



**HENRIQUE VILELA AVELAR  
VICTOR HUGO GONÇALVES FERREIRA**

**ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A ESTRUTURAÇÃO DE  
UMA EMPRESA ESPECIALIZADA EM GESTÃO  
EMPRESARIAL NA CIDADE DE VARGINHA-MG.**

**LAVRAS-MG  
2021**

**HENRIQUE VILELA AVELAR**  
**VICTOR HUGO GONÇALVES FERREIRA**

**ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA A ESTRUTURAÇÃO DE UMA EMPRESA  
ESPECIALIZADA EM GESTÃO EMPRESARIAL NA CIDADE DE VARGINHA-MG.**

Trabalho de Conclusão de Curso, na forma de Projeto Empreendedor, apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Engenharia de Controle e Automação, para a obtenção do título de Bacharel.

Prof. Dr. Danilo Alves de Lima  
Orientador

**LAVRAS-MG**  
**2021**

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo a formulação de um Plano de Negócios para a criação de uma empresa de gestão empresarial na modalidade de “Software-as-a-Service” (SaaS) localizada em Varginha, MG. O mercado varejista tem apresentado durante a última década crescimento constante e alto impacto no PIB brasileiro, sendo 6,8 trilhões em 2018. Juntamente com esse alto valor estão atreladas grandes perdas, estas causadas por erros de inventários, erros administrativos, quebras operacionais, entre outros. Com desejo de minimizar esses prejuízos, serão apresentados no Plano de Negócios: produtos e serviços que auxiliarão o varejista a tomar decisões a manter o controle sobre seu empreendimento; investimentos necessários para se manter a empresa funcionando por meses sem gerar faturamento; uma análise financeira sobre a viabilidade do negócio. Fez-se uma análise sobre o mercado da região para absorção de problemas que o nicho atual possui, moldando a proposta de acordo com o sentimento do consumidor. Também fez-se uma análise financeira sobre a abertura do negócio, e notou-se que o investimento inicial será elevado, sendo o maior custo relacionado com o corpo de funcionários especialistas que serão necessários na equipe. Uma das maiores barreiras para a entrada no mercado é o produto diferencial. Para validar a viabilidade do mesmo, será imprescindível uma nova visita ao mercado, apresentando-o e coletando novamente a opinião dos consumidores, podendo levar a modificação do produto proposto.

**Palavras-chave:** Mercado Varejista. Software-as-a-Service. Gestão Empresarial. Plano de Negócios.

## **ABSTRACT**

The present work focus on the formulation of a Business Plan for a new company of enterprise management in the modality of "Software-as-a-Service" (SaaS) located in Varginha, MG. The retail market has shown constant growth and a high impact on the Brazilian GDP during the last decade, 6.8 trillion in 2018. Along with this high impact, there are losses caused by inventory errors, administrative errors, operational failures, among others. To minimize them, the Business Plan will include products and services to help the retailer to make decisions and maintain control over his enterprise; necessary investments to keep the company running for six months without generating revenue; and financial analysis on the viability of the business. An analysis was made in the region's market to understand their problems, shaping this proposal according to the consumer feeling. A financial analysis was also carried out on the opening of the business, and we noted that a high initial investment is required, mainly to hire specialists for the team. One of the barriers to entry into the market is the differential of the product. To validate its viability, a new visit to the market will be essential, presenting the solution and collecting the consumers' opinions again, which may lead to the modification of the proposal.

**Keywords:** Retail Market. Software-as-a-Service. Business Management. Business Plan.

## SUMÁRIO

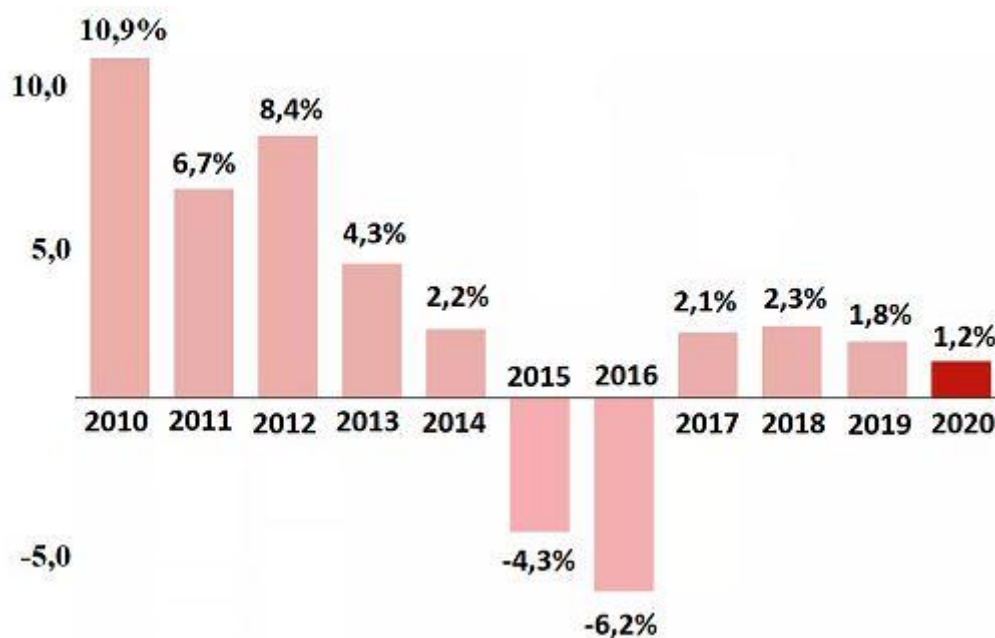
<b>1.</b>	<b>Introdução</b>	<b>6</b>
1.1.	Objetivos	9
1.2.	Justificativa	9
1.3.	Estrutura do trabalho	10
<b>2.</b>	<b>Sumário Executivo</b>	<b>11</b>
2.1.	O que é o negócio?	11
2.2.	Perfil dos Empreendedores	12
2.3.	Perfil dos Clientes	13
2.4.	Principais Produtos e Serviços	13
2.5.	Ferramenta: Missão, Visão e Valores	16
2.5.1.	Missão	17
2.5.2.	Visão	17
2.5.3.	Valores	17
2.6.	Localização da Empresa	17
2.6.1.	Produto Interno Bruto (PIB) das principais cidades do sul de Minas	18
2.6.2.	Poder de escoamento	19
2.6.3.	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)	20
2.7.	Investimento Total	21
2.8.	Formas Jurídicas	22
2.9.	Enquadramento Tributário	22
<b>3.</b>	<b>Plano de Marketing</b>	<b>24</b>
3.1.	Análise de mercado	24
3.1.1.	Estudo dos clientes	25
3.1.2.	Estudo dos concorrentes	28
3.1.3.	Estudo dos fornecedores	31
3.2.	Conceito da Logomarca	32
3.3.	Estudo das Cores e Fontes	33
3.4.	Publicidade e Propaganda	34
<b>4.</b>	<b>Plano Operacional</b>	<b>37</b>
4.1.	Ambiente de trabalho	37
4.2.	Processos Operacionais	39
4.3.	Infraestrutura Tecnológica	44
4.4.	Análise SWOT	45
<b>5.</b>	<b>Plano Financeiro</b>	<b>48</b>
5.1.	Investimento fixo	48
5.1.1.	Custo da infraestrutura tecnológica de desenvolvimento	48
5.1.2.	Custo de abertura de empresa	50

