



UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – NITERÓI

BRUNO CALDAS SANTOS
11550009-2
JONAS SCHEINER DA CUNHA
11613002-2
THAYNÁ BATISTA LEITE REIS
11550004-2

GO!:

Plataforma digital facilitadora para negociações de frete B2B

Plano de Negócios
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

NITERÓI

NOVEMBRO DE 2018

**BRUNO CALDAS SANTOS
JONAS SCHEINER DA CUNHA
THAYNÁ BATISTA LEITE REIS**

GO!
**Plataforma digital facilitadora para negociações de
frete B2B**

Plano de negócios apresentada à banca examinadora da Universidade Candido Mendes – Niterói, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves

NITEROI
Novembro/2018

**BRUNO CALDAS SANTOS
JONAS SCHEINER DA CUNHA
THAYNÁ BATISTA L. REIS**

**GO!:
Plataforma digital facilitadora para negociações de frete
B2B**

Plano de negócios apresentada à banca examinadora da Universidade Candido Mendes – Niterói, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Nota: _____
Aprovado ()
Aprovado com louvor ()
Aprovado com restrições ()
Reprovado ()
Data: ____/____/_____

Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. Elza Calazans
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. Marlice Mattos
Universidade Candido Mendes

Sumário

1. CAPA.....	6
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	7
2.1.RESUMO.....	7
2.2.MISSÃO	7
2.3.VISÃO.....	8
2.4.VALORES.....	8
2.5.PÚBLICO ALVO.....	8
3. PRODUTOS E SERVIÇOS.....	8
3.1.SERVIÇOS.....	8
3.2.DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA PARA ABERTURA	9
3.3.TECNOLOGIAS PARA O PRODUTO	10
3.4.PRODUTOS OFERECIDOS FUTURAMENTE.....	10
4. ANÁLISE DE MERCADO.....	10
4.1.TIPOS DE CARGA	11
4.2.DADOS DE MERCADO	12
5. PESQUISAS JUNTO AOS CLIENTES.....	14
5.1.NOSSOS CLIENTES.....	14
5.2.ONDE SERÃO ENCONTRADOS OS NOSSOS CLIENTES.....	14
6. FATORES CRÍTICOS DO SUCESSO	16
7. ANÁLISESWOT	17
7.1.PLANO DE AÇÃO.....	17
7.2.FORÇAS	18
7.3.OPORTUNIDADES	18
8. AS 5 FORÇAS DE PORTER.	19
8.2.PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS FORNECEDORES.....	20
8.3.PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS CLIENTES	20
8.4.AMEAÇA DE ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES	20
8.5.AMEAÇA DE PRODUTOS SUBSTITUTOS	21
8.6.GRÁFICO DE RISCO.....	21
9. ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO.....	22
9.1.IMAGEM DO NEGÓCIO	22
9.2.POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	22
9.3.DIFERENCIAL	22
9.4.PARCERIAS.....	23
9.5.INDICADORES DE DESEMPENHO	23
10. ORGANIZAÇÃO E PLANO OPERACIONAL DO NEGÓCIO.....	26
10.1.ORGANOGRAMA	26
10.1.1.QUALIFICAÇÃO E RESPONSABILIDADES DOS EMPREENDEDORES.	27
10.2.DEFINIÇÃO DO PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS.....	28
10.3.SALÁRIOS DE CADA CARGO	29
10.4.FLUXOGRAMA	29
10.5.LAYOUT	31
11. 4P'S.....	32
11.1.PRODUTO	32
11.2.PREÇO	32
11.3.PRAÇA.....	33
11.4.PROMOÇÃO	33
12. PLANO DE MARKETING.....	34
13. RECURSOS DE MARKETING	34
14. RECURSOS PESSOAIS	35
15. PLANO FINANCEIRO	36
15.1.INVESTIMENTO INICIAL	36
15.2.EMPRÉSTIMO	37

15.3. IMOBILIZADOS E INTANGÍVEIS (INVESTIMENTO INICIAL)	38
16. ESTRUTURA DE CUSTOS	39
16.1. DESPESAS	40
17. FLUXO DE CAIXA MENSAL- 2019 (PROJETADO).....	44
18. PLANEJAMENTO	45
18.1. CENÁRIO PROVÁVEL	45
18.2. CENÁRIO PESSIMISTA.....	46
18.3. CENÁRIO OTIMISTA	47
19. DEMONSTRATIVO DE RESULTADO (DRE)	48
20. BALANÇO PATRIMONIAL.....	49
21. ÍNDICES	50
21.1. MARGEM OPERACIONAL	50
21.2. MARGEM LÍQUIDA.....	50
21.3. ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE	50
21.4. ÍNDICE DE RENTABILIDADE (RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO)	51
21.5. ÍNDICE DE ENDIVIDAMENTO	51
22. INDICADORES DE VIABILIDADE	52
22.1. CENÁRIO PROVÁVEL	52
22.2. CENÁRIO PESSIMISTA.....	52
22.3. CENÁRIO OTIMISTA	53
23. CICLO DE VIDA	54
23.1. INTRODUÇÃO	54
23.2. CRESCIMENTO	55
23.3. MATURIDADE	55
23.4. DECLÍNIO.....	55
24. REFERÊNCIAS	57

Empresa GO!

Av. Ernani do Amaral Peixoto, 455 - Centro
24005-900 – Niterói – RJ
Tel: (21) 2610- 2555
Cel: (21) 9 7221- 6926



Bruno Caldas Santos
CEO
Rua Antônio Parreiras, 20 – Boa Viagem
24210-320 – Niterói - RJ

Jonas Scheiner da Cunha
Diretor Financeiro/ Operacional
Rua Noronha Torrezão, 181 - Santa Rosa
24240-185 – Niterói – RJ

Thayná Batista L. Reis
Diretora Comercial
Rua Mem de Sá, 73 – Icaraí
24220-260 – Niterói – RJ

Este Plano de Negócios foi elaborado em Novembro de 2018 por Bruno Caldas dos Santos, Jonas Scheiner da Cunha e Thayná Batista L. Reis

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1. Resumo

O presente trabalho tem por objetivo elaborar um plano de negócios para o surgimento de uma empresa, voltada para o ramo de transportes rodoviários. A “GO!” é uma empresa que surgiu com o intuito de facilitar a relação entre distribuidores, revendedores, fornecedores e fabricantes com transportadoras. A empresa promete tornar mais rápido, eficiente e prático o processo de cotação de frete entre empresas e transportadoras, através de plataformas digitais, como site web e aplicativo.

O valor do frete é um dos maiores custos que uma empresa absorve em suas operações, o que faz com que ele comprometa uma grande fatia do faturamento. Esse também é um dos motivos que fazem com que seja necessário fazer o controle dos preços cobrados pelas transportadoras, visto que qualquer falha pode fazer com que o negócio arque com prejuízos.

Além disso, quando esse custo é muito elevado e a precificação para o consumidor final não é adequada, a lucratividade é prejudicada. Portanto, além de ser necessário fazer a identificação para fins de controle financeiro, ela é necessária para que a formação de preço seja ideal, assim sendo de enorme eficiência para o mercado a criação desse novo modelo mais abrangente de cotação de fretes para o mercado nacional.

2.2. Missão

Facilitar a integração entre empresas que necessitam de serviços de transporte terceirizado e transportadoras, com praticidade, eficiência e transparência. Gerando um aumento na competitividade, melhora nos preços dos transportes e garantindo a satisfação dos clientes.

2.3. Visão

Tornar-se referência no ramo de transportes e expandir para diversos países, sendo reconhecida como a melhor opção de praticidade e eficácia para quem busca esse tipo de serviço.

2.4. Valores

- Excelência no atendimento e relacionamento com os clientes;
- Profissionalismo;
- Inovação;
- Transparência;
- Praticidade.

2.5. Público Alvo

A GO! é uma empresa bastante abrangente, nossos clientes são todas as empresas que utilizam, necessitam ou dependem do transporte de mercadorias para seu negócio e transportadoras de todo o Brasil.

3. PRODUTOS E SERVIÇOS

3.1. Serviços.

A empresa GO! oferecerá através de uma plataforma digital um novo modelo de cotação de fretes para empresas de todos os ramos em território nacional. Será possível através dos nossos serviços que o contratante possa encontrar com mais facilidade e menos burocracia o transporte desejado por um preço mais justo do que no modo antigo de cotação que é atualmente oferecido no mercado, que se resume a uma pesquisa de forma individual tendo que ser feito contato com cada transportadora que se conheça que haja possibilidade de prestar os serviços de transportes desejados. A inspiração para criar esse serviço

foi uma necessidade de tornar a cotação de fretes mais prática e surgiu por fazer parte do dia a dia de um dos integrantes, que diariamente tem a necessidade de se fazer a cotação de diversos fretes, de diversos emitentes de todo o Brasil.

3.2. Documentação Necessária para Abertura

Somos uma empresa de pequeno porte (EPP), de responsabilidade civil Limitada (Ltda.). Para abertura da empresa será necessário realizar um registro na JUCERJA(Junta comercial do Rio de Janeiro).

Documentos: Viabilidade, DBE(documento básico de entrada no CNPJ), comprovante de residência dos sócios(cópia autenticada), identidade e cpf dos sócios(cópia autenticada), cópia das guias pagas(Valor para registrar o contrato social R\$387 + DARF R\$21,00), contrato social, IPTU do local da empresa ou espelho do IPTU.

Por envolver estrutura física menor que 150m², possuindo certificado do corpo de bombeiros, a entrada na prefeitura será analisada como processo simplificado (atividade sem risco e local seguro), taxas de R\$529,00 para prefeitura + R\$160,38 bombeiro.

Para registro da plataforma é necessário cadastro no INPI(Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Para registro na Apple Store precisamos inicialmente criar uma conta de desenvolvedor, que permite que se publique aplicativos. Porém, caso você queira publicar através da sua empresa, você precisará do DUNS Number da empresa - este número é como se fosse um "CNPJ" global em que a Apple acredita. Esse número é gerado pela consultoria Dun&Bradstreet. Esse código pode ser conseguido gratuitamente através do envio das informações da sua empresa, e leva cerca de 30 dias úteis para ser gerado. Já na loja para aplicativos Android o cenário é mais simples - você precisa apenas criar uma conta de desenvolvedor na loja, sem nenhuma outra exigência.

3.3. Tecnologias para o Produto

Não existe nenhuma tecnologia pronta para a utilização dos serviços que serão disponibilizados, porém existe tecnologia que torne o desenvolvimento possível.

3.4. Produtos Oferecidos Futuramente

Futuramente planejamos poder oferecer para motoristas autônomos de fazer parte da nossa plataforma. Existem planos também de que se possa cotar os seguros das cargas diretamente em nossa plataforma, garantindo melhores preços e ainda mais praticidade.

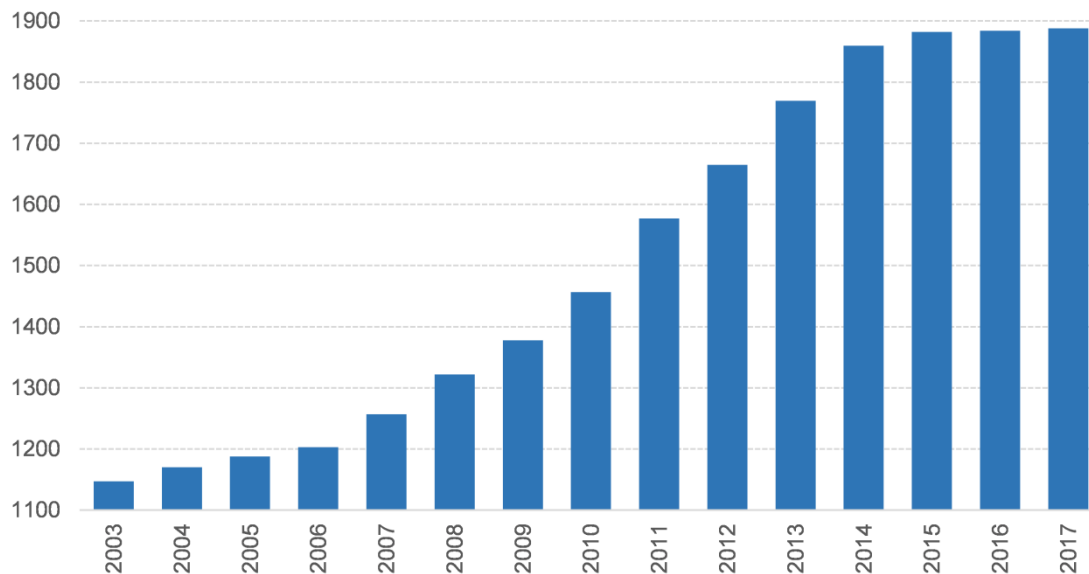
4. ANÁLISE DE MERCADO

O mercado para esse tipo de negócio é enorme. O Brasil é um país no qual 61% de todo transporte é feito por rodovias. Possuímos 145.452 empresas de transporte rodoviário regulamentadas em todo o território brasileiro além de inúmeras empresas que necessitam desse transporte.

