23.129,87	R\$ 24.976,24	R\$ 26.867,44	R\$ 28.792,54	R\$ 30.756,84	R\$ 32.759,66	R\$ 34.801,58	R\$ 36.882,91	R\$ 38.994,79	R\$ 41.137,54	R\$ 4.310.466,79
2 SALDO ANTERIOR	R\$ 366.758,23	R\$ 348.909,04	R\$ 329.341,67	R\$ 308.014,42	R\$ 284.894,55	R\$ 259.908,31	R\$ 233.040,87	R\$ 189.521,41	R\$ 143.664,66	R\$ 95.414,00	R\$ 44.711,42	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	R\$ 348.909,04	R\$ 329.341,67	R\$ 308.014,42	R\$ 284.894,55	R\$ 259.908,31	R\$ 233.040,87	R\$ 189.521,41	R\$ 143.664,66	R\$ 95.414,00	R\$ 44.711,42	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49
4 NECESSIDADE EMPRESTÍMIOS														
5 SALDO FINAL (3 + 4)	R\$ 346.909,04	R\$ 329.341,67	R\$ 308.014,42	R\$ 284.894,55	R\$ 259.908,31	R\$ 233.040,87	R\$ 189.521,41	R\$ 143.664,66	R\$ 95.414,00	R\$ 44.711,42	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49	R\$ 8.502,49

Apêndice C.2 – Anos 03 e 04

Ano 3	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
ENTRADAS													
Previsão de Faturamento	R\$ 189.908,42	R\$ 194.466,22	R\$ 199.133,41	R\$ 203.912,61	R\$ 208.806,52	R\$ 213.817,87	R\$ 248.142,77	R\$ 254.098,19	R\$ 260.196,55	R\$ 266.441,27	R\$ 272.835,86	R\$ 279.383,92	R\$ 2.791.143,61
Investimento													
TOTAL DAS ENTRADAS	R\$ 189.908,42	R\$ 194.466,22	R\$ 199.133,41	R\$ 203.912,61	R\$ 208.806,52	R\$ 213.817,87	R\$ 248.142,77	R\$ 254.098,19	R\$ 260.196,55	R\$ 266.441,27	R\$ 272.835,86	R\$ 279.383,92	R\$ 2.791.143,61
SAIDAS													
Despesas operacionais	R\$ 1.008,56	R\$ 12.102,88											
Despesas com mão de obra	R\$ 51.735,12	R\$ 620.821,47											
Despesas comerciais	R\$ 7.591,62	R\$ 7.743,66	R\$ 7.896,53	R\$ 8.056,50	R\$ 8.217,63	R\$ 8.381,99	R\$ 8.549,63	R\$ 8.720,62	R\$ 8.895,03	R\$ 9.072,93	R\$ 9.254,39	R\$ 9.439,48	R\$ 101.822,22
Tributação sobre Faturamento	R\$ 62.669,78	R\$ 64.173,85	R\$ 65.714,03	R\$ 67.291,16	R\$ 68.906,15	R\$ 70.559,90	R\$ 72.264,00	R\$ 73.999,11	R\$ 75.762,40	R\$ 77.553,88	R\$ 79.374,45	R\$ 81.225,02	R\$ 921.077,39
TOTAL DAS SAIDAS	R\$ 123.005,28	R\$ 124.661,19	R\$ 126.356,24	R\$ 128.091,35	R\$ 129.867,46	R\$ 131.685,66	R\$ 133.520,31	R\$ 135.374,70	R\$ 137.247,17	R\$ 139.139,67	R\$ 141.052,24	R\$ 142.985,24	R\$ 1.656.823,76
1 (ENTRADAS - SAIDAS)	R\$ 66.903,14	R\$ 69.805,03	R\$ 72.777,17	R\$ 75.821,27	R\$ 78.939,05	R\$ 82.132,21	R\$ 114.622,46	R\$ 118.323,49	R\$ 122.949,38	R\$ 127.301,60	R\$ 131.783,62	R\$ 136.398,68	R\$ 1.134.319,85