5.1.3.	Custo de móveis, eletrodomésticos e eletrônicos	50
5.2.	Capital de giro	51
5.2.1.	Custo de imóvel	52
5.2.2.	Custo de serviços contratados	53
5.2.3.	Custos com funcionários	56
5.3.	Planejamento de capital	59
5.4.	Ponto de equilíbrio contábil	66
5.5.	Potencial de mercado	68
<b>6.</b>	<b>Considerações Finais</b>	<b>71</b>
	<b>Referências</b>	<b>73</b>

## 1. Introdução

O varejo tem um papel importante na economia brasileira, o qual durante uma década apresentou crescimento consistente e impulsionou o PIB brasileiro, se tornando um protagonista no desenvolvimento do Brasil e tendo, em 2018, um impacto de cerca de 62,5% no PIB de 6,8 trilhões de reais (SBVC, 2018). De acordo com o G1 Economia (2021), o setor varejista teve seu quarto ano consecutivo de taxas positivas de vendas (2017-2020), como ilustrado na Figura 1. Foram analisados dez segmentos, dos quais cinco apresentaram resultados positivos em 2020, possuindo maior destaque o segmento de materiais de construção, com volume de vendas aumentado em 10,8% e o de móveis e eletrodomésticos com um aumento de 10,6% em seu volume de vendas. Além disso, em 2018, o mercado de varejos faturou um total de 1,55 trilhões de reais.

Figura 1: Vendas do varejo ano a ano entre 2010 e 2020, dados do IBGE.

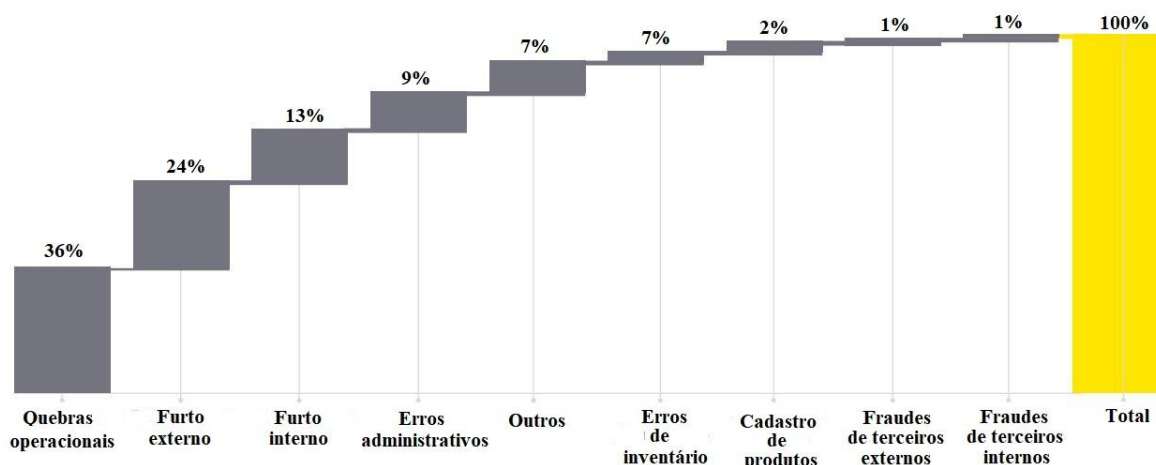


Fonte: Economia G1 (2021) adaptada pelos autores.

No entanto, mudanças têm acontecido no cenário nacional. A Associação Brasileira de Prevenção de Perdas (ABRAPPE) projetou uma perda estimada de 1,36% sobre o índice de

faturamento do varejo em 2019, valor que corresponde a 22,44 bilhões de reais. Esse prejuízo é referenciado com causas de Perda Total, algumas dessas são as quebras operacionais, os furtos (internos e externos), erros de inventário, entre outros (ABRAPPE, 2020). A Figura 2 ilustra o percentual total das perdas mais comuns no varejo que influenciam nas quedas de faturamento.

Figura 2: Causas da Perda Total no comércio varejista no ano de 2019.



Fonte: ABRAPPE (2020) adaptada pelos autores.