O gráfico abaixo apresenta a evolução da frota de caminhões no Brasil, segundo estimativas do Sindipeças. Como pode ser notado, a frota encerrou 2017 com um montante de 1,89 milhão de unidades. Ela ficou relativamente estabilizada entre 2015 e 2017, por conta da forte retração da venda de caminhões novos no período, após crescer quase 6% a.a. em 2007-14 (período no qual o PIB total avançou cerca de 3,5% a.a.).

Brasil: frota circulante de caminhões

Em mil unidades. Fonte: Sindipecas.



Fonte: SINDIPEÇAS.

O ano com maior expansão da frota foi 2011, com uma alta de 8,3% – antes, portanto, da instituição do programa PSI-Finame/BNDES com taxas de juros nominais abaixo da TJLP, em 2,5% a.a., que teve início em setembro de 2012.

Além do momento macroeconômico bastante favorável (PIB crescendo quase 8% em 2010 e cerca de 4% em 2011), outro fator foi determinante para que 2011 registrasse o recorde histórico de licenciamentos de caminhões (e também de ônibus): a transição da tecnologia dos motores a diesel, no âmbito do protocolo Proconve-P7 (estipulado quase 10 anos antes).

4.1. Tipos de Carga

O transporte de carga rodoviária é dividido em tipos de carga, que de modo que cada tipo tenha sua particularidade e isso terá influência direta quando for feito o cálculo de frete. Para que as transportadoras possam atender ao máximo de clientes, grande parte delas atuam com o

transporte de mais de um tipo de carga, assim podendo abranger um público alvo mais abrangente, como pode ser visto na figura a seguir. Sendo assim diversificando suas operações e diminuindo riscos.



FONTE: REVISTA TEMPOS MODERNOS

4.2. Dados de Mercado

De acordo com a Confederação Nacional de Transporte, o Brasil possui em extensão total de malha rodoviária 1.720.643,2 km, contra somente 29.165km de malha ferroviária, o tornando o principal sistema logístico do Brasil. Contra as malhas aquaviária, ferroviária e aeroviária, as rodovias representam 61% de participação para o transporte de cargas em território brasileiro.

BOLETIM ESTATÍSTICO - CNT - MAIO 2018					
RODOVIÁRIO					
Malha Rodoviária - extensão em Km				Frota de Veículos	
	Pavimentada	Não Pavimentada	Total		
Federal	65.727	10.728	76.455	Caminhão	2.733.221
Rodovias Estaduais				Cavalo mecânico	631.519
Transitórias, Estaduais e Municipais	148.061	1.353.782	1.501.843	Reboque	1.535.003
Rede Planejada	-	-	157.309	Semi-reboque	931.196
Total	213.788	1.364.510	1.735.607	Ônibus interestaduais e internacionais*	28.665
				intermunicipais**	57.000
				fretamento*	21.711
				urbanos***	107.000
Malha Rodoviária Concessionada - extensão em Km					
Administrada por concessionárias privadas			19.463		
Administrada por operadoras Estaduais			1.195	Nº de Terminais Rodoviários	173

MOVIMENTAÇÃO ANUAL - CARGAS E PASSAGEIROS						
Matriz do Transporte de Cargas			Autônomos			
Modal	Milhões (TKU)	Participação (%)	Modal		Rodoviário	
Rodoviário	485.625	61,1	Autônomos		485.921	
Ferrovário	164.809	20,7				
Aquaviário	108.000	13,6				
Dutoviário	33.300	4,2				
Aéreo	3.169	0,4				
Total	794.903	100,0				

Passageiros Transportados					
Modal	Rodoviário ⁽²⁰¹⁶⁾		Ferrovário ⁽²⁰¹⁶⁾	Aquaviário* ^(2015/2016)	Aeroviário** ⁽²⁰¹⁷⁾
	Interestadual/Internacional		Longa Distância		
Total	92.529.213		2.893.458	552.091	98.984.771

*Número de passageiros que viajaram em cruzeiros marítimos pelo país Temporada 2015/2016 **embarque e desembarque

Empresas							
Modal	Cargas			Aeroviário ⁽³⁾	Passageiros		
	Rodoviário	Ferrovário ⁽¹⁾	Aquaviário ⁽²⁾		Interest/Intern	Fretamento*	Urbano**
Nº de empresas	145.452	9	356	12	234	4.089	20.778

MOVIMENTAÇÃO ANUAL - CARGAS E PASSAGEIROS						
Matriz do Transporte de Cargas			Autônomos			
Modal	Milhões (TKU)	Participação (%)	Modal		Rodoviário	
Rodoviário	485.625	61,1	Autônomos		485.921	
Ferrovário	164.809	20,7				
Aquaviário	108.000	13,6				
Dutoviário	33.300	4,2				
Aéreo	3.169	0,4				
Total	794.903	100,0				

Passageiros Transportados					
Modal	Rodoviário ⁽²⁰¹⁶⁾		Ferrovário ⁽²⁰¹⁶⁾	Aquaviário* ^(2015/2016)	Aeroviário** ⁽²⁰¹⁷⁾
	Interestadual/Internacional		Longa Distância		
Total	92.529.213		2.893.458	552.091	98.984.771

*Número de passageiros que viajaram em cruzeiros marítimos pelo país Temporada 2015/2016 **embarque e desembarque

Empresas							
Modal	Cargas			Aeroviário ⁽³⁾	Passageiros		
	Rodoviário	Ferrovário ⁽¹⁾	Aquaviário ⁽²⁾		Interest/Intern	Fretamento*	Urbano**
Nº de empresas	145.452	9	356	12	234	4.089	20.778

FONTE: BOLETIM ESTATÍSTICO CNT.

“83,3% das empresas usam celular corporativo ou pessoal

Além da utilização de computador e da Internet, o telefone celular também vem se destacando como uma importante ferramenta de tecnologia de informação e comunicação: 83,3% das empresas utilizaram celular corporativo ou pessoal para fins de trabalho. Nas empresas de menor porte, o uso de celular pessoal foi predominante: 52,4% das microempresas o utilizaram, enquanto 40,3% delas usaram celular corporativo. Já nas empresas com 10 ou mais pessoas ocupadas, o uso do celular corporativo (70,7%) foi bem mais frequente do que o uso do celular pessoal (34,2%).” (FONTE:IBGE)

Com base nos dados apresentados acima, pudemos ver os primeiros indícios de viabilidade para a implantação da empresa nesse

mercado, tendo em vista a demanda para o negócio e o número de empresas que já possuem acesso a dispositivos que serão utilizados para se acessar a plataforma a ser criada.

5. PESQUISAS JUNTO AOS CLIENTES.

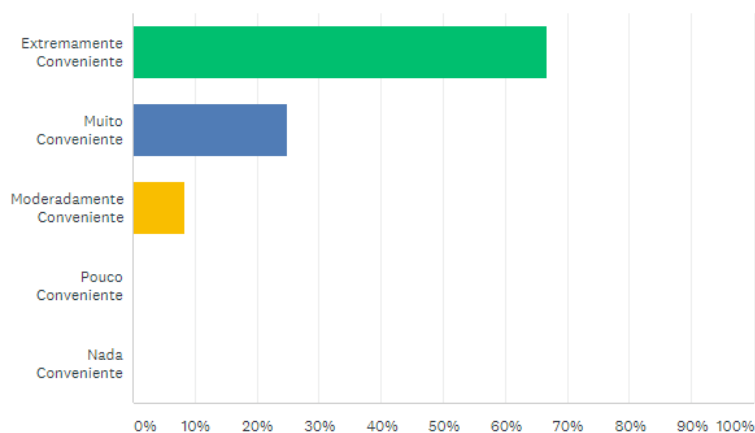
5.1. Nossos Clientes

Nossos clientes são todas as empresas que utilizam, necessitam ou dependem do transporte de mercadorias para seu negócio em sua rotina e transportadoras de todo o Brasil.

5.2. Onde serão encontrados os Nossos Clientes

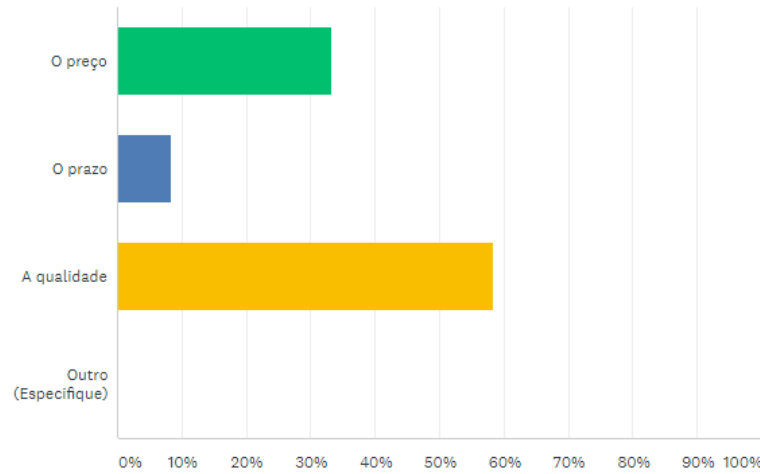
Nossos clientes são separados em duas partes, os que precisam do transporte, e as empresas que fazem os transportes. Portanto, cada lado teria um desejo diferente, enquanto o contratante dos serviços de transporte deseja maior praticidade, qualidade, eficácia e melhores preços, as transportadoras desejam que sua demanda aumente.

O quão conveniente pode ser para você a utilização dos serviços da nossa empresa ?



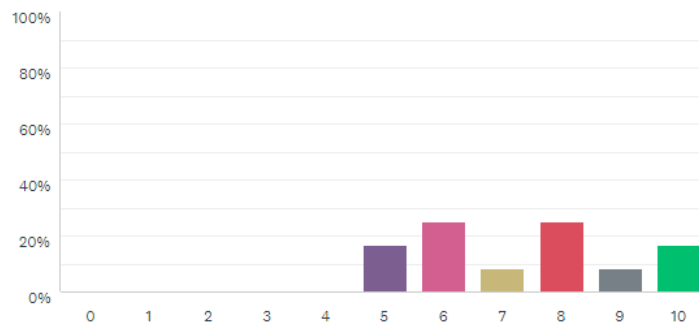
Fonte: SurveyMonkey

O que você considera mais importante na contratação de um serviço?



Fonte: SurveyMonkey

De 0 a 10, qual a sua dificuldade de encontrar o serviço de transporte desejado ?



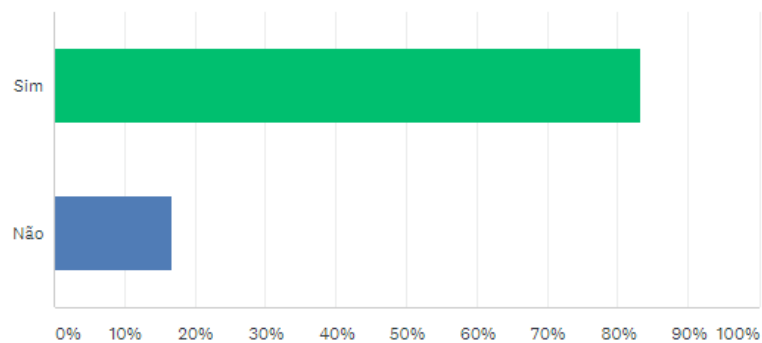
Fonte: SurveyMonkey

Com qual frequência você faz cotação de transporte?



Fonte: SurveyMonkey

Você sente que o modo pelo qual realiza as cotações está ultrapassado



Fonte: SurveyMonkey

6. FATORES CRÍTICOS DO SUCESSO

Os Fatores Críticos de Sucesso podem ser considerados como um diferencial tanto na definição das estratégias que serão adotadas pela organização, quanto pela necessidade em satisfazer o cliente através desses fatores. Nosso principal fator crítico de sucesso é oferecer um

serviço que nenhuma outra empresa ou plataforma oferece ao cliente, transformando um serviço que atualmente é burocrático e demorado em algo prático e eficiente para ambos os lados das negociações.