2 SALDO ANTERIOR	R\$ 64.288,56	R\$ 131.191,70	R\$ 200.996,73	R\$ 273.773,90	R\$ 349.595,17	R\$ 428.534,22	R\$ 510.666,53	R\$ 615.628,88	R\$ 724.410,37	R\$ 837.103,35	R\$ 953.802,38	R\$ 1.074.604,34	R\$ 1.074.604,34
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	R\$ 131.191,70	R\$ 200.996,73	R\$ 273.773,90	R\$ 349.595,17	R\$ 428.534,22	R\$ 510.666,53	R\$ 615.628,88	R\$ 724.410,37	R\$ 837.103,35	R\$ 953.802,38	R\$ 1.074.604,34	R\$ 1.199.608,41	R\$ 1.199.608,41
4 NECESSIDADE EMPRESTÍMIOS													
5 SALDO FINAL (3 + 4)	R\$ 131.191,70	R\$ 200.996,73	R\$ 273.773,90	R\$ 349.595,17	R\$ 428.534,22	R\$ 510.666,53	R\$ 615.628,88	R\$ 724.410,37	R\$ 837.103,35	R\$ 953.802,38	R\$ 1.074.604,34	R\$ 1.199.608,41	R\$ 1.199.608,41
ANEXO 4													
ENTRADAS													
Previsão de Faturamento	R\$ 336.575,45	R\$ 344.653,26	R\$ 352.924,94	R\$ 361.395,14	R\$ 370.068,62	R\$ 378.950,27	R\$ 426.849,58	R\$ 437.093,97	R\$ 447.584,23	R\$ 458.326,25	R\$ 469.326,08	R\$ 480.589,90	R\$ 4.864.337,69
Investimento													
TOTAL DAS ENTRADAS	R\$ 336.575,45	R\$ 344.653,26	R\$ 352.924,94	R\$ 361.395,14	R\$ 370.068,62	R\$ 378.950,27	R\$ 426.849,58	R\$ 437.093,97	R\$ 447.584,23	R\$ 458.326,25	R\$ 469.326,08	R\$ 480.589,90	R\$ 4.864.337,69
SAIDAS													
Despesas operacionais	R\$ 1.008,56	R\$ 12.102,88											
Despesas com mão de obra	R\$ 51.735,12	R\$ 620.821,47											
Despesas comerciais	R\$ 9.628,27	R\$ 9.820,83	R\$ 10.017,25	R\$ 10.217,60	R\$ 10.421,95	R\$ 10.630,39	R\$ 10.842,99	R\$ 11.059,85	R\$ 11.281,05	R\$ 11.506,67	R\$ 11.736,81	R\$ 11.971,54	R\$ 129.135,20
Tributação sobre Faturamento	R\$ 111.069,90	R\$ 113.735,58	R\$ 116.465,23	R\$ 119.260,40	R\$ 122.122,64	R\$ 125.053,59	R\$ 128.060,36	R\$ 131.141,01	R\$ 134.297,79	R\$ 137.529,66	R\$ 140.837,61	R\$ 144.214,44	R\$ 1.605.231,44
TOTAL DAS SAIDAS	R\$ 173.441,85	R\$ 176.300,09	R\$ 179.226,16	R\$ 182.221,67	R\$ 185.298,27	R\$ 188.427,85	R\$ 191.622,03	R\$ 194.874,54	R\$ 198.182,40	R\$ 201.549,01	R\$ 204.973,39	R\$ 208.461,69	R\$ 2.367.290,78
1 (ENTRADAS - SAIDAS)	R\$ 163.133,60	R\$ 168.353,17	R\$ 173.698,78	R\$ 179.173,47	R\$ 184.770,35	R\$ 190.522,61	R\$ 225.227,55	R\$ 242.219,43	R\$ 249.401,83	R\$ 256.776,74	R\$ 264.352,69	R\$ 272.128,21	R\$ 2.497.046,91