Apesar disso, é possível tratá-las e amenizá-las por meio de uma gestão melhorada nos processos operacionais, onde o acréscimo de tecnologias leva a uma melhor capacidade de tratamento das perdas (ABRAPPE, 2020). Uma solução viável seria a implantação de um sistema integrado de gestão, ou “*Enterprise Resource Planning*” (ERP). Esta ferramenta de gestão auxilia o gestor da empresa a ter mais controle sobre os segmentos de seu negócio, exemplificados como fluxo de caixa, controle de estoque, vazão de produtos perecíveis e não-perecíveis, entre outros (TOTVS, 2019).

Este trabalho tem como proposta a análise da viabilidade de uma empresa por meio da criação de um plano de negócios simplificado. A GETEQ aliará a gestão e a capacidade de análise de dados para o fornecimento de relatórios detalhados sobre o empreendimento de clientes classificados como Microempreendedor Individual (MEI) ou Microempresa (ME), além de fornecer uma consultoria sobre o comportamento do mercado como um produto diferencial.



Sendo assim, analisou-se o estado do mercado de Microempreendedores Individuais (MEI) quanto ao seu crescimento, dimensão e aos segmentos derivados deste (serviços, comércio, indústria, construção, entre outros), pois são potenciais consumidores. De acordo com Portal Empreendedor (2020), nos últimos 5 anos houve um aumento de 100,9% no mercado de MEI, chegando a mais de 10,2 milhões de empreendedores nessa modalidade. Esse é um mercado que teve crescimento de 1,2% entre os meses de abril e maio de 2020, que em pleno cenário de pandemia ingressaram mais de 120 mil novos empresários.

Tabela 1: Taxa de crescimento e participação dos setores no mercado de MEI em 2020.

	Número de MEI		Tx. crescim. média (% a.a.)		Participação relativa no total
	2015	2019	2015-2019	2018-2019	
<b>Serviços</b>	2.300.158	4.314.575	17% a.a.	13% a.a.	46,10%
<b>Comércio</b>	2.042.491	2.877.820	9% a.a.	8% a.a.	30,70%
<b>Indústria</b>	776.010	1.253.307	13% a.a.	11% a.a.	13,40%
<b>Construção</b>	541.589	898.973	14% a.a.	11% a.a.	9,60%
<b>Outros</b>	4.691	20.263	44% a.a.	35% a.a.	0,20%
<b>TOTAL</b>	<b>5.664.939</b>	<b>9.364.938</b>	<b>13% a.a.</b>	<b>11% a.a.</b>	<b>100%</b>

Fonte: SEBRAE (2020a).

Examinando a Tabela 1, o setor de serviços, no qual está inserida a empresa, tem o melhor cenário de crescimento, pois apresenta uma taxa de evolução de 13% a.a. e representa 46,1% dos empreendimentos registrados no MEI, sendo um dos mercados mais promissores para se abrir um negócio. Nesse segmento, apresentou-se também que o serviço de apoio administrativo, informática e tecnologia estão entre as atividades com potencial de expansão. Como a empresa proposta possui as três características ela se encontra num mercado favorável à exploração e à implantação de um novo empreendimento.

## 1.1. Objetivos

Considerando os problemas que o mercado varejista encontra, este trabalho tem por objetivo criar uma base para o modelo de negócios “*Software as a Service*” (SaaS), projetando possíveis custos de infraestrutura e ações para determinadas etapas administrativas da empresa. No plano de negócio serão considerados os seguintes objetivos específicos:

- Determinar os principais produtos e serviços que serão fornecidos;
- Desenvolver um sumário executivo abordando as principais características do plano de execução da empresa;
- Propor uma análise financeira para definir o investimento total a ser aplicado para manter a empresa por 6 meses sem lucros, levando em consideração o plano operacional e plano de marketing, apresentando informações que levarão à conclusão sobre a viabilidade do negócio.

## 1.2. Justificativa

O presente trabalho é o desenvolvimento de uma proposta de projeto empreendedor para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Engenharia de Controle e Automação, cuja meta é a elaboração de uma análise de viabilidade de um sistema integrado de gestão por meio de um plano de negócios, desenvolvendo-se algumas etapas que devem ser exploradas para a criação do empreendimento. Para estruturação da proposta, foram definidas estratégias de análise do negócio que serão abordadas ao longo do trabalho. Tais dados são provenientes da internet e de entrevistas com possíveis clientes, utilizando-se o máximo de informações fornecidas por órgãos oficiais do governo para validar a relevância do empreendimento. É de suma importância para a abertura de uma empresa o estudo do plano de ação analisando os aspectos mercadológicos e elaborando planos financeiros e operacionais para que se minimize os riscos da proposta.

### 1.3. Estrutura do trabalho

A sequência deste trabalho está dividida em seis capítulos. O Capítulo 2 consiste no sumário executivo, onde apresenta-se o que é o negócio, o planejamento estratégico, a forma jurídica e o enquadramento tributário da empresa. O plano de marketing está no Capítulo 3, onde serão discutidos assuntos como a logomarca, fontes, cores e estratégias de divulgação que a empresa adotará. O Capítulo 4 trará o plano operacional, contemplando estratégias que a empresa utilizará para se destacar em meio ao mercado. O plano financeiro, no Capítulo 5, abordará o investimento total necessário para a criação da empresa e funcionamento por 6 meses, sem lucros, em três cenários diferentes de tempo de retorno de investimento, sendo eles: o pessimista, o realista e o otimista. Por fim, no Capítulo 6, encontram-se as considerações finais, onde se concluirá pela viabilidade ou não da empresa.