7. ANÁLISESWOT

Strength (Forças)	Weakness (Fraquezas)
-PRÁTICO -ACESSÍVEL -EFICAZ	MARCA DESCONHECIDA
Oportunity (Oportunidades)	Threat (Ameaças)
-ALTA DEMANDA -INOVAÇÃO NO MERCADO -FALTA DE CONCORRENTES	SURGIMENTO DE SUBSTITUTOS

7.1. Plano de Ação

Fraquezas	PLANO DE AÇÃO
MARCA DESCONHECIDA	UTILIZAR DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE FORMA EFICAZ PARA FAZER A INSERÇÃO DA MARCA NO MERCADO, PASSANDO CONFIABILIDADE PARA OS POSSÍVEIS CLIENTES.
Ameaças	PLANO DE AÇÃO
SURGIMENTO DE SUBSTITUTOS	SE FORTALECER COM PARCERIAS ENTRE AS PRINCIPAIS EMPRESAS NO RAMO DE TRANSPORTE E GRANDES EMPRESAS. ESTRATÉGIA DE MARKETING MASSIVO.

7.2. Forças

-PRÁTICO: O interessado consegue fazer a cotação do seu transporte de carga e fechar negócio utilizando somente uma plataforma digital.

-ACESSÍVEL: Necessário somente acesso a internet e um dispositivo para acessar nossas plataformas.

-EFICAZ: Garante os melhores preços aos clientes interessados em contratar serviços de transporte, mostrando maiores opções aos mesmos. Trazendo também mais clientes para as transportadoras.

7.3. Oportunidades

-ALTA DEMANDA: 145.452 transportadoras atuando nas rodovias existentes em território Brasileiro. Mais de 21 milhões de empresas ativas no Brasil.

-INOVAÇÃO NO MERCADO: Não possui plataforma similar para suprir as necessidades do público-alvo já existente.

-FALTA DE CONCORRENTES: Não precisaremos nos demonstrar ser melhor opção ao público em relação a outros concorrentes, somente em passar credibilidade ao cliente e fixar a marca no mercado.

Assim, de acordo com a análise SWOT realizada, pode-se verificar que a GO! deve potencializar seus pontos fortes, bem como aproveitar as oportunidades do negócio, como o tamanho do setor e a possibilidade de expansão do negócio, como forma de se apresentar à frente da concorrência do mercado.

Em relação aos pontos fracos, a empresa buscará soluções que reduzam ou ao menos eliminem os riscos ao negócio, para fins de garantir o sucesso do empreendimento, não ignorando tais pontos uma vez que podem comprometer todo o empreendimento.

8. AS 5 FORÇAS DE PORTER.

Através da análise destas forças poderá se identificar os pontos fortes e fracos da Empresa. São cinco forças competitivas que devem ser levadas em consideração para se desenvolver uma estratégia, quais sejam: rivalidade entre os concorrentes, poder de barganha dos fornecedores, poder de barganha dos clientes, ameaça de produtos substitutos, ameaça de novos entrantes, conforme demonstra a ilustração 3, a seguir:



Fonte: Wikipédia

8.1. Rivalidade entre os Concorrentes

Essa força refere-se ao nível de competitividade entre os concorrentes. Nesta dimensão, deve-se considerar a atividade e agressividade dos

concorrentes diretos. Aqueles que vendem um mesmo produto num mesmo mercado que a organização em questão. No nosso caso a rivalidade é de baixo risco, tendo em vista que não possuímos concorrência.

8.2. Poder de Negociação dos Fornecedores

Relaciona-se com o poder dos fornecedores em determinar condições comerciais que pressionam os custos da indústria. Representa pouco risco para nossa empresa, tendo em vista que nossos "fornecedores" tendem a crescer com nosso crescimento e vice-versa, incluindo nossos ganhos que são proporcionais aos preços passados pelas transportadoras.

8.3. Poder de Negociação dos Clientes

Pode ser traduzido como a capacidade de barganha dos clientes para com as empresas do setor. Esta força competitiva tem a ver com o poder de decisão dos compradores sobre os atributos do produto, principalmente quanto a preço e qualidade. Assim, os compradores têm poderes quando: As compras do setor são de grande volume; Os produtos a serem comprados são padronizados, e sem grande diferenciação. No nosso caso, as cargas transportadas são por valores geralmente tabelados por cada transportadora, porém são negociáveis, o que causaria uma concorrência direta entre as mesmas tornando o poder de negociação dos clientes alto, por se tratar de concorrência. Porém nossa empresa sairia ganhando independente das negociações.

8.4. Ameaça de Entrada de Novos Concorrentes

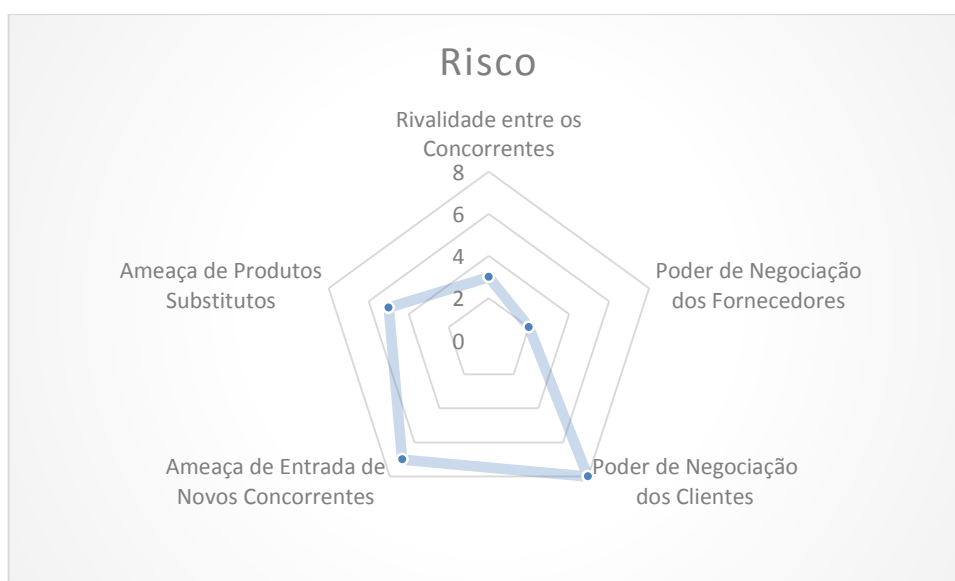
Além de ser necessário observar as atividades das empresas concorrentes, a ameaça da entrada de novos participantes depende das barreiras existentes contra sua entrada, além do poder de reação das organizações já constituídas. (Serra, Torres & Torres, 2004). Estas barreiras são os fatores que atrapalham o aparecimento de novas empresas para concorrerem em determinado setor. Algumas das principais barreiras são: Economia de Escala; Capital Necessário; Acesso aos canais de distribuição. No nosso caso é de alto risco, pois por se tratar de uma plataforma de baixo

custo de entrada e retornos atrativos, se tornaria atrativa para que surgisse uma concorrência futuramente. Para que possamos lidar com esse risco, terá de haver um grande investimento em marketing da empresa, para que sempre que for pensando na necessidade de utilizar esse tipo de serviço, a nossa empresa ser a primeira a ser lembrada pelos clientes.

8.5. Ameaça de Produtos Substitutos

São aqueles que não são os mesmos produtos que o seu, mas atendem à mesma necessidade. É prudente avaliar este tipo de produto. Geralmente surgem em mercados situados nos extremos e após certo tempo este se estabiliza em toda a região. Possuímos nesta dimensão um médio risco, tendo em vista que os clientes podem utilizar de outros meios para ter um resultado final do nosso serviço, porém bem mais burocráticos. Para lidar com essa ameaça, manteremos o serviço oferecido funcionando plenamente para que nossos clientes se sintam cada vez mais à vontade para utilizar da nossa plataforma. Planejamos construir parcerias com seguradoras para conseguir baixar os valores de seguro das cargas, oferecendo assim melhores preços para nossos clientes somando transporte+seguro.

8.6. Gráfico de Risco



Fonte: Membros do Grupo.

9. ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO

9.1. Imagem do Negócio

A GO! pretende passar para o mercado uma imagem de eficiência, queremos ser reconhecidos não como uma simples plataforma ou aplicativo, mas como um facilitador. Estamos no mercado para facilitar a vida dos clientes, aumentar o público alvo das transportadoras e conseqüentemente criar uma concorrência saudável tornando os preços mais justos para o cliente final.

9.2. Posicionamento estratégico

Somos a primeira empresa no mercado a oferecer esse tipo de serviço, portanto investiremos forte para nos tornarmos referência para os possíveis usuários da plataforma. Demonstrar ao cliente que a nossa principal preocupação é a excelência no atendimento ao cliente e facilitar a sua rotina de trabalho. Iremos contatar diretamente empresas de diversos ramos que fazem o uso constante de transporte, sendo elas fabricantes, fornecedores, distribuidoras ou “comércio”. Simultaneamente entraremos com promoções e parcerias com as principais transportadoras do país, para que as mesmas ofereçam aos seus clientes que façam uso da plataforma para formalizar e finalizar suas negociações.

9.3. Diferencial

Permitir que o cliente final que assumirá a responsabilidade de arcar com o valor do transporte tenha mais opções de transportadoras, podendo realizar diversas cotações com bastante praticidade e com resultados eficientes. Portanto o cliente terá uma maior probabilidade de conseguir negociar melhores preços e reduzir seus custos com transporte.

9.4. Parcerias

Iremos concluir parcerias com as principais transportadoras, tornando favorável para as mesmas utilizar nossa plataforma e assim atrair mais clientes. Futuramente planejamos fazer parcerias junto às seguradoras, para oferecer valores mais justos de seguro de mercadoria.

9.5. Indicadores de Desempenho

Importância dos indicadores de desempenho logístico em transporte:

Manter uma logística de qualidade é fundamental para que os embarcadores consigam fidelizar seus clientes e alcançar suas metas, e neste sentido, poder contar com a parceria de uma transportadora que tenha visão em tempo real do andamento dos principais números da sua operação é um grande diferencial que fará seus serviços alcançarem resultados muito além do que foi previamente estipulado.

Mesmo com a vontade e o esforço dos gestores, existem certos entraves que impedem o aperfeiçoamento das operações. Um deles consiste na incerteza de que determinado projeto ou operação gerou resultados positivos.

Por exemplo, a área de logística adotou uma nova forma de planejar as rotas, mas não sabe se ela realmente foi positiva, uma vez que os veículos podem passar mais tempo em trânsito em razão dos congestionamentos nas novas estradas.

Outro problema consiste em não conseguir identificar onde se encontram os maiores gastos de tempo e recursos nas operações, e como otimizá-los. Ao medir os resultados dos processos da sua transportadora com indicadores de desempenho logístico, você será capaz de monitorar a realização de cada uma das atividades e apontar precisamente onde estão os problemas.

1° Percentual de entregas atrasadas

ACEITAÇÃO DE ATÉ 20% POR TRANSPORTADORA.

Compreende-se, aqui, o percentual de entregas efetuadas fora do prazo prometido ao cliente. Usaremos como base todas as entregas realizadas por nossa plataforma em um período de tempo (exemplo: como um ou seis meses) e iremos separar aquelas que chegaram ao destinatário após a data prevista.

Se o número estiver além das metas estabelecidas pela empresa, significa que existe algum problema com a gestão do transporte das transportadoras parceiras, como planejamento inadequado de rotas ou insuficiência de veículos para atender a demanda. Assim iremos entrar em contato com as transportadoras que obtiveram atrasos mais frequentes para obtermos uma resolução do problema.

2° Satisfação do Cliente

EMAVALIAÇÃO POR NOTA AO FIM DO PROCESSO.

Assim como a métrica anterior, essa está diretamente conectada com o prazo de entrega, pois representa o percentual das entregas que foram realizadas dentro do prazo combinado com excelência. Sendo assim busque ao máximo elevar este indicador pois do contrário a sua clientela poderá diminuir gradualmente. Portanto, para que o cliente saia satisfeito, as transportadoras que possuírem um melhor desempenho aparecerão em destaque nas cotações solicitadas.

3° Percentual de entregas com não conformidade

ACEITAÇÃO EM ATÉ 10% POR TRANSPORTADORA.

Entende-se como não conformidade aquelas entregas que apresentaram avarias e foram rejeitadas pelo cliente, sofrendo devoluções e acarretando reentregas. Também é possível que a entrega seja feita no local errado, gerando mais reentrega.

Com base nos números, você identificará se as informações são passadas erroneamente e qual processo precisa de mais organização, evitando, assim, a recorrência do transtorno.

4° Tempo de espera para resolução de processos.