2 SALDO ANTERIOR	R\$ 1.199.608,41	R\$ 1.362.742,01	R\$ 1.531.095,18	R\$ 1.704.793,96	R\$ 1.883.967,43	R\$ 2.069.270,39	R\$ 2.262.747,78	R\$ 2.463.672,94	R\$ 2.671.057,17	R\$ 2.884.883,42	R\$ 3.104.119,50	R\$ 3.330.741,84	R\$ 3.330.741,84
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	R\$ 1.362.742,01	R\$ 1.531.095,18	R\$ 1.704.793,96	R\$ 1.883.967,43	R\$ 2.069.270,39	R\$ 2.262.747,78	R\$ 2.463.672,94	R\$ 2.671.057,17	R\$ 2.884.883,42	R\$ 3.104.119,50	R\$ 3.330.741,84	R\$ 3.602.869,65	R\$ 3.602.869,65
4 NECESSIDADE EMPRESTÍMIOS													
5 SALDO FINAL (3 + 4)	R\$ 1.362.742,01	R\$ 1.531.095,18	R\$ 1.704.793,96	R\$ 1.883.967,43	R\$ 2.069.270,39	R\$ 2.262.747,78	R\$ 2.463.672,94	R\$ 2.671.057,17	R\$ 2.884.883,42	R\$ 3.104.119,50	R\$ 3.330.741,84	R\$ 3.602.869,65	R\$ 3.602.869,65

Apêndice C.3 – Ano 05

Ano 5	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
ENTRADAS													
Previsão de Faturamento	R\$ 559.231,89	R\$ 572.653,45	R\$ 586.397,14	R\$ 600.470,67	R\$ 614.881,96	R\$ 629.639,13	R\$ 773.700,56	R\$ 792.269,38	R\$ 811.283,84	R\$ 830.754,66	R\$ 850.692,77	R\$ 871.109,39	R\$ 8.493.084,85
Investimento													
TOTAL DAS ENTRADAS	R\$ 559.231,89	R\$ 572.653,45	R\$ 586.397,14	R\$ 600.470,67	R\$ 614.881,96	R\$ 629.639,13	R\$ 773.700,56	R\$ 792.269,38	R\$ 811.283,84	R\$ 830.754,66	R\$ 850.692,77	R\$ 871.109,39	R\$ 8.493.084,85
SAIDAS													
Despesas operacionais	R\$ 1.008,56	R\$ 12.102,68											
Despesas com mão de obra	R\$ 51.735,12	R\$ 620.821,47											
Despesas comerciais	R\$ 12.210,97	R\$ 12.455,19	R\$ 12.704,30	R\$ 12.958,38	R\$ 13.217,65	R\$ 13.481,90	R\$ 13.751,54	R\$ 14.026,57	R\$ 14.307,10	R\$ 14.593,24	R\$ 14.885,11	R\$ 15.182,81	R\$ 163.774,66
Tributação sobre Faturamento	R\$ 54.870,51	R\$ 55.962,60	R\$ 57.326,18	R\$ 58.702,01	R\$ 60.110,88	R\$ 61.553,52	R\$ 75.639,97	R\$ 77.452,25	R\$ 79.311,11	R\$ 81.214,58	R\$ 83.163,72	R\$ 85.159,65	R\$ 830.283,97
TOTAL DAS SAIDAS	R\$ 119.625,16	R\$ 121.181,47	R\$ 122.774,16	R\$ 124.404,07	R\$ 126.072,09	R\$ 127.779,10	R\$ 142.132,18	R\$ 144.222,50	R\$ 146.361,89	R\$ 148.551,50	R\$ 150.792,51	R\$ 153.086,14	R\$ 1.626.982,78
1 (ENTRADAS - SAIDAS)	R\$ 439.606,73	R\$ 451.471,98	R\$ 463.622,98	R\$ 476.066,60	R\$ 488.809,88	R\$ 501.860,03	R\$ 631.568,38	R\$ 646.046,88	R\$ 664.921,96	R\$ 682.203,16	R\$ 699.900,26	R\$ 716.023,25	R\$ 6.866.102,07