## 2. Sumário Executivo

Este capítulo tem por objetivo apresentar com mais detalhes o sumário executivo da GETEQ. Isso contemplará o modelo de negócios com importantes informações a respeito da ideia do empreendimento, apresentando aspectos qualitativos e quantitativos que gerem interesse econômico no leitor e expresse o objetivo desta proposta. É considerado um resumo do plano de negócios, um documento criado para antecipar situações, entender o mercado e projetar algumas ações para aumentar as chances de sucesso da empresa.

### 2.1. O que é o negócio?

A criação de um negócio está diretamente vinculada com a necessidade de um cliente. Conforme Hisrich e Peters (2004, p. 250), para um novo empreendimento é fundamental satisfazer as necessidades do cliente e criar fidelidade com os mesmos. No Capítulo 1 foi apresentado que, no mercado de Microempreendedores Individuais (MEI), os serviços de apoio administrativo, por meio de ferramentas de gestão e de informática prestados às empresas, são algumas das atividades com potencial de expansão.

Com o mercado em constante mudança, os consumidores estão sempre em busca de novos produtos para satisfazer seus desejos. Novos estilos surgem a todo momento, novas modas de acessórios, eletrônicos que ajudam no dia-a-dia, e diversas outras tendências, fazendo com que o comerciante tenha a necessidade de acompanhar as novidades para ter a noção de onde apostar para que o negócio seja próspero. Isso permite idealizar assim um sistema de captação e análise de dados sobre o comportamento dos consumidores da região, criando um marketing de banco de dados que pode comercializar informações e alavancar as vendas de qualquer empreendimento.

Neste âmbito, a GETEQ tem como objetivo auxiliar o setor administrativo por meio de tecnologias relacionadas à análise de dados. Ela apresentará ao cliente um interfaceamento por plataformas web e mobile, que contarão com relatórios sobre seu negócio, como fluxo de caixa, estoque, vazão de produtos, entre outros. A atuação no mercado será na modalidade

conhecida como “*Software as a Service*” (SaaS), ou programa como serviço, que tem um modelo de negócio baseado na computação em nuvem. Tendo como diferencial a disponibilização de softwares e soluções tecnológicas por meio da internet como um serviço (Salesforce, 2021).

## 2.2. Perfil dos Empreendedores

Empreendedores são pessoas que colocam em prática suas ideias de negócio, é ideal que sejam inovadores, criativos e que corram riscos. São de extrema importância para o desenvolvimento econômico, sendo responsáveis por grande parte do fluxo de capital na economia de seu país. O empreendedor, segundo Schumpeter (1939, apud DORNELAS, 2001), é quem introduz novos produtos e/ou serviços, cria novas formas de organização ou explora novos recursos e materiais, reestruturando a ordem econômica existente. A empresa terá como fundadores os graduandos de Engenharia de Controle e Automação na Universidade Federal de Lavras (UFLA), Henrique Vilela Avelar e Victor Hugo Gonçalves Ferreira, ambos com 26 anos de idade.

Victor foi um dos membros-fundadores e coordenador geral de eventos do Núcleo de estudos do Laboratório de Mobilidade Terrestre (NLMT), cujo objetivo era iniciar a comunidade acadêmica nos estudos e desenvolvimento dos veículos autônomos, assim como a aplicação de novas tecnologias de baixo custo para este setor. Membro pesquisador do Laboratório de Mobilidade Terrestre (LMT), desenvolveu pesquisa sobre a modelagem geométrica da superfície de vias urbanas usando sensor a laser, a qual foi apresentada no Congresso de Iniciação Científica da UFLA (CIUFLA) em 2016. Teve experiência profissional de estágio não-obrigatório na empresa Inventar GMB, onde desenvolveu a parte eletrônica de novos produtos nos setores de manejo florestal e indústria 4.0. Tem auxiliado, também, no empreendimento de seu pai, na cidade de Alfenas, atualizando o modelo de marketing da marca e atendendo aos clientes em determinados períodos, onde pôde acompanhar de perto os problemas que surgiam com outros comerciantes.

Henrique possui experiência como membro do núcleo fundado por Victor, onde permaneceu como membro na área da eletrônica por cerca de dois anos, ampliando seus conhecimentos em diversos softwares importantes para a engenharia e concepções a nível de

hardware. Possui experiência também como estagiário na renomada empresa de tecnologia de sua cidade, Sispono Sistemas Inteligentes EIRELI, onde aplicou técnicas de programação, aprimorando seus conhecimentos em diversas linguagens e novos softwares. Nesse sentido, aplicou seus conhecimentos para a gestão de banco de dados e o desenvolvimento de softwares em plataformas como Delphi 7 e Maker Studio.

Ambos desenvolveram diversas habilidades ao longo de suas experiências, tais como liderança, planejamento, inteligência emocional, flexibilidade, adaptabilidade e diversas outras. Além de possuírem grande sinergia conquistada durante a graduação realizada em comum.

### 2.3. Perfil dos Clientes

Aqueles que possuem a necessidade de adquirir algum produto ou serviço mediante pagamento são denominados como consumidores, podendo ser pessoas físicas ou jurídicas. Pode-se dizer que clientes são consumidores que, após adquirirem os serviços da GETEQ, manterão um vínculo com a empresa, retornando para realizar novas aquisições. A GETEQ tem como seu público-alvo comerciantes varejistas da cidade de Varginha e região, sendo eles MicroEmpreendedores Individuais (MEI) ou MicroEmpresas (ME), cuja necessidade de tecnologias que os auxiliam na gestão financeira do seu negócio se faz presente. Eles apresentam crescimento constante, além de serem um dos principais impactantes do PIB brasileiro. Essa forma de negócio é comumente chamada de B2B, ou *Business-to-Business*, que é a comercialização de produtos e serviços entre empreendimentos, empresas que vendem para outras empresas.