ESTIPULADO QUE TODO PROCESSO DEVE OCORRER COM TEMPO MÉDIO DE 8 MINUTOS, COM VARIAÇÃO DE 2 MIN A MAIS EM NO MÍNIMO 80% DOS ACESSOS.

Nossa empresa faz um intermédio entre cliente e transportadora, prometendo ser feito de modo eficiente e rápido através de nossa plataforma, portanto é necessário que um tempo médio para um negócio ser realizado seja estipulado e que faça análises periódicas se o tempo que o cliente gasta para fechar todo o processo está dentro dos parâmetros.

5° Margem de lucro média.

MÉDIA DE R\$4,50 POR NEGOCIAÇÃO, RESULTADO DE 1,5% EM CIMA DO PREÇO MÉDIO DE FRETE POR DACTE EMITIDO.

Para que uma operação se sustente e seja saudável para a empresa é fundamental que os gestores observem as margens de lucro a cada frete, e que além disso, respeitem a margem estipulada pela empresa.

6° Reclamações de clientes.

Reclamações é um dos grandes termômetros da qualidade da sua operação, já que os atrasos nas entregas, extravios e avarias nas cargas e desvios de conduta dos motoristas costumam liderar as listas de reclamações das transportadoras.

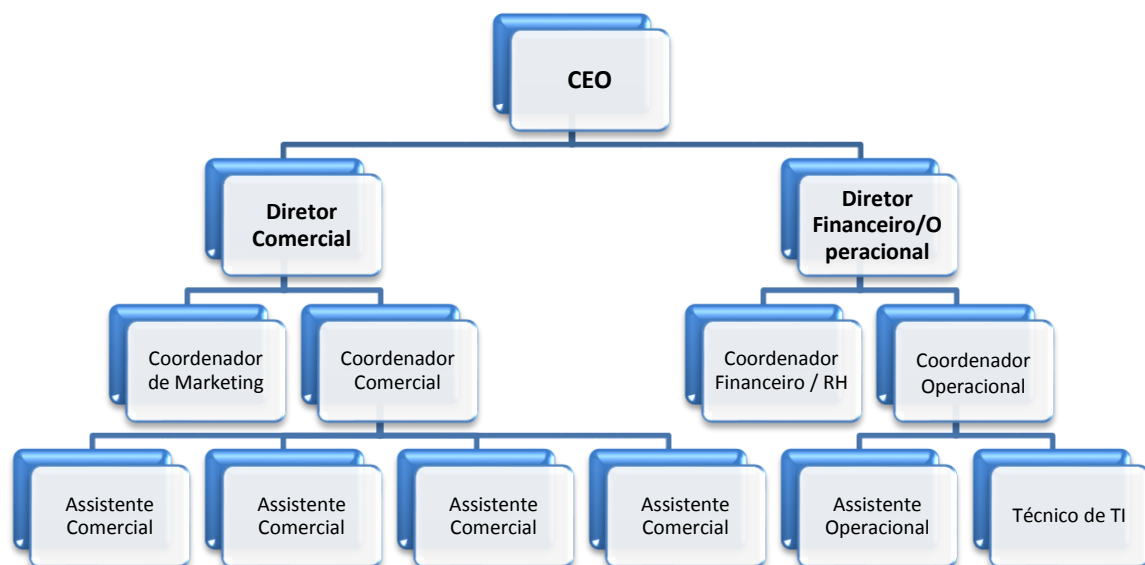
Devemos ficar muito atento a este indicador e trabalhar com a sua equipe em busca de soluções para os problemas que originaram as reclamações, contribuindo assim para a elevação da qualidade do atendimento ao cliente.

10. ORGANIZAÇÃO E PLANO OPERACIONAL DO NEGÓCIO

10.1. Organograma

Organograma é uma representação gráfica da estrutura hierárquica de uma empresa, isto é, do desenho organizacional que, por sua vez, consiste na configuração global dos cargos e da relação entre as funções, autoridade e subordinação no ambiente interno de uma organização. O organograma é considerado a melhor representação gráfica do desenho organizacional.

Ele é especialmente útil para pessoas de fora da empresa (ao visualizar o organograma, a pessoa deve ser capaz de identificar qual pessoa contatar para resolver determinado problema) ou para funcionários recém-chegados (ele terá uma maior noção da sua posição e do seu papel no esquema global da empresa, além de deixar claro quem se reporta a quem).



Fonte: Membros do Grupo

10.1.1. Qualificação e Responsabilidades dos Empreendedores.

- **CEO:** Bruno Caldas será o responsável por conduzir a gestão da empresa definindo qual será sua visão e postura diante do mercado, definir as estratégias que serão adotadas para que a organização consiga atingir suas metas, mantendo-se competitiva.
- **Diretor Comercial:** Thayná Batistaserá responsável pela definição das estratégias comerciais da empresa, determinando os acordos e as condições de venda interna, além de supervisionar a coordenação de Marketing.
- **Diretor Financeiro / Operacional:** Com a quantidade de funcionários limitada, a área Financeira foi vinculada a duas coordenadorias, liderada pelo Jonas Cunha. Essa área será responsável por dirigir e planejar os recursos financeiros, incluindo as análises dos planejamentos financeiros e humanos da empresa GO!
- **Coordenador de Marketing:** quem cuidará de todo o contato estabelecido com a empresa, com seus anunciantes, seus parceiros e com seus clientes.
- **Coordenador Comercial:** quem cuidará de todo o contato estabelecido com a empresa, com seus anunciantes, seus parceiros e com seus clientes. Além de ser responsável por supervisionar as relações públicas; comunicação, atendimento ao cliente e aos parceiros.
- **Coordenador Financeiro/RH:** terá como encargo o controle do balanço patrimonial e DRE, as contas de compra e estoque, o faturamento e os de contratos trabalhistas e a contratação de funcionários, fazer o pagamento de salários, realizar as atividades legais de afastamento ou demissão de funcionários, organizar treinamentos e cursos.
- **Coordenador Operacional:** tem como o objetivo principal a busca pelo funcionamento ideal dos serviços disponibilizados pela GO!, responsável por supervisionar o funcionamento do trabalho dos assistentes e técnico de TI, solicitar treinamentos quando julgar necessário, dentre outras atribuições similares.

- **Assistente Comercial:** responsável pela comunicação com o cliente externo e divulgação da empresa neste ambiente.
- **Assistente Operacional:** auxilia as operações diárias da empresa, responsável pelo controle de entrada e saída de pedidos, regulação dos cadastros de novos clientes entre outras atribuições.
- **Técnico de TI:** Se relaciona com diversos setores da empresa, responsável por orientações à cerca dos sistemas da empresa, além da criação e distribuição das redes de computadores, lidar com processamento de dados e solucionar problemas técnicos.

10.2. Definição do plano de cargos e Salários.

Os salários ser reajustados com a aplicação de um índice entre 30% e 50%. Contudo, deverá ser utilizado um percentual estabelecido no Acordo Coletivo de Trabalho da Categoria, e aprovado no Ministério do Trabalho.

Os critérios adotados para a aplicação da promoção de cargos dentro da empresa serão basicamente os seguintes:

- Assiduidade;
- Responsabilidade;
- Pontualidade;
- Organização;
- Liderança;
- Colaboração e trabalho em equipe;
- Atendimento ao cliente;
- Qualidade do trabalho realizado;
- Nível de especialização, dentre outros.

10.3. Salários de cada cargo

Tabela de Cargos e Salários			
Cargos/Nível	Junior	Pleno	Sênior
Assistente comercial	R\$1.900,00	R\$2.470,00	R\$3.705,00
Assistente operacional	R\$1.900,00	R\$ 2.470,00	R\$ 3.705,00
Técnico de TI	R\$2.200,00	R\$ 2.860,00	R\$ 4.290,00
Coordenador de Marketing	R\$3.164,00	R\$ 4.113,20	R\$ 6.169,80
Coordenador Comercial	R\$3.164,00	R\$ 4.113,20	R\$ 6.169,80
Coordenador Operacional	R\$3.164,00	R\$ 4.113,20	R\$ 6.169,80
Coordenador Financeiro e RH	R\$3.164,00	R\$ 4.113,20	R\$ 6.169,80

Fonte: Membros do Grupo

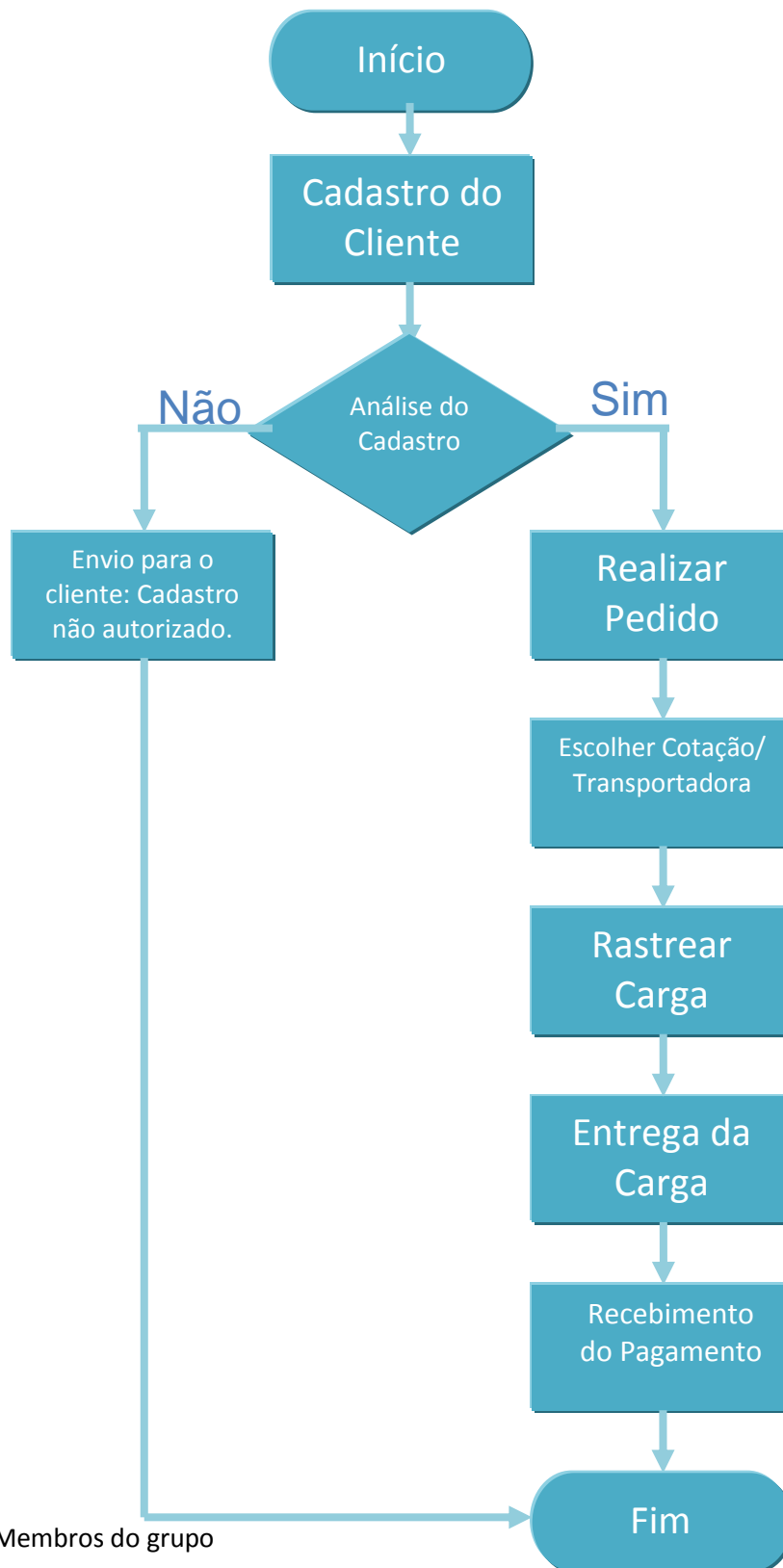
10.4. Fluxograma

O fluxograma também conhecido como diagrama de fluxo, é a mostra visual de um passo a passo de ações que envolvem um determinado processo. Isto é, um fluxograma consiste em representar graficamente, situações, fatos, movimentos e relações de todo tipo a partir de símbolos.

Basicamente, o fluxograma faz com que seja muito mais simples a análise de um determinado processo para a identificação de, por exemplo, as entradas dos fornecedores, as saídas dos clientes e aqueles pontos críticos do processo.

Normalmente, o fluxograma é empregado para: compreender um processo e identificar oportunidades de melhorar a situação atual; planejar um processo novo na qual apareçam incorporadas as melhorias; facilitar a comunicação entre pessoas envolvidas; e para divulgar de maneira clara e concreta as informações sobre os processos.