2 SALDO ANTERIOR	R\$ 3.696.655,31	R\$ 4.136.262,04	R\$ 4.587.734,02	R\$ 5.051.357,00	R\$ 5.527.423,60	R\$ 6.016.233,47	R\$ 6.518.093,50	R\$ 7.149.661,88	R\$ 7.797.708,76	R\$ 8.462.630,71	R\$ 9.144.833,87	R\$ 9.844.734,43	R\$ 9.844.734,43
3 SALDO ACUMULADO (1 + 2)	R\$ 4.136.262,04	R\$ 4.587.734,02	R\$ 5.051.357,00	R\$ 5.527.423,60	R\$ 6.016.233,47	R\$ 6.518.093,50	R\$ 7.149.661,88	R\$ 7.797.708,76	R\$ 8.462.630,71	R\$ 9.144.833,87	R\$ 9.844.734,43	R\$ 10.562.757,38	R\$ 10.562.757,38
4 NECESSIDADE EQUIPAMENTOS													
5 SALDO FINAL (3 + 4)	R\$ 4.136.262,04	R\$ 4.587.734,02	R\$ 5.051.357,00	R\$ 5.527.423,60	R\$ 6.016.233,47	R\$ 6.518.093,50	R\$ 7.149.661,88	R\$ 7.797.708,76	R\$ 8.462.630,71	R\$ 9.144.833,87	R\$ 9.844.734,43	R\$ 10.562.757,38	R\$ 10.562.757,38

Apêndice D – Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Apêndice D.1 – Anos 01, 02, e 03

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Ano 1													
Receita Bruta de Serviços	RS 7.165,62	RS 7.337,60	RS 7.513,70	RS 15.385,06	RS 23.636,06	RS 32.271,10	RS 41.307,01	RS 50.758,05	RS 60.633,95	RS 70.964,90	RS 71.751,57	RS 93.015,11	RS 491.747,74
(-) Tributação (Simples Nacional)	RS 2.364,66	RS 2.421,41	RS 2.479,52	RS 5.078,06	RS 7.799,90	RS 10.649,46	RS 13.631,31	RS 16.750,16	RS 20.010,85	RS 23.418,42	RS 26.978,02	RS 30.694,99	RS 162.276,75
Receita Operacional Líquida	RS 4.800,97	RS 4.916,19	RS 5.034,18	RS 10.310,00	RS 15.836,16	RS 21.621,64	RS 27.675,70	RS 34.007,89	RS 40.623,10	RS 47.546,48	RS 44.773,55	RS 62.320,13	RS 329.470,98
(-) Despesas operacionais	RS 1.008,56	RS 12.102,68											
Margem de contribuição	RS 3.792,41	RS 3.907,63	RS 4.025,62	RS 9.301,44	RS 14.827,60	RS 20.613,08	RS 26.667,14	RS 32.999,34	RS 39.614,54	RS 46.537,93	RS 43.764,99	RS 61.311,57	RS 317.368,30
(-) Despesas com mão de obra	RS 51.735,12	RS 620.821,47											
(-) Despesas comerciais	RS 4.720,00	RS 4.814,40	RS 4.910,69	RS 5.008,90	RS 5.109,08	RS 5.211,26	RS 5.315,49	RS 5.421,80	RS 5.530,23	RS 5.640,84	RS 5.753,65	RS 5.868,73	RS 63.305,06
(-) Depreciação	RS 374,46	RS 4.493,56											
Resultado Operacional	RS 53.037,17	RS 53.016,35	RS 52.994,65	RS 47.817,04	RS 42.391,06	RS 36.707,77	RS 30.757,93	RS 24.532,04	RS 18.020,28	RS 11.212,50	RS 4.998,25	RS 3.333,26	RS 371.251,79