### 2.4. Principais Produtos e Serviços

A GETEQ fornecerá ao cliente um sistema de gestão como produto principal, que será disponibilizado em diferentes plataformas de interface (Web e mobile). Sua manutenção será feita por meio de versões de atualização mensal, sendo as mais urgentes no estabelecimento do cliente. A instalação é realizada, desde que o cliente atenda aos requisitos mínimos de

estrutura física (hardware) para o funcionamento do software, por funcionários devidamente treinados. Os serviços disponibilizados para o mesmo dependerão do plano mensal em contrato, que variam desde o básico ao gestor completo.

Tabela 2: Tabela de assinaturas disponíveis para contratação do serviço.

	<i>Gestor gratuito</i>	<i>Gestor médio</i>	<i>Gestor avançado</i>	<i>Gestor completo</i>	<i>Extras</i>
<b>Cadastro de produtos</b>	✓	✓	✓	✓	—
<b>Cadastro de clientes / vendas</b>	✓	✓	✓	✓	—
<b>Controle de fornecedores</b>	✓	✓	✓	✓	—
<b>Controle de funcionários</b>	✓	✓	✓	✓	—
<b>Controle de caixa (abertura, fechamento e sangria)</b>	✓	✓	✓	✓	—
<b>Monitor de fluxo de caixa</b>	—	✓	✓	✓	—
<b>Monitor de funcionários</b>	—	✓	✓	✓	—
<b>Monitor de estoque</b>	—	✓	✓	✓	—
<b>NFCe, NFe, SAT e XML</b>	—	—	✓	✓	—
<b>Relatório financeiro</b>	—	—	—	✓	—
<b>Inclusão de lojas</b>	—	—	—	✓	—
<b>Armazenamento</b>	0,5 GB	2 GB	4 GB	8 GB	—
<b>Suporte técnico mensal</b>	0,5h	1h	2h	3h	—
<b>Relatório de tendências sobre o mercado regional</b>	—	—	—	—	✓

Fonte: Dos autores (2020).

As funções que serão fornecidas pelo sistema e estão presentes na Tabela 2 são descritas da seguinte maneira:

- Cadastro de produtos: Inclusão e remoção de produtos que estão disponíveis no estoque;
- Cadastro de clientes/vendas: Inserção de clientes e dados no sistema, além da vinculação de vendas ao mesmo;
- Controle de fornecedores: Funcionalidade que possibilita o cadastro e a retirada de fornecedores do sistema;
- Controle de funcionários: Possibilidade em cadastrar e remover funcionários, além de um bônus de função com o controle de horário;
- Controle de caixa: Possibilidade de realizar a abertura, fechamento e sangria caixa;
- Monitor de fluxo de caixa: Visualização em tempo real de todo o fluxo de caixa, entradas e saídas financeiras. Terá funções extras como a comparação com o mês e ano anterior;
- Monitor de funcionário: Visualização em tempo real de informações sobre os funcionários, tais como: horário de entrada e saída, quantidade de vendas realizadas, comissão (se tiver), etc;
- Monitor de estoque: Visualização em tempo real da entrada e saída de produtos no estoque, além de alertas sobre baixo estoque e necessidade de compra;
- NFCe, NFe, SAT e XML: Funcionalidade que auxiliará nas emissões de notas fiscais, contará também com o histórico das mesmas;
- Relatório financeiro: Um relatório completo do negócio, criticando pontos que podem ser melhorados, assim como os pontos mais fortes do negócio. Esta análise tem o objetivo de aprimorar o negócio do cliente;
- Inclusão de lojas: Inserção do sistema em mais de uma loja do cliente, gera taxação de acordo com a quantidade de lojas;



- Armazenamento: Quantidade de dados que cada usuário tem direito no servidor contratado;
- Suporte técnico mensal: Quantidade de horas disponível para cada cliente gastar com questões relacionadas ao serviço.

Como produto extra será ofertado ao cliente: o aconselhamento do cliente sobre o direcionamento dos produtos sazonais que estão em alta, para aumento de vendas, isso sendo possível com a absorção de dados provenientes do consumidor (será feito em contrato, assim como terão profissionais especializados em dados), criando um ecossistema que ajude os contratantes com pouco conhecimento de tecnologia a aumentar o alcance de seu empreendimento.

Entende-se que o respeito à privacidade é um dos fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a mesma contempla a proteção dos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade, assim como a livre formação da personalidade individual. Ela se aplica sobre quaisquer tipos de dados relacionados à pessoa, sendo ela brasileira ou não, dados tratados dentro do território brasileiro e dados usados para fornecimento de bens ou serviços (SERPRO, 2021). Sendo assim, toda a relação contratual entre as empresas será legalizada perante a LGPD, tendo um profissional especializado juntamente a um advogado trabalhando em prol da conformidade perante a legislação.

## 2.5. Ferramenta: Missão, Visão e Valores

Segundo o SEBRAE [201-?], a ferramenta de gestão do empreendimento é muitas vezes negligenciada pelas empresas, sendo frequentemente mal empregada e utilizada apenas como objetos decorativos. Ainda conforme o SEBRAE [201-?], a definição destas três palavras, Missão, Visão e Valores, é o ponto de partida para novos negócios de empreendedores de primeira viagem, devendo ser constantemente validado pela empresa. O trio missão, visão e valores é amplamente utilizado por empreendedores para planejarem seus negócios e atraírem colaboradores e clientes empenhados em fazer com que a empresa evolua cada vez mais e busque por serviços de qualidade.

### 2.5.1. Missão

A missão da GETEQ é auxiliar o comércio varejista a aumentar sua lucratividade reduzindo os custos causados pela falta de informações sobre diversos setores das empresas e orientando-os sobre o comportamento do mercado. Entregando uma solução de apoio à gestão econômica, com alta qualidade e eficiência.