Abaixo segue o fluxograma da empresa Go! :



Fonte: Membros do grupo

10.5. Layout



Fonte: Membros do Grupo

11.4P'S

11.1. Produto

A "GO!" trabalha oferecendo um serviço diferenciado para a cotação de frete, basicamente somos uma plataforma facilitadora para a negociação entre remetente ou destinatário (de acordo com quem assumir o frete) e uma ampla gama de transportadoras em todo território nacional.

11.2. Preço

Os preços são definidos por variáveis, que seriam elas:

- Tipo de Carga;
- Distância;
- Peso e dimensões;
- Valor da Mercadoria;
- Seguro;
- Prazos;
- Markup da transportadora;
- Despesas com o transporte;

- Dentre outras variáveis que podem ser determinadas por cada transportadora. Entretanto, existe um cálculo do preço mínimo de frete que deve ser respeitado por todas as transportadoras de acordo com seu tipo de carga.

O preço médio de nossos serviços é de R\$140,00/ton para o cliente final. Para as transportadoras nosso serviço conta com uma taxa de manutenção de R\$19,90 ao mês + 5% em cima de cada negociação.

11.3. Praça

Os serviços oferecidos poderão ser acessados através da nossa plataforma digital web e aplicativo, podendo assim ser acessado de qualquer local que possua acesso à internet de todo Brasil, facilitando assim o acesso tanto para quem utiliza por computador quanto por quem fará uso remoto da plataforma. Ambas plataformas oferecerão o mesmo suporte ao cliente final e transportadoras. Fisicamente estaremos estabelecidos no endereço Av. Ernani do Amaral Peixoto 455, Centro, Niterói, RJ.

11.4. Promoção

A forma de divulgação será de enorme influência para a inserção da empresa no mercado. Utilizaremos bastante de meios digitais para fazermos campanhas de marketing eficientes e que impactem diretamente nosso possível público alvo, além de parcerias com transportadoras e uma equipe de vendas para contatar nossos clientes finais potenciais.

Meios de Divulgação

- Redes Sociais (Facebook, Instagram e Twitter);
- Contato direto com clientes potenciais pela equipe de vendas;
- Google Adsense;
- Propaganda via Youtube;
- E-mail de marketing; - Parcerias.

Parcerias: Iremos concluir parcerias com as principais transportadoras, tornando favorável para as mesmas utilizar nossa plataforma e assim atrair mais clientes. Futuramente planejamos fazer parcerias junto às seguradoras, para oferecer valores mais justos de seguro de mercadoria.

12. PLANO DE MARKETING

Quem não é visto não é lembrado! Levaremos essa citação muito a sério para nunca sermos esquecidos pelos nossos clientes na hora que eles mais precisarem dos nossos serviços. Tendo em vista isso, utilizaremos bastante de e-mail de marketing para contato e Google AdSense, que permitirá que a todo o momento fique a pronta vista do interessado na tela de seu computador, celular ou tablet nossas propagandas.

13. RECURSOS DE MARKETING

Utilizaremos de empresas terceirizadas para a formulação da campanha de marketing, como a criação de arte e divulgação pelas redes sociais e via Google Ads. Para contato direto com os clientes via telefone e e-mail, utilizaremos da nossa própria equipe de vendas.

Meios:

-Facebook e Instagram= \$6,00(dólares) por semana por postagem.

-Twitter= Postagens grátis.

-Google AdSense= \$0,08 por anúncio por tempo indeterminado.

-Propaganda Youtube= R\$0,10 por visualização- previsto R\$10.000,00 visualizações por mês até o sexto mês.

-E-mail marketing= Mil e-mails por mês a partir do sexto mês por tempo indeterminado.

*Criação Template=R\$2.500,00.

* Disparo= R\$300,00/1000 emails.

14. RECURSOS PESSOAIS

3 Funcionários como assistentes comerciais e 1 técnico de T.I.

Técnico de TI		
Evento	Referencia	Valor
Salário Bruto	-	R\$2.500,00
Vale transporte	-	R\$440,00
Desconto vale transporte	-	-R\$440,00
Vale refeição	-	R\$660,00
Plano de saúde	-	R\$0,00
Outros benefícios	-	R\$0,00
Provisão 13º salário	-	R\$208,33
Provisão Férias	-	R\$208,33
Provisão 1/3 Férias	-	R\$69,44
FGTS	-	R\$200,00
Provisão FGTS (13º e Férias)	-	R\$28,00
INSS	-	R\$0,00
Provisão INSS (13º e Férias)	-	R\$70,00
Custo Funcionário		R\$3.944,11

Assistente comercial		
Evento	Referencia	Valor
Salário Bruto	-	R\$1.900,00
Vale transporte	-	R\$440,00
Desconto vale transporte	-	-R\$440,00
Vale refeição	-	R\$660,00
Plano de saúde	-	R\$0,00
Outros benefícios	-	R\$0,00
Provisão 13º salário	-	R\$158,33
Provisão Férias	-	R\$158,33
Provisão 1/3 Férias	-	R\$52,78
FGTS	-	R\$152,00
Provisão FGTS (13º e Férias)	-	R\$29,56
INSS	-	R\$0,00
Provisão INSS (13º e Férias)	-	R\$58,33
Custo Funcionário		R\$3.169,33

15. PLANO FINANCEIRO

O Plano Financeiro elaborado é referente a empresa GO!

O capital social da empresa (patrimônio líquido da empresa) é de R\$ 253.347,63, divididos igualmente entre os sócios. A empresa conta com um investimento inicial de R\$ 163.347,63 na aquisição de imobilizados, software, depósito inicial de aluguel, bem como para a contratação dos serviços de publicidade e despesas de legalização do imóvel junto aos órgãos competentes.

O Fluxo de Caixa, o Demonstrativo de Resultado, o Balanço Patrimonial e os Indicadores de Viabilidade foram trabalhados em três cenários: Pessimista, Realista e Otimista.

A análise financeira da empresa foi realizada dentro do período de cinco anos, e os demonstrativos financeiros concluem que o investimento no setor de transportes/frete é rentável economicamente, uma vez que a TIR é maior que a taxa utilizada, que a VPL é positiva, sendo o valor do investimento inicial relativamente baixo, conforme será demonstrado nas planilhas a seguir.

15.1. Investimento Inicial

Investimentos Inicial		
Imobilizado	R\$	40.516,75
Regulamentação	R\$	3.232,88
Aluguel	R\$	1.200,00
Publicidade	R\$	33.000,00
Software	R\$	85.000,00
Site	R\$	398,00
Capital de Giro	R\$	90.000,00
Total	R\$	253.347,63

Capital Social		
BNDES	R\$	126.673,82
Sócio 1 (Bruno Caldas)	R\$	42.224,61
Sócio 2 (Jonas Cunha)	R\$	42.224,61
Sócio (Thayná Baptista)	R\$	42.224,61
Total	R\$	253.347,63

15.2. Empréstimo

Taxa de Juros BNDES: 1,58% a.m

MÊS	AMORTIZAÇÃO	JUROS	PRESTAÇÃO	SALDO DEVEDOR
		1,58%		
0	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 126.673,82
1	R\$ 8.444,92	R\$ 2.001,45	R\$ 10.446,37	R\$ 118.228,89
2	R\$ 8.444,92	R\$ 1.868,02	R\$ 10.312,94	R\$ 109.783,97
3	R\$ 8.444,92	R\$ 1.734,59	R\$ 10.179,51	R\$ 101.339,05
4	R\$ 8.444,92	R\$ 1.601,16	R\$ 10.046,08	R\$ 92.894,13
5	R\$ 8.444,92	R\$ 1.467,73	R\$ 9.912,65	R\$ 84.449,21
6	R\$ 8.444,92	R\$ 1.334,30	R\$ 9.779,22	R\$ 76.004,29
7	R\$ 8.444,92	R\$ 1.200,87	R\$ 9.645,79	R\$ 67.559,37
8	R\$ 8.444,92	R\$ 1.067,44	R\$ 9.512,36	R\$ 59.114,45
9	R\$ 8.444,92	R\$ 934,01	R\$ 9.378,93	R\$ 50.669,53
10	R\$ 8.444,92	R\$ 800,58	R\$ 9.245,50	R\$ 42.224,60
11	R\$ 8.444,92	R\$ 667,15	R\$ 9.112,07	R\$ 33.779,68
12	R\$ 8.444,92	R\$ 533,72	R\$ 8.978,64	R\$ 25.334,76
13	R\$ 8.444,92	R\$ 400,29	R\$ 8.845,21	R\$ 16.889,84
14	R\$ 8.444,92	R\$ 266,86	R\$ 8.711,78	R\$ 8.444,92
15	R\$ 8.444,92	R\$ 133,43	R\$ 8.578,35	-R\$ 0,00
	R\$ 126.673,82	R\$ 16.011,57	R\$ 142.685,39	
			TOTAL PAGO	R\$ 142.685,39

NOTA EXPLICATIVA

CÁLCULO DA TAXA DE JUROS SOBRE O EMPRÉSTIMO: TAXA DE JUROS = CUSTO FINANCEIRO + REMUNERAÇÃO BÁSICA DO
BNDES + TAXA DE INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA + REMUNERAÇÃO DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA CREDENCIADA
TAXA = 11,25% a.a. + 1,25% a.a. + 1,50% a.a. + 5,00% a.a. => TAXA = 19% a.a. / 1,58% a.m.

15.3. Imobilizados e Intangíveis (Investimento Inicial)

Móveis e Utensílios			R\$	7.610,00
Armários	2	R\$ 280,00	R\$	560,00
Arquivos	1	R\$ 350,00	R\$	350,00
Cadeiras (Reunião)	3	R\$ 400,00	R\$	1.200,00
Cadeiras (Funcionários)	10	R\$ 180,00	R\$	1.800,00
Espelho	1	R\$ 170,00	R\$	170,00
Lixeira	4	R\$ 30,00	R\$	120,00
Mesas (Funcionários)	10	R\$ 210,00	R\$	2.100,00
Mesas (Reunião)	1	R\$ 315,00	R\$	315,00
Pia (banheiro)	1	R\$ 265,00	R\$	265,00
Pia (cozinha)	1	R\$ 210,00	R\$	210,00
Porta de Vidro	3	R\$ 90,00	R\$	270,00
Sanitário	1	R\$ 250,00	R\$	250,00

Máquinas e Equipamentos			R\$	27.176,77
Ar condicionado	2	R\$ 2.000,00	R\$	4.000,00
Cabeamento	1	R\$ 390,00	R\$	390,00
Celulares	3	R\$ 800,00	R\$	2.400,00
Geladeira	1	R\$ 1.250,00	R\$	1.250,00
Headset	10	R\$ 70,00	R\$	700,00
Impressora	1	R\$ 1.200,00	R\$	1.200,00
Máquina de café	1	R\$ 49,90	R\$	49,90
Microondas	1	R\$ 280,00	R\$	280,00
Notebooks	9	R\$ 1.500,00	R\$	13.500,00
Purificador	1	R\$ 199,00	R\$	199,00
Roteador(rede)	1	R\$ 138,00	R\$	138,00
Servidores de Rede	1	R\$ 2.300,00	R\$	2.300,00
Switch 16Portas	1	R\$ 305,00	R\$	305,00
Wireless AP (wifi)	1	R\$ 464,87	R\$	464,87

16. ESTRUTURA DE CUSTOS

Envolve todas as categorias de custos que a empresa precisa arcar durante seu funcionamento, sendo eles: custos fixos, custos variáveis, despesas e investimento inicial (reforma e regulamentação). Os custos fixos não sofrem alteração de valor conforme o progresso do negócio, sempre vão existir independente do serviço, sendo eles: aluguel do imóvel, honorários profissionais, impostos.

Os custos variáveis são aqueles que dependem do produto final, no caso do andamento do serviço, são basicamente os custos com propaganda e marketing.