Resultado do Exercício	RS 53.037,17	RS 53.016,35	RS 52.994,65	RS 47.817,04	RS 42.391,06	RS 36.707,77	RS 30.757,93	RS 24.532,04	RS 18.020,28	RS 11.212,50	RS 4.998,25	RS 3.333,26	RS 371.251,79

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Ano 2													
Receita Bruta de Serviços	RS 114.296,97	RS 117.040,10	RS 119.849,06	RS 122.725,44	RS 125.670,85	RS 128.696,85	RS 133.738,01	RS 137.427,72	RS 161.205,99	RS 165.074,93	RS 169.036,73	RS 173.083,61	RS 1.707.846,37
(-) Tributação (Simples Nacional)	RS 37.718,00	RS 38.623,23	RS 39.550,19	RS 40.499,40	RS 41.471,38	RS 42.466,69	RS 43.483,54	RS 44.521,15	RS 53.197,98	RS 54.474,73	RS 55.782,12	RS 57.120,89	RS 563.589,30
Receita Operacional Líquida	RS 76.578,97	RS 78.416,87	RS 80.298,87	RS 82.226,04	RS 84.199,47	RS 86.230,16	RS 90.254,47	RS 92.906,57	RS 108.008,01	RS 110.600,20	RS 113.254,61	RS 115.962,72	RS 1.144.257,07
(-) Despesas operacionais	RS 1.008,56	RS 12.102,68											
Margem de contribuição	RS 75.570,41	RS 77.408,31	RS 79.290,31	RS 81.217,49	RS 83.190,91	RS 85.221,60	RS 87.245,91	RS 89.274,01	RS 106.999,46	RS 109.591,65	RS 112.246,05	RS 114.964,16	RS 1.132.154,39
(-) Despesas com mão de obra	RS 5.996,10	RS 6.105,82	RS 6.227,94	RS 6.352,50	RS 6.479,55	RS 6.609,14	RS 6.741,32	RS 6.876,15	RS 7.013,67	RS 7.153,95	RS 7.297,02	RS 7.442,96	RS 80.288,13
(-) Despesas comerciais	RS 374,46	RS 4.493,56											
Resultado Operacional	RS 17.474,73	RS 18.192,90	RS 20.952,79	RS 22.755,40	RS 24.601,78	RS 26.492,97	RS 28.434,00	RS 30.427,84	RS 47.876,20	RS 50.328,12	RS 52.939,44	RS 55.411,61	RS 426.553,23
Resultado do Exercício	RS 17.474,73	RS 18.192,90	RS 20.952,79	RS 22.755,40	RS 24.601,78	RS 26.492,97	RS 28.434,00	RS 30.427,84	RS 47.876,20	RS 50.328,12	RS 52.939,44	RS 55.411,61	RS 426.553,23

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Ano 3													
Receita Bruta de Serviços	RS 169.908,42	RS 194.466,22	RS 199.133,41	RS 203.912,61	RS 208.806,52	RS 213.817,87	RS 248.142,77	RS 254.038,19	RS 260.136,55	RS 266.441,27	RS 272.835,86	RS 279.383,92	RS 2.791.143,61
(-) Tributação (Simples Nacional)	RS 62.669,78	RS 64.173,85	RS 65.714,03	RS 67.291,16	RS 68.906,15	RS 70.559,90	RS 81.887,11	RS 83.652,40	RS 85.464,36	RS 87.325,62	RS 89.239,69	RS 91.196,69	RS 921.077,39