### 2.5.2. Visão

Por meio da excelência no serviço prestado, a GETEQ espera contribuir para reduzir as perdas dos varejistas a nível nacional. Sempre trazendo novidades tecnológicas aos clientes, ela quer tornar-se referência no mercado brasileiro pelo auxílio ao varejista de pequeno a grande porte.

### 2.5.3. Valores

Nossos valores se concentram em:

- Ética, respeito e honestidade;
- Sucesso é o reflexo da satisfação do cliente;
- O negócio do cliente é o nosso;
- Constante inovação tecnológica;

### 2.6. Localização da Empresa

A localização da empresa é um fator determinante para o seu sucesso, está diretamente relacionada com a redução de custos e, conseqüentemente, o aumento dos lucros. Vários

elementos precisam ser levados em consideração no momento de definir seu local, como conhecer o perfil dos clientes, os possíveis concorrentes na localidade e também a projeção de crescimento da cidade.

A proposta expressa no trabalho não tem necessidade de estar presente em um local pré-determinado, principalmente durante o desenvolvimento do produto e por ser um SaaS, cuja estrutura de administração e manutenção pode ser feita em modelo de home-office. Porém, para a validação do produto principal, é de suma importância estudar o comportamento do mercado na região, utilizando os clientes da localidade como um teste de desempenho para determinar a eficácia do que foi proposto.

Para escolher a localização, definiu-se o estado e região, sendo o sul de Minas Gerais o escolhido pelo fato dos empreendedores terem fácil acesso a área e conhecimento sobre a geografia da região, reduzindo os custos iniciais e facilitando uma possível expansão da empresa. Concentrou-se estudos nas maiores cidades da região sendo elas: Poços de Caldas, Pouso Alegre, Varginha, Passos e Lavras, a fim atingir um maior mercado. Sendo uma empresa diretamente conectada ao varejo, avaliou-se o Produto Interno Bruto (PIB), Renda per Capita, o poder de escoamento dos produtos e o Índice de Desenvolvimento Humano, para caracterizar um ecossistema com alto potencial de desenvolvimento. Esses parâmetros serão analisados em seguida e serão preponderantes para a definição da cidade sede.

#### 2.6.1. Produto Interno Bruto (PIB) das principais cidades do sul de Minas

De acordo com o G1 Sul de Minas (2019), entre 2016 e 2017, a região sul de Minas Gerais apresentou um aumento de 5 bilhões de reais em seu Produto Interno Bruto (PIB), chegando a 80,455 bilhões de reais, 6,6% maior que nos anos anteriores. Na Tabela 3 apresenta-se uma comparação do PIB e da Taxa de crescimento econômico das 5 cidades em questão.

Tabela 3: Dados populacionais e econômicos das cidades em avaliação.

Cidades	População (censo 2010)	PIB em reais (2017)	PIB per Capita em reais (2017)	Tx. de crescimento econômico (2016-2017)
Lavras	92.200 hab.	2,485 bi.	24.341,66	9,33%
Passos	106.290 hab.	2,388 bi.	20.861,28	3,81%
Pouso Alegre	130.615 hab.	7,388 bi.	50.211,91	8,24%
Poços de Caldas	152.435 hab.	6,365 bi.	38.329,41	3,96%
Varginha	123.081 hab.	5,443 bi.	40.506,11	21,13%

Fonte: IBGE (2020).

Ao comparar-se os dados de crescimento econômico, observa-se que Varginha teve um desenvolvimento superior às demais cidades, sendo duas vezes maior que a segunda maior taxa de crescimento (Lavras), demonstrando um alto potencial para atrair novos empreendimentos. Varginha possui, também, o segundo maior PIB per capita da comparação, o qual mostra o valor que cada indivíduo teria se recebessem valores iguais do PIB.

#### 2.6.2. Poder de escoamento

Levando-se em consideração a logística das cidades apresentadas, um fator importante considerado foi o seu posicionamento perante as grandes capitais e portos do país, e o escoamento de produção. Varginha é a cidade ideal por possuir o Porto Seco Sul de Minas (um depósito alfandegado de uso público com o objetivo de oferecer serviços de desembaraço, além de movimentação de contêineres e mercadorias no geral, que são destinadas tanto para importação quanto para exportação), sendo esse o único da região, posicionado ao lado de seu aeroporto e às margens da rodovia Fernão Dias. Ela é classificada também como um hub logístico por ser localizada a pouco mais de 300 quilômetros de

importantes cidades da região sudeste do país, como São Paulo (SP), Santos (SP), Campinas (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG).

### 2.6.3. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é uma medida que tem como definição apresentar a realidade do desenvolvimento do território brasileiro, como modelo comparativo entre cidades que, além do desenvolvimento econômico, avaliam os índices de longevidade, educação e renda per capita. Os valores do índice variam de 0 a 1, sendo que quanto mais próximo de 1, melhor a qualidade de vida no município. A diferenciação do IDHM para o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) está no fato de utilizar a renda municipal ao invés da Renda Nacional Bruta per capita.

Para a escolha das cidades, analisou-se os dados apresentados na Tabela 4, desconsiderando as cidades de Poços de Caldas e Passos, por não terem apresentado boas avaliações nos quesitos taxa de crescimento econômico e renda per capita respectivamente. Elas apresentaram, também, poder de escoamento menor que as outras três, por ficarem distantes de rodovias federais. Analisando-se as alternativas, concluiu-se que a cidade de Varginha apresenta um maior potencial em desenvolvimento econômico, e não distanciando-se muito da cidade de Lavras no quesito IDHM optou-se por tê-la como cidade sede do empreendimento, principalmente pelo fato de ser um hub logístico e possuir um porto-seco, facilitando importação de produtos que possam diminuir o gasto, por causa do menor preço, do desenvolvimento de protótipos e produtos finais.

Tabela 4: Dados populacionais e econômicos relacionados ao desenvolvimento socioeconômico (continua).