Obras e Reformas			R\$	5.729,98
Mão de Obra Instalação (Gesso)	20 m ²	R\$ 12,00	R\$	240,00
Mão de Obra Pedreiro	5 dias	R\$ 300,00	R\$	1.500,00
Mão de Obra Pintor	2 dias	R\$ 140,00	R\$	280,00
Mão de Obra TI	1	R\$ 3.000,00	R\$	3.000,00
Paredes em Gesso	20 m ²	R\$ 28,00	R\$	560,00
Tinta Galão (100m ²)	2	R\$ 74,99	R\$	149,98

Legalização			R\$	3.232,88
Contador			R\$	510,00
Advogado			R\$	1.000,00
Alvará (bombeiro + prefeitura)			R\$	689,88
Certificado Digital			R\$	225,00
Contrato Social			R\$	387,00
Registro/ INPI			R\$	400,00
DARF			R\$	21,00

16.1. Despesas

Custos e Despesas Fixas	2019	
	Mensal	Anual
Aluguel	R\$ 2.200,00	R\$ 26.400,00
Salário Colaboradores	R\$ 7.566,67	R\$ 90.800,01
Apple store e Google play	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Diarista	R\$ 340,00	R\$ 4.080,00
Internet	R\$ 580,00	R\$ 6.960,00
Site Web	R\$ 398,00	R\$ 4.776,00
Seguros	R\$ 166,67	R\$ 2.000,04
Locomoção Executivos	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00
Telefone	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Tarifa Banco	R\$ 73,90	R\$ 886,80
Água	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Luz	R\$ 795,00	R\$ 9.764,00
Total:	R\$ 14.360,24	R\$ 172.546,85

Custos e Despesas Fixas	2020	
	Mensal	Anual
Aluguel	R\$ 2.310,00	R\$ 27.720,00
Salário Colaboradores	R\$ 43.753,59	R\$ 525.043,05
Apple store e Google play	R\$ 42,00	R\$ 504,00
Diarista	R\$ 357,00	R\$ 4.284,00
Internet	R\$ 609,00	R\$ 7.308,00
Site Web	R\$ 417,90	R\$ 5.014,80
Seguros	R\$ 175,00	R\$ 2.100,04
Locomoção Executivos	R\$ 1.575,00	R\$ 18.900,00
Telefone	R\$ 525,00	R\$ 6.300,00
Tarifa Banco	R\$ 77,60	R\$ 931,14
Água	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
Luz	R\$ 1.000,00	R\$ 11.698,00
Total:	R\$ 51.082,09	R\$ 612.683,04

Custos e Despesas Fixas	2021	
	Mensal	Anual
Aluguel	R\$ 4.620,00	R\$ 55.440,00
Salário Colaboradores	R\$ 65.630,38	R\$ 787.564,58
Apple store e Google play	R\$ 44,10	R\$ 529,20
Diarista	R\$ 714,00	R\$ 8.568,00
Internet	R\$ 639,45	R\$ 7.673,40
Site Web	R\$ 438,80	R\$ 5.265,54
Seguros	R\$ 350,01	R\$ 4.200,08
Locomoção Executivos	R\$ 1.653,75	R\$ 19.845,00
Telefone	R\$ 551,25	R\$ 6.615,00
Tarifa Banco	R\$ 81,47	R\$ 977,70
Água	R\$ 276,00	R\$ 3.312,00
Luz	R\$ 1.153,00	R\$ 13.698,00
Total:	R\$ 76.152,21	R\$ 913.688,50

Custos e Despesas Fixas	2022	
	Mensal	Anual
Aluguel	R\$ 4.851,00	R\$ 58.212,00
Salário Colaboradores	R\$ 82.037,98	R\$ 984.455,73
Apple store e Google play	R\$ 46,31	R\$ 555,66
Diarista	R\$ 749,70	R\$ 8.996,40
Internet	R\$ 671,42	R\$ 8.057,07
Site Web	R\$ 460,73	R\$ 5.528,82
Seguros	R\$ 367,51	R\$ 4.410,09
Locomoção Executivos	R\$ 1.736,44	R\$ 20.837,25
Telefone	R\$ 578,81	R\$ 6.945,75
Tarifa Banco	R\$ 85,55	R\$ 1.026,58
Água	R\$ 317,40	R\$ 3.808,80
Luz	R\$ 1.239,00	R\$ 14.335,00
Total:	R\$ 93.141,85	R\$ 1.117.169,14

Custos e Despesas Fixas	2023	
	Mensal	Anual
Aluguel	R\$ 5.093,55	R\$ 61.122,60
Salário Colaboradores	R\$ 102.547,47	R\$ 1.230.569,66
Apple store e Google play	R\$ 48,62	R\$ 583,44
Diarista	R\$ 787,19	R\$ 9.446,22
Internet	R\$ 704,99	R\$ 8.459,92
Site Web	R\$ 483,77	R\$ 5.805,26
Seguros	R\$ 385,88	R\$ 4.630,59
Locomoção Executivos	R\$ 1.823,26	R\$ 21.879,11
Telefone	R\$ 607,75	R\$ 7.293,04
Tarifa Banco	R\$ 89,83	R\$ 1.077,91
Água	R\$ 365,01	R\$ 4.380,12
Luz	R\$ 1.354,00	R\$ 15.987,00
Total:	R\$ 114.291,32	R\$ 1.371.234,87

16.2. Custo de Funcionário

Cargos	Salário Bruto	Vale transporte	Desconto vale transporte	Vale refeição	Plano de saúde	Outros benefícios	Provisão 13º salário	Provisão Férias	Provisão 1/3 Férias	FGTS	Provisão FGTS (13º e Férias)	INSS	Provisão INSS (13º e Férias)	Custo Funcionário
Assistente comercial	R\$1.900,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$158,33	R\$158,33	R\$52,78	R\$152,00	R\$29,56	R\$380,00	R\$58,33	R\$3.549,33
Assistente operacional	R\$1.900,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$158,33	R\$158,33	R\$52,78	R\$152,00	R\$29,56	R\$380,00	R\$58,33	R\$3.549,33
Técnico de TI	R\$2.200,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$183,33	R\$183,33	R\$61,11	R\$176,00	R\$34,22	R\$440,00	R\$85,56	R\$4.023,56
Coordenador de Marketing	R\$3.164,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$263,67	R\$263,67	R\$87,89	R\$253,12	R\$49,22	R\$632,80	R\$123,04	R\$5.497,40
Coordenador Comercial	R\$3.164,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$263,67	R\$263,67	R\$87,89	R\$253,12	R\$49,22	R\$632,80	R\$123,04	R\$5.497,40
Coordenador Operacional	R\$3.164,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$263,67	R\$263,67	R\$87,89	R\$253,12	R\$49,22	R\$632,80	R\$123,04	R\$5.497,40
Coordenador Financeiro e RH	R\$3.164,00	R\$440,00	-R\$440,00	R\$660,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$263,67	R\$263,67	R\$87,89	R\$253,12	R\$49,22	R\$632,80	R\$123,04	R\$5.497,40

TODOS OS SALÁRIOS SOFRERÃO REAJUSTE ANUAL DE 11%, DURANTE 5 Anos.

17. FLUXO DE CAIXA MENSAL- 2019 (PROJETADO)

0	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	2019
Saldo Inicial	R\$ -	R\$ 1.367,42	R\$ 2.606,42	R\$ 1.439,05	R\$ 2.307,16	R\$ 9.013,87	R\$ 18.910,08	R\$ 25.643,58	R\$ 35.290,84	R\$ 47.884,07	R\$ 63.760,74	R\$ 83.094,81	
Receita Bruta	R\$ 23.879,58	R\$ 23.879,58	R\$ 26.267,54	R\$ 28.894,29	R\$ 31.783,72	R\$ 34.962,09	R\$ 38.458,30	R\$ 42.304,13	R\$ 46.534,54	R\$ 51.188,00	R\$ 56.306,80	R\$ 63.626,68	
Assinatura de Manutenção	R\$ 2.170,87	R\$ 2.170,87	R\$ 2.322,83	R\$ 2.485,43	R\$ 2.659,41	R\$ 2.845,57	R\$ 3.044,76	R\$ 3.257,89	R\$ 3.485,94	R\$ 3.729,96	R\$ 3.991,06	R\$ 4.270,43	
Receita Bruta Total	R\$ 26.050,45	R\$ 26.050,45	R\$ 28.590,37	R\$ 31.379,72	R\$ 34.443,13	R\$ 37.807,66	R\$ 41.503,06	R\$ 45.562,02	R\$ 50.020,49	R\$ 54.917,96	R\$ 60.297,85	R\$ 67.897,11	R\$ 504.520,27
Custos e Despesas Fixas	R\$ 14.366,46	R\$ 14.371,46	R\$ 14.384,46	R\$ 14.449,46	R\$ 14.379,46	R\$ 14.351,46	R\$ 14.348,46	R\$ 14.272,46	R\$ 14.381,46	R\$ 14.384,46	R\$ 14.459,46	R\$ 14.472,46	R\$ 172.621,52
Aluguel	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	R\$ 26.400,00
Salário Colaboradores	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 7.572,89	R\$ 90.874,68
Apple store e Google play	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Diarista	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 340,00	R\$ 4.080,00
Internet	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 580,00	R\$ 6.960,00
Site Web	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 398,00	R\$ 4.776,00
Seguros	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 166,67	R\$ 2.000,04
Locomoção Executivos	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00
Telefone	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Tarifa Banco	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 73,90	R\$ 886,80
Água	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Luz	R\$ 795,00	R\$ 800,00	R\$ 813,00	R\$ 878,00	R\$ 808,00	R\$ 780,00	R\$ 777,00	R\$ 701,00	R\$ 810,00	R\$ 813,00	R\$ 888,00	R\$ 901,00	R\$ 9.764,00
Custos e Despesas Variáveis	R\$ 10.446,37	R\$ 10.312,94	R\$ 10.179,51	R\$ 10.046,08	R\$ 9.912,65	R\$ 9.779,22	R\$ 16.270,79	R\$ 17.086,11	R\$ 18.043,74	R\$ 19.165,03	R\$ 20.474,53	R\$ 22.000,47	R\$ 173.717,44
Campanhas de Marketing							R\$ 6.625,00	R\$ 7.573,75	R\$ 8.664,81	R\$ 9.919,53	R\$ 11.362,46	R\$ 13.021,83	R\$ 57.167,40
Pró-labore													
Empréstimo	R\$ 10.446,37	R\$ 10.312,94	R\$ 10.179,51	R\$ 10.046,08	R\$ 9.912,65	R\$ 9.779,22	R\$ 9.645,79	R\$ 9.512,36	R\$ 9.378,93	R\$ 9.245,50	R\$ 9.112,07	R\$ 8.978,64	R\$ 116.550,04
Depreciação	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 6.196,35
Depreciação Equipamento Informática 20%a.a	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 452,95	R\$ 5.435,35
Depreciação Móveis e Utensílios 10%a.a	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 63,42	R\$ 761,00
Total Receita:	R\$ 26.050,45	R\$ 26.050,45	R\$ 28.590,37	R\$ 31.379,72	R\$ 34.443,13	R\$ 37.807,66	R\$ 41.503,06	R\$ 45.562,02	R\$ 50.020,49	R\$ 54.917,96	R\$ 60.297,85	R\$ 67.897,11	R\$ 504.520,27
Total Despesas:	R\$ 24.812,83	R\$ 24.684,40	R\$ 24.563,97	R\$ 24.495,54	R\$ 24.292,11	R\$ 24.130,68	R\$ 30.619,25	R\$ 31.358,57	R\$ 32.425,20	R\$ 33.549,49	R\$ 34.933,99	R\$ 36.472,93	R\$ 346.338,96
(-) Depreciação:	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 6.196,35
LAIR:	R\$ 721,26	R\$ 849,69	R\$ 3.510,04	R\$ 6.367,82	R\$ 9.634,66	R\$ 13.160,62	R\$ 10.367,45	R\$ 13.687,09	R\$ 17.078,92	R\$ 20.852,10	R\$ 24.847,50	R\$ 30.907,81	R\$ 151.984,95
Imp (Simples Nac.)	R\$ 2.605,04	R\$ 2.605,04	R\$ 2.859,04	R\$ 3.137,97	R\$ 3.444,31	R\$ 3.780,77	R\$ 4.150,31	R\$ 4.556,20	R\$ 5.002,05	R\$ 5.491,80	R\$ 6.029,79	R\$ 6.789,71	R\$ 50.452,03
Saldo após Imp.	-R\$ 1.883,79	-R\$ 1.755,36	-R\$ 651,00	-R\$ 3.229,85	-R\$ 6.190,35	-R\$ 9.379,85	-R\$ 6.217,14	-R\$ 9.130,89	-R\$ 12.076,87	-R\$ 15.360,31	-R\$ 18.817,71	-R\$ 24.118,10	R\$ 101.532,93
(+) Depreciação:	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36	R\$ 516,36
Saldo Operacional:	-R\$ 1.367,42	-R\$ 1.238,99	-R\$ 1.167,36	-R\$ 3.746,21	-R\$ 6.706,71	-R\$ 9.896,22	-R\$ 6.733,50	-R\$ 9.647,25	-R\$ 12.593,24	-R\$ 15.876,67	-R\$ 19.334,07	-R\$ 24.634,47	R\$ 107.729,28
Saldo Final (SI+SO):	-R\$ 1.367,42	-R\$ 2.606,42	-R\$ 1.439,05	-R\$ 2.307,16	-R\$ 9.013,87	-R\$ 18.910,08	-R\$ 25.643,58	-R\$ 35.290,84	-R\$ 47.884,07	-R\$ 63.760,74	-R\$ 83.094,81	-R\$ 107.729,28	
Investimento Inicial	-R\$ 253.347,63												
Saldo acumulado	-R\$ 254.715,05	-R\$ 255.954,05	-R\$ 254.786,68	-R\$ 251.040,47	-R\$ 244.333,76	-R\$ 234.437,55	-R\$ 227.704,05	-R\$ 218.056,79	-R\$ 205.463,56	-R\$ 189.586,89	-R\$ 170.252,82	-R\$ 145.618,35	-R\$ 145.618,35