Receita Operacional Líquida	RS 127.238,64	RS 130.292,37	RS 133.419,39	RS 136.621,45	RS 139.900,37	RS 143.257,97	RS 166.255,66	RS 170.385,79	RS 174.672,19	RS 179.115,65	RS 183.596,17	RS 188.187,23	RS 1.870.066,22
(-) Despesas operacionais	RS 1.008,56	RS 12.102,68											
Margem de contribuição	RS 126.230,08	RS 129.283,81	RS 132.410,83	RS 135.612,89	RS 138.891,81	RS 142.249,42	RS 165.247,10	RS 169.377,23	RS 173.663,63	RS 177.507,09	RS 181.791,47	RS 186.178,67	RS 1.857.963,54
(-) Despesas com mão de obra	RS 51.735,12	RS 620.821,47											
(-) Despesas comerciais	RS 7.591,82	RS 7.743,66	RS 7.898,53	RS 8.056,50	RS 8.217,63	RS 8.381,99	RS 8.549,63	RS 8.720,62	RS 8.895,03	RS 9.072,93	RS 9.254,39	RS 9.439,48	RS 101.822,22
(-) Depreciação	RS 374,46	RS 4.493,56											
Resultado Operacional	RS 86.528,67	RS 69.430,57	RS 72.402,71	RS 75.446,80	RS 78.564,59	RS 81.757,84	RS 104.587,89	RS 108.407,03	RS 112.318,51	RS 116.324,57	RS 120.427,49	RS 124.629,60	RS 1.130.826,29
Resultado do Exercício	RS 86.528,67	RS 69.430,57	RS 72.402,71	RS 75.446,80	RS 78.564,59	RS 81.757,84	RS 104.587,89	RS 108.407,03	RS 112.318,51	RS 116.324,57	RS 120.427,49	RS 124.629,60	RS 1.130.826,29

Apêndice D.2 – Anos 04 e 05

Ano 4												Total	
Receita Bruta de Serviços	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
(-) Tributação (Simples Nacional)	R\$ 336.575,45	R\$ 344.653,26	R\$ 352.924,94	R\$ 361.395,14	R\$ 370.068,62	R\$ 378.950,27	R\$ 426.849,58	R\$ 437.093,97	R\$ 447.584,23	R\$ 453.326,25	R\$ 469.326,08	R\$ 480.589,90	R\$ 4.864.337,69
Receita Operacional Líquida	R\$ 111.069,90	R\$ 113.735,58	R\$ 116.465,23	R\$ 119.260,40	R\$ 122.122,64	R\$ 125.053,59	R\$ 140.860,36	R\$ 144.241,01	R\$ 147.702,79	R\$ 151.247,66	R\$ 154.877,61	R\$ 158.594,67	R\$ 1.605.231,44
(-) Despesas operacionais	R\$ 225.505,55	R\$ 230.917,68	R\$ 236.459,71	R\$ 242.134,74	R\$ 247.945,98	R\$ 253.896,68	R\$ 285.989,22	R\$ 292.852,96	R\$ 299.881,43	R\$ 307.078,59	R\$ 314.448,47	R\$ 321.995,24	R\$ 3.259.106,25
Margem de contribuição	R\$ 224.496,99	R\$ 229.909,13	R\$ 235.451,15	R\$ 241.126,19	R\$ 246.937,42	R\$ 252.888,12	R\$ 284.960,66	R\$ 291.844,40	R\$ 298.872,88	R\$ 306.070,03	R\$ 313.439,92	R\$ 320.966,68	R\$ 3.247.003,57
(-) Despesas com mão de obra	R\$ 51.735,12	R\$ 620.821,47											
(-) Despesas comerciais	R\$ 9.628,27	R\$ 9.820,83	R\$ 10.017,25	R\$ 10.217,60	R\$ 10.421,95	R\$ 10.630,39	R\$ 10.842,99	R\$ 11.059,85	R\$ 11.281,05	R\$ 11.506,87	R\$ 11.736,81	R\$ 11.971,54	R\$ 128.135,20