Cidades	População (censo 2010)	Renda per Capita em reais (2017)	IDHM (2010)
Lavras	92.200 hab.	889,65	0,782
Passos	106.290 hab.	802,97	0,756

Fonte: ATLAS BRASIL (2020).

Tabela 4: Dados populacionais e econômicos relacionados ao desenvolvimento socioeconômico (conclusão).

Cidades	População (censo 2010)	Renda per Capita em reais (2017)	IDHM (2010)
Pouso Alegre	130.615 hab.	878,26	0,774
Poços de Caldas	152.435 hab.	953,96	0,779
Varginha	123.081 hab.	904,57	0,778

Fonte: ATLAS BRASIL (2020).

## 2.7. Investimento Total

Com o objetivo de manter a empresa em pleno funcionamento durante 6 meses, estimou-se, de acordo com os dados apresentados na Tabela 5, um investimento total resultante do somatório do investimento fixo e o capital de giro, valor este de impacto mensal.

O detalhamento sobre os custos estão descritos nos demais capítulos do trabalho. São valores que envolvem o custeamento de funcionários, marketing e infraestrutura da GETEQ, além de gastos com advogados e tributos para abertura e manutenção do empreendimento.

Tabela 5: Investimento para funcionamento por 6 meses sem clientes.

Recurso	Valor
Investimento fixo	R\$ 27.038,53
Capital de giro	R\$ 129.390,18
<b>Investimento Total</b>	<b>R\$ 156.428,71</b>

Fonte: Dos autores (2021).

## 2.8. Formas Jurídicas

Toda empresa necessita de uma constituição, para que ela exista, a primeira definição que precisa ser tomada é seu enquadramento perante à lei, e quanto cada sócio terá de responsabilidade sobre a mesma. As formas jurídicas existentes são: Firma Individual, Sociedade Empresária e a Sociedade Civil. Na primeira, a empresa é formada por apenas uma pessoa física, a qual é responsável por todos os atos da empresa, a Sociedade Empresária é formada por dois ou mais sócios onde não podem exercer atividades de prestação de serviços, apenas atividades comerciais, industriais ou serviços comuns (não intelectuais), e a Sociedade Civil também é formada por dois ou mais sócios assim como a última, porém, nesta, não podem exercer atividades comerciais e ou industriais. Ao se avaliar as possibilidades de formas jurídicas, optou-se pela Sociedade Empresária Limitada (Ltda.), onde os sócios são responsáveis financeiramente e administrativamente de acordo com a relação de capital social aplicado e a constituição da empresa (contrato social).

## 2.9. Enquadramento Tributário

A escolha do porte do negócio é extremamente importante na fundação de uma empresa. Cada porte conta com diferentes alíquotas de imposto e quantidade de funcionários possíveis para contratação. Para definir o porte, precisa-se analisar quais os enquadramentos tributários se encaixam no serviço prestado pela empresa.

Em microempresas, o empresário pode alcançar uma receita bruta em cada ano-calendário, um valor igual ou inferior a R\$ 240.000,00. Já em empresas de pequeno porte, a receita passa a ser de um valor entre R\$ 240.000,000 e R\$ 2.400.000,00. Uma vez que o negócio irá movimentar um valor abaixo de R\$ 240.000,00, optou-se pelo enquadramento de Microempresa (ME) no regime especial tributário conhecido como Simples Nacional (SN).

Por questões financeiras relacionadas ao faturamento da empresa e ao Simples Nacional é preciso identificar qual a Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) que a empresa se encaixa. A GETEQ, tendo a proposta de oferecer produtos (software) e serviços de tecnologia da informação, pode possuir os seguintes CNAE:

- 6202-3/00: Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis;
- 6203-1/00: Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis;
- 6204-0/00: Consultoria em tecnologia da informação;
- 7020-4/00: Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica.



### **3. Plano de Marketing**

O marketing tem em sua ideia a facilitação de trocas entre comprador e vendedor, que contemplam uma gama de atividades que buscam conhecer as necessidades de um cliente. De acordo com TELLES e STREHLAU (2017), as duas partes envolvidas nessa troca deve ter interesse e necessidade em satisfazer seus objetivos, com o vendedor precisando restituir seu capital investido e o comprador atendendo suas disfunções (dificuldades), criando uma relação onde ambas as partes são beneficiadas. Assim, as estratégias de marketing precisam desenvolver a análise sobre o cliente, explicitando ações ou decisões que estimulem essa troca.

Em harmonia com BLANK e DORF (2012), é primordial que aconteça a saída para o mercado para a descoberta de clientes. Deixando-se de trabalhar com a adivinhação e passa-se a conversar com os possíveis consumidores para entender seus problemas, quais recursos do produto que acreditam resolver os mesmos e refazer o modelo de negócio da empresa a fim de criar valor para o consumidor. Os fundadores definem uma visão de produto e a descoberta de clientes para encontrar os mesmos e um mercado para essa visão.

#### **3.1. Análise de mercado**

O conhecimento do mercado é fundamental no relacionamento com a atuação da empresa. Para que sejam feitas estratégias de marketing e agregação de valor à proposta, este deve ser muito bem analisado e conhecido (DORNELAS, 2001). Segundo Rosa (2007), a análise de mercado deve ser feita em três etapas, sendo elas: estudo dos clientes, estudo dos concorrentes e estudo dos fornecedores. Também expõe que ao estudar clientes deve-se considerar características como interesses e comportamentos, além de identificar o que os levam a comprar e onde eles estão. Para os concorrentes, deve-se identificar seu modelo de negócio, considerando fatores como preço, localização, condição de pagamento, atendimento prestado, serviços disponibilizados e garantias oferecidas os quais precisam ser estudados a fim de se criar uma competição no mercado. De acordo (DEGEN; MELLO, 1989), o fornecedor, por ter interesse direto no sucesso do empreendimento e por causa da venda

matéria prima, pode também possuir informações valiosas sobre negócios similares que tiveram sucesso ou não.