18. PLANEJAMENTO

18.1. Cenário Provável

	0	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Receita Bruta Total		R\$ 504.520,27	R\$ 2.177.896,67	R\$ 4.763.914,86	R\$ 6.142.750,25	R\$ 6.142.750,25
Custos e Despesas Fixas		R\$ 172.621,52	R\$ 612.757,70	R\$ 913.800,50	R\$ 1.117.309,14	R\$ 1.371.409,87
Custos e Despesas Variáveis		R\$ 173.717,44	R\$ 590.382,53	R\$ 953.983,92	R\$ 1.055.203,12	R\$ 1.206.603,27
Depreciação		R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35
Total Receita:		R\$ 504.520,27	R\$ 2.177.896,67	R\$ 4.763.914,86	R\$ 6.142.750,25	R\$ 6.142.750,25
Total Despesas:		R\$ 346.338,96	R\$ 1.203.140,24	R\$ 1.867.784,42	R\$ 2.172.512,26	R\$ 2.578.013,15
LAIR:		R\$ 151.984,95	R\$ 968.560,08	R\$ 2.889.934,08	R\$ 3.964.041,64	R\$ 3.558.540,75
Imp (Simples Nac.)		R\$ 50.452,03	R\$ 331.693,66	R\$ 924.199,48	R\$ 1.466.695,41	R\$ 1.316.660,08
Saldo após Imp.		R\$ 101.532,93	R\$ 636.866,41	R\$ 1.965.734,60	R\$ 2.497.346,23	R\$ 2.241.880,67
Saldo Final		R\$ 107.729,28	R\$ 643.062,77	R\$ 1.971.930,95	R\$ 2.503.542,59	R\$ 2.248.077,03
Investimento Inicial	-R\$ 253.347,63					
Saldo acumulado		-R\$ 145.618,35	R\$ 497.444,42	R\$ 2.469.375,37	R\$ 4.972.917,95	R\$ 7.220.994,98

18.2. Cenário Pessimista

	0	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Receita Bruta Total		R\$ 403.616,21	R\$ 1.742.317,33	R\$ 3.811.131,88	R\$ 4.914.200,20	R\$ 4.914.200,20
Custos e Despesas Fixas		R\$ 172.621,52	R\$ 612.757,70	R\$ 913.800,50	R\$ 1.117.309,14	R\$ 1.371.409,87
Custos e Despesas Variáveis		R\$ 173.717,44	R\$ 590.382,53	R\$ 953.983,92	R\$ 1.055.203,12	R\$ 1.206.603,27
Depreciação		R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35
Total Receita:		R\$ 403.616,21	R\$ 1.742.317,33	R\$ 3.811.131,88	R\$ 4.914.200,20	R\$ 4.914.200,20
Total Despesas:		R\$ 346.338,96	R\$ 1.203.140,24	R\$ 1.867.784,42	R\$ 2.172.512,26	R\$ 2.578.013,15
LAIR:		R\$ 57.277,25	R\$ 539.177,10	R\$ 1.943.347,46	R\$ 2.741.687,94	R\$ 2.336.187,05
Imp (Simples Nac.)		R\$ 40.361,62	R\$ 243.053,27	R\$ 739.359,59	R\$ 1.014.424,54	R\$ 864.389,21
Saldo após Imp.		R\$ 16.915,63	R\$ 296.123,83	R\$ 1.203.987,88	R\$ 1.727.263,40	R\$ 1.471.797,84
Saldo Final		R\$ 23.111,99	R\$ 302.320,18	R\$ 1.210.184,23	R\$ 1.733.459,76	R\$ 1.477.994,20
Investimento Inicial	-R\$ 253.347,63					
Saldo acumulado		-R\$ 230.235,64	R\$ 72.084,54	R\$ 1.282.268,77	R\$ 3.015.728,53	R\$ 4.493.722,72

18.3. Cenário Otimista

	0	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Receita Bruta Total		R\$ 605.424,32	R\$ 2.613.476,00	R\$ 5.716.697,83	R\$ 7.371.300,30	R\$ 7.371.300,30
Custos e Despesas Fixas		R\$ 172.621,52	R\$ 612.757,70	R\$ 913.800,50	R\$ 1.117.309,14	R\$ 1.371.409,87
Custos e Despesas Variáveis		R\$ 278.717,44	R\$ 590.382,53	R\$ 953.983,92	R\$ 1.055.203,12	R\$ 1.206.603,27
Depreciação		R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35	R\$ 6.196,35
Total Receita:		R\$ 605.424,32	R\$ 2.613.476,00	R\$ 5.716.697,83	R\$ 7.371.300,30	R\$ 7.371.300,30
Total Despesas:		R\$ 346.338,96	R\$ 1.203.140,24	R\$ 1.867.784,42	R\$ 2.172.512,26	R\$ 2.578.013,15
LAIR:		R\$ 259.085,36	R\$ 1.410.335,76	R\$ 3.848.913,40	R\$ 5.198.788,04	R\$ 4.793.287,15
Imp (Simples Nac.)		R\$ 60.542,43	R\$ 398.032,39	R\$ 1.424.097,96	R\$ 1.923.551,58	R\$ 1.773.516,25
Saldo após Imp.		R\$ 198.542,93	R\$ 1.012.303,37	R\$ 2.424.815,44	R\$ 3.275.236,47	R\$ 3.019.770,91
Saldo Final		R\$ 204.739,28	R\$ 1.018.499,72	R\$ 2.431.011,80	R\$ 3.281.432,82	R\$ 3.025.967,26
Investimento Inicial	-R\$ 253.347,63					
Saldo acumulado		-R\$ 48.608,35	R\$ 969.891,37	R\$ 3.400.903,17	R\$ 6.682.335,99	R\$ 9.708.303,25

19. DEMONSTRATIVO DE RESULTADO (DRE)

DRE	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta Total	504.520	2.177.897	4.763.915	6.142.750	6.142.750
ISS				-307.138	-307.138
Dedução Simples Nacional	-50.452	-331.694	-924.199	-	-
Receita Líquida	454.068,24	1.846.203,00	3.839.715,37	5.835.612,74	5.835.612,74
CMV / CSV					
Lucro Bruto	454.068,24	1.846.203,00	3.839.715,37	5.835.612,74	5.835.612,74
Despesas administrativas	-80.860	-86.709	-125.146	-131.687	-139.587
Despesas com vendas	-90.875	-525.118	-787.677	-984.596	-1.230.745
Despesas Financeiras	-887	-931	-978	-1.027	-1.078
Outras despesas	-173.717	-590.383	-953.984	-1.055.203	-1.206.603
Lucro Operacional	107.729,28	643.062,77	1.971.930,95	3.663.100,48	3.257.599,59
Depreciação	-6.196	-6.196	-6.196	-6.196	-6.196
LAIR	101.532,93	636.866,41	1.965.734,60	3.656.904,12	3.251.403,24
Impostos (IR e CS)	-	-	-	-1.159.558	-1.009.523
Lucro Líquido	101.532,93	636.866,41	1.965.734,60	2.497.346,23	2.241.880,67
Depreciação	6.196	6.196	6.196	6.196	6.196
Resultado Líquido	107.729,28	643.062,77	1.971.930,95	2.503.542,59	2.248.077,03

20. BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO	2019	2020	2021	2022	2023	PASSIVO	2019	2020	2021	2022	2023
Circulante						Circulante					
Disponibilidades						Aluguéis a pagar	26.400	27.720	55.440	58.212	61.123
Contas a receber de clientes	504.520	2.177.897	4.763.915	6.142.750	6.142.750	Financiamentos	116.550	26.135			
Estoques						Salários e Contribuições Sociais	90.875	525.118	787.677	984.596	1.230.745
Impostos a Recuperar						Impostos a Pagar	50.452	331.694	924.199	1.466.695	1.316.660
Outros						Outras Obrigações	112.514	624.167	1.024.668	1.129.705	1.286.146
TOTAL ATIVO CIRCULANTE	504.520,27	2.177.896,67	4.763.914,86	6.142.750,25	6.142.750,25	TOTAL PASSIVO CIRCULANTE	396.790,99	1.534.833,90	2.791.983,90	3.639.207,67	3.894.673,22
Não Circulante						Não Circulante					
Realizável a Longo Prazo						Exigível a Longo Prazo					
Contas a Receber						Financiamentos					
Impostos a Recuperar						Impostos a Pagar					
Depreciação acumulada	-6.196	-6.196	-6.196	-6.196	-6.196	Prov p/Contingencias					
TOTAL DO REAL LP	-6.196,35	-6.196,35	-6.196,35	-6.196,35	-6.196,35	TOTAL EXIG LP	0	0	0	0	0
Permanente						Patrimônio Líquido					
Investimentos	37.831	37.831	37.831	37.831	37.831	Capital Social	253.348	253.348	253.348	253.348	253.348
Imobilizado	215.517	215.517	215.517	215.517	215.517	Reservas de Capital					
Intangível						Lucros Acumulados	101.533	636.866	1.965.735	2.497.346	2.241.881
TOTAL DO AT PERMANENTE	253.347,63	253.347,63	253.347,63	253.347,63	253.347,63	TOTAL PL	354.880,56	890.214,04	2.219.082,23	2.750.693,86	2.495.228,30
TOTAL DO ATIVO	751.671,54	2.425.047,94	5.011.066,13	6.389.901,53	6.389.901,53	TOTAL PASSIVO+PL	751.671,54	2.425.047,94	5.011.066,13	6.389.901,53	6.389.901,53

21. ÍNDICES

21.1. Margem Operacional

Margem Operacional mostrará quanto a empresa ganha ao vender o serviço depois de descontar as despesas de produção e venda.

#	2019	2020	2021	2022	2023
Resultado Operacional	R\$ 151.984,95	R\$ 968.560,08	R\$ 2.889.934,08	R\$ 3.964.041,64	R\$ 3.558.540,75
Receita de vendas	R\$ 504.520,27	R\$ 2.177.896,67	R\$ 4.763.914,86	R\$ 6.142.750,25	R\$ 6.142.750,25
Margem Operacional	30,12%	44,47%	60,66%	64,53%	57,93%

21.2. Margem Líquida

A Margem Líquida mostra qual é o lucro líquido para cada unidade de venda da empresa.

#	2019	2020	2021	2022	2023
Resultado Líquido	R\$ 101.532,93	R\$ 636.866,41	R\$ 1.965.734,60	R\$ 2.497.346,23	R\$ 2.241.880,67
Receita de vendas	R\$ 504.520,27	R\$ 2.177.896,67	R\$ 4.763.914,86	R\$ 6.142.750,25	R\$ 6.142.750,25
Margem Líquida	20,12%	29,24%	41,26%	40,66%	36,50%

21.3. Índice de Liquidez Corrente

Irá indicar as condições que a organização possui para cumprir suas obrigações em um curto prazo. Taxas acima de 1 mostram que a empresa consegue liquidar todas as suas obrigações a curto prazo.

#	2019	2020	2021	2022	2023
Ativo Circulante	R\$ 504.520,27	R\$ 2.177.896,67	R\$ 4.763.914,86	R\$ 6.142.750,25	R\$ 6.142.750,25
Passivo Circulante	R\$ 396.790,99	R\$ 1.534.833,90	R\$ 2.791.983,90	R\$ 3.639.207,67	R\$ 3.894.673,22
Índice de Liquidez	1,2715	1,4190	1,7063	1,6879	1,5772

21.4. Índice de Rentabilidade (retorno sobre o patrimônio)

. Esse índice aponta se a empresa é um bom investimento para novos sócios

#	2019	2020	2021	2022	2023
Lucro Líquido	R\$ 107.729,28	R\$ 643.062,77	R\$ 1.971.930,95	R\$ 2.503.542,59	R\$ 2.248.077,03
Patrimonio Liquido	R\$ 354.880,56	R\$ 890.214,04	R\$ 2.219.082,23	R\$ 2.750.693,86	R\$ 2.495.228,30
Índice de rentabilidade	30,36%	72,24%	88,86%	91,01%	90,10%

21.5. Índice de Endividamento

Ajuda a identificar a proporção de ativos da empresa que são financiados por recursos de terceiros.