(-) Depreciação	R\$ 374,46	R\$ 4.493,56											
Resultado Operacional	R\$ 162.759,14	R\$ 167.978,71	R\$ 173.324,32	R\$ 178.799,00	R\$ 184.405,89	R\$ 190.148,15	R\$ 222.028,08	R\$ 228.674,98	R\$ 235.482,24	R\$ 242.453,77	R\$ 249.593,52	R\$ 256.905,55	R\$ 2.492.553,35
Resultado do Exercício	R\$ 162.759,14	R\$ 167.978,71	R\$ 173.324,32	R\$ 178.799,00	R\$ 184.405,89	R\$ 190.148,15	R\$ 222.028,08	R\$ 228.674,98	R\$ 235.482,24	R\$ 242.453,77	R\$ 249.593,52	R\$ 256.905,55	R\$ 2.492.553,35

Ano 5												Total	
Receita Bruta de Serviços	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
(-) Tributação (Lucro Presumido)	R\$ 559.231,89	R\$ 572.653,45	R\$ 586.397,14	R\$ 600.470,67	R\$ 614.881,96	R\$ 629.639,13	R\$ 773.700,56	R\$ 792.269,38	R\$ 811.283,84	R\$ 830.754,66	R\$ 850.692,77	R\$ 871.109,39	R\$ 8.493.094,85
Receita Operacional Líquida	R\$ 178.954,20	R\$ 183.249,11	R\$ 187.647,08	R\$ 192.150,61	R\$ 196.762,23	R\$ 201.484,52	R\$ 247.584,18	R\$ 253.526,20	R\$ 259.610,83	R\$ 265.841,49	R\$ 272.221,69	R\$ 278.755,01	R\$ 2.717.797,15
(-) Despesas operacionais	R\$ 380.277,68	R\$ 389.404,35	R\$ 398.750,05	R\$ 408.320,05	R\$ 418.119,74	R\$ 428.154,61	R\$ 526.116,38	R\$ 538.743,18	R\$ 551.673,01	R\$ 564.913,17	R\$ 578.471,08	R\$ 592.354,39	R\$ 5.775.297,70
Margem de contribuição	R\$ 379.269,13	R\$ 386.395,79	R\$ 397.741,50	R\$ 407.311,50	R\$ 417.111,18	R\$ 427.146,05	R\$ 525.107,83	R\$ 537.734,62	R\$ 550.884,46	R\$ 563.904,61	R\$ 577.462,53	R\$ 591.345,83	R\$ 5.763.195,02
(-) Despesas com mão de obra	R\$ 51.735,12	R\$ 620.821,47											
(-) Despesas comerciais	R\$ 12.210,97	R\$ 12.455,19	R\$ 12.704,30	R\$ 12.958,38	R\$ 13.217,55	R\$ 13.481,90	R\$ 13.751,54	R\$ 14.026,57	R\$ 14.307,10	R\$ 14.593,24	R\$ 14.885,11	R\$ 15.182,81	R\$ 163.774,66
(-) Depreciação	R\$ 374,46	R\$ 4.493,56											
Resultado Operacional	R\$ 314.948,57	R\$ 323.831,01	R\$ 332.927,62	R\$ 342.243,53	R\$ 351.784,04	R\$ 361.554,57	R\$ 459.246,70	R\$ 471.598,47	R\$ 484.247,77	R\$ 497.201,78	R\$ 510.467,83	R\$ 524.053,44	R\$ 4.974.105,33
Resultado do Exercício	R\$ 314.948,57	R\$ 323.831,01	R\$ 332.927,62	R\$ 342.243,53	R\$ 351.784,04	R\$ 361.554,57	R\$ 459.246,70	R\$ 471.598,47	R\$ 484.247,77	R\$ 497.201,78	R\$ 510.467,83	R\$ 524.053,44	R\$ 4.974.105,33