#	2019	2020	2021	2022	2023
Passivo	R\$ 396.790,99	R\$ 1.534.833,90	R\$ 2.791.983,90	R\$ 3.639.207,67	R\$ 3.894.673,22
Ativo	R\$ 751.671,54	R\$ 2.425.047,94	R\$ 5.011.066,13	R\$ 6.389.901,53	R\$ 6.389.901,53
Índice de endividamento	52,8%	63,3%	55,7%	57,0%	61,0%

22. INDICADORES DE VIABILIDADE

Tendo estimado o resultado da empresa em seu primeiro ano, poderemos montar um fluxo que nos permita fazer uma previsão de taxas importantes para o projeto como um todo. São elas o Payback (tempo de retorno do investimento), o VPL (valor presente líquido) e a TIR (taxa interna de retorno). Todas essas informações, serão obtidas conforme o fluxo do projeto para um tempo de 5 anos nos 3 possíveis cenários citados no início do plano financeiro.

22.1. Cenário Provável

Provável	Investimento inicial	2019	2020	2021	2022	2023
FCX	-R\$ 253.347,63	R\$ 107.729,28	R\$ 643.062,77	R\$ 1.971.930,95	R\$ 2.503.542,59	R\$ 2.248.077,03
VP	-R\$ 253.347,63	R\$ 95.547,03	R\$ 505.848,26	R\$ 1.375.758,02	R\$ 1.549.133,27	R\$ 1.233.753,60
FCX DES	-R\$ 253.347,63	-R\$ 157.800,60	R\$ 348.047,67	R\$ 1.723.805,68	R\$ 3.272.938,95	R\$ 4.506.692,56
TMA	12,75%					
TIR	184%					
VPL	R\$4.506.692,56					
Payback	1,31					

Conforme indicado no fluxo acima, podemos perceber que o tempo estimado para recuperação do investimento é de aproximadamente 1 ano e 4 meses, visto que ao fim primeiro ano de operação esperamos obter um lucro acumulado de R\$ 348.047,67.

22.2. Cenário Pessimista

Pessimista	Investimento inicial	2019	2020	2021	2022	2023
FCX	-R\$ 253.347,63	R\$ 23.111,99	R\$ 302.320,18	R\$ 1.210.184,23	R\$ 1.733.459,76	R\$ 1.477.994,20
VP	-R\$ 253.347,63	R\$ 20.498,44	R\$ 237.812,15	R\$ 844.309,81	R\$ 1.072.624,13	R\$ 811.129,09
FCX DES	-R\$ 253.347,63	-R\$ 232.849,19	R\$ 4.962,96	R\$ 849.272,77	R\$ 1.921.896,90	R\$ 2.733.025,99
TMA	12,75%					
TIR	129%					
VPL	R\$2.733.025,99					
Payback	1,98					

Conforme indicado no fluxo acima, podemos perceber que o tempo estimado para recuperação do investimento no cenário pessimista é de quase 2 anos (1 ano e 11 meses), visto que ao fim primeiro ano de operação esperamos obter um lucro acumulado de R\$ 4.962,96.

22.3. Cenário Otimista

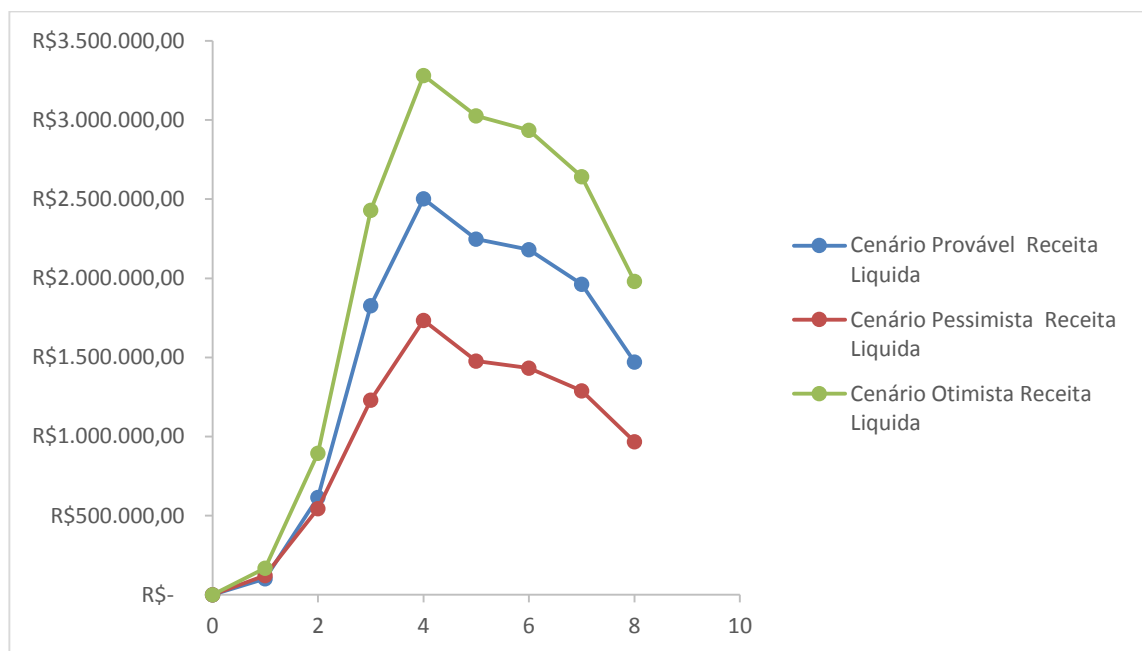
Otimista	Investimento inicial	2019	2020	2021	2022	2023
FCX	-R\$ 253.347,63	R\$ 204.739,28	R\$ 1.018.499,72	R\$ 2.431.011,80	R\$ 3.281.432,82	R\$ 3.025.967,26
VP	-R\$ 253.347,63	R\$ 181.586,95	R\$ 801.175,78	R\$ 1.696.045,17	R\$ 2.030.473,45	R\$ 1.660.662,86
FCX DES	-R\$ 253.347,63	-R\$ 71.760,68	R\$ 729.415,10	R\$ 2.425.460,27	R\$ 4.455.933,72	R\$ 6.116.596,58

TMA	12,75%
TIR	233%
VPL	R\$6.116.596,58
Payback	1,09

Conforme indicado no fluxo acima, podemos perceber que o tempo estimado para recuperação do investimento no cenário otimista é de aproximadamente 1 ano e 1 mês visto que ao fim primeiro ano de operação esperamos obter um lucro acumulado de R\$ 729.415,10.

23. CICLO DE VIDA

O conceito de ciclo de vida surge uma vez que no mercado, os consumidores e os concorrentes estão em constante mudança. Acompanhando essas mudanças o serviço ou produto pode passar por quatro principais fases diferentes. Em cada fase é levando em consideração os impactos do ambiente interno e externo no serviço ou produto. A análise do ciclo de vida auxilia a empresa em relação as estratégias para cada fase, o gerenciamento do volume do investimento em cada etapa do ciclo de vida e nas tomadas de decisões.



23.1. Introdução

É o período de crescimento mais lento à medida que o serviço é introduzido no mercado. Nesta época as vendas crescem lentamente e ainda não há lucros visto que há muitas despesas de introdução do produto.

A GO! dificilmente enfrentará muitas barreiras na inserção do seu serviço no mercado uma vez que a empresa entra como inovação neste seguimento que evidentemente possui espaço para desenvolvimento mas ainda assim, é importante investir em ações direcionadas de marketing para promover a empresa.

23.2. Crescimento

É um período de aceitação por parte do mercado e de melhoria substancial do lucro. Os concorrentes já podem começar a aparecer e é preciso analisar a melhor estratégia de vendas para não perder espaço. Então, nesta etapa a GO! deverá investir em estratégias de fidelização dos clientes que já possui e buscar firmar novas parcerias, proporcionando sempre um diferencial no mercado.

23.3. Maturidade

É um período de menor ritmo no crescimento das vendas porque o serviço já alcançou aceitação pela maioria dos clientes em potencial. Esta fase tem umaduração maior que a anterior e por este motivo tem desafios grandes na área de marketing. A fim de contornar esse cenário será necessário que a GO! invista em ações de marketing de guerrilha, para aumentar seu Market share. Tendo em vista que nessa fase já foi conquistado tudo pretendido, surge a necessidade de promover inovações na forma de prestação do serviço.

23.4. Declínio

Nesse período o serviço atinge sua obsolescência e é substituído por serviço mais inovador. A empresa para de investir em propaganda e desenvolvimento e começa a discutir qual o melhor momento de retirar o serviço do mercado ou reposicioná-lo em outro nicho. A GO! tem que estar preparada, tendo desde o momento de inserção no mercado, algumas estratégias pensadas para esse possível momento. Podendo a empresa optar por:

- Dominar o mercado através do aumento dos investimentos eliminando a concorrência.

- Continuar com o mesmo volume de investimento até que as incertezas do mercado sejam resolvidas.
- Focar os investimentos nos consumidores que são responsáveis pela grande parte do lucro, retirando os investimentos dos que menos contribuem.
- Desfazer-se do negócio mais rapidamente, recuperando os ativos da melhor forma possível antes que se percam mais investimentos.

24. REFERÊNCIAS

“Em 2010, 76,9% das empresas brasileiras usaram Internet para fins de trabalho”.

Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14338-asi-em-2010-769-das-empresas-brasileiras-usaram-internet-para-fins-de-trabalho>>.

“Excesso de oferta vs falta de demanda: considerações sobre o transporte de cargas no Brasil”. Disponível em:

<<https://blogdoibre.fgv.br/posts/excesso-de-oferta-vs-falta-de-demanda-consideracoes-sobre-o-transporte-de-cargas-no-brasil-3>>.

“Significado de Organograma”. Disponível em:

<<https://www.significados.com.br/organograma/>>.

“Fluxograma: o que é e como fazer”. Disponível

em:<<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/fluxograma>>

“KPI Indicadores de desempenho logístico em transporte: quais os mais importantes?”. Disponível em: <<http://www.datamex.com.br/blog/kpi-indicadores-de-desempenho-logistico-em-transporte-quais-os-mais-importantes/>>.

<<http://www.datamex.com.br/blog/kpi-indicadores-de-desempenho-logistico-em-transporte-quais-os-mais-importantes/>>.

“Como calcular o custo de um funcionário para a sua empresa”.

Disponível em: <<https://blog.convenia.com.br/como-calcular-o-custo-de-um-funcionario-para-a-sua-empresa/>>.

“O que você precisa saber sobre os principais indicadores financeiros de uma empresa”. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/indicadores-financeiros-de-uma-empresa/>>.

<<https://www.treasy.com.br/blog/indicadores-financeiros-de-uma-empresa/>>.

“Análise financeira: conheça os indicadores mais usados pelos analistas”.

Disponível em:

<<https://www.infomoney.com.br/educacao/guias/noticia/568514/analise-financeira-conheca-indicadores-mais-usados-pelos-analistas>>.

“Indicadores financeiros: 5 tipos que você deve analisar”. Disponível em :<<https://blog.egestor.com.br/entenda-os-diferentes-tipos-de-indicadores-financeiros/>>.

“Análise de viabilidade de projeto”. Disponível em:<<https://escritoriodeprojetos.com.br/analise-de-viabilidade-de-projeto>>.

“ANEXO 3 - Tabela Simples Nacional 2018 – Serviços”. Disponível em:<<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-3-simples-nacional>>.

“O que é um Simples Nacional”. Disponível em:<<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>>.

“Descubra o que é o Simples Nacional e suas vantagens para pequenos empresários”. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/o-que-e-simples-nacional/>>.

“Tributação no Simples Nacional: entenda de uma vez por todas”. Disponível em:<<https://blog.contaazul.com/tributacao-simples-nacional>>.

“SIMPLESNACIONAL–2019”. Disponível em:<<http://www.portaltributario.com.br/guia/simplesnacional.html>>.

“Novo Simples Nacional: entenda as principais mudanças para 2018”. Disponível em:<<https://blog.biva.com.br/empreendedor/simples-nacional-2018/>>.

CHIAVENATO. Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.