Assim, nesta seção, serão abordados estudos sobre cada etapa, dando melhor forma à proposta. Esses estudos irão remodelar o negócio para que entre na competição do mercado e consiga absorver clientes insatisfeitos com outros produtos e empresas, alavancando as receitas do mesmo.

### 3.1.1. Estudo dos clientes

Com a escolha da localização do negócio em Varginha, foi realizada uma pesquisa de mercado durante 2 dias na região central, onde ficam concentrados a maior parte dos pequenos e médios varejos. Devido a situação atual do cenário global, em que uma pandemia (COVID-19) está ocorrendo, optou-se por uma pesquisa mais rápida, com poucas perguntas e maior interação entre o pesquisador e o participante. Houve muitas restrições durante a aplicação do questionário (aumentando o tempo gasto), além de muitos comércios fechados.

Segundo o SEBRAE (2020b), a identificação do mercado é fundamental para orientar o empreendedor nas estratégias que serão tomadas. Com o objetivo de se obter informações sobre a possível absorção de produtos similares ao da GETEQ, deve-se fazer questionamentos que trarão vantagens e impactarão diretamente no sucesso da empresa. Assim, para conhecer o perfil do cliente, optou-se por saber se utilizam sistemas parecidos ao proposto pela GETEQ. Para analisar o sistema concorrente, achou-se interessante saber as plataformas que são disponibilizadas e entender o nível de satisfação com o sistema que utilizam, o que demonstraria se estariam dispostos a adesão de uma nova proposta. Para tanto, foram feitas as seguintes perguntas:

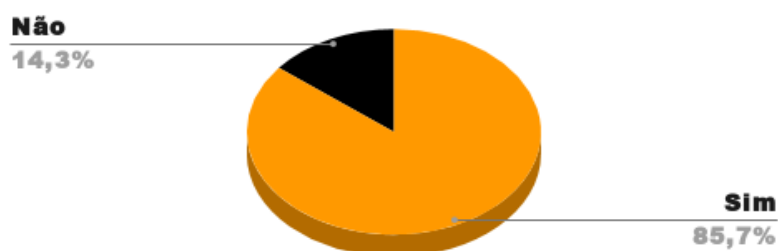
1. Há utilização de sistemas de gerenciamento?
2. Há uma clara visualização (interface com usuário) do sistema de gestão?
3. Qual o nível de satisfação com o sistema atual de gestão?

Dois dias de pesquisa renderam respostas de 22 estabelecimentos diferentes, os quais foram dispostos nos Gráficos 1, 2, e 3, possibilitando uma melhor visualização das informações.

Para o primeiro questionamento, além de saber se utilizam algum tipo de sistema de gerenciamento, pediu-se detalhes sobre as funções do mesmo. De acordo com o Gráfico 1, de 21 estabelecimentos analisados, 19 afirmaram possuir algum tipo de sistema de gestão, sendo algumas funcionalidades com maior destaque como gerenciamento de estoque e fluxo de caixa. Pode-se observar que a busca pela aplicação de tecnologia para facilitar o dia-a-dia é alta, além de que cada cliente possui uma necessidade de funcionalidade, que é um ponto positivo ao se fornecer diferentes pacotes de serviços com preços favoráveis ao comerciante.

Gráfico 1: Varejos que utilizam sistema de gerenciamento.

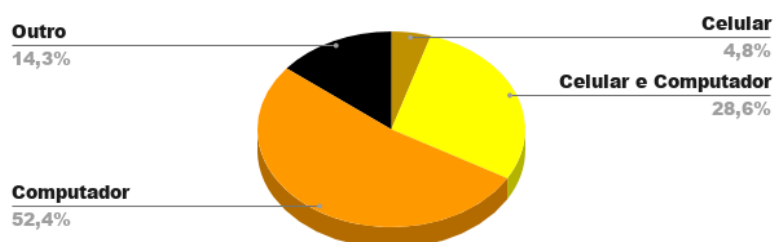
### Há utilização de sistemas de gerenciamento?



Fonte: Dos autores (2020).

Gráfico 2: Plataformas de visualização utilizadas pelos varejistas.

### Quais plataformas utiliza para visualização do sistema?

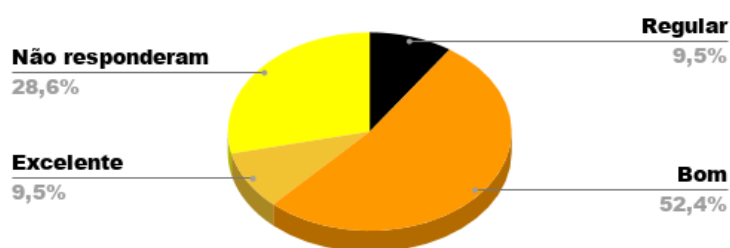


Fonte: Dos autores (2020).

Observa-se, no Gráfico 2, que a maioria dos comerciantes optam pela utilização do computador em seu ambiente de trabalho, com maior processamento de dados e poder de armazenamento é definitivamente uma plataforma a ser utilizada. Verifica-se, também, que o celular está se tornando uma poderosa ferramenta. Em um mundo em que há mais celulares que televisões, os hábitos dos consumidores mudaram e as empresas precisam se adequar a nova era digital, onde passar o dia sem checar as redes sociais, e-mails e/ou aplicativos do próprio empreendimento é quase impossível (MILAS, 2018).

Gráfico 3: Nível de satisfação do varejista com seu sistema de gerenciamento.

### Nível de satisfação com o atual sistema de gestão?



Fonte: Dos autores (2020).

O Gráfico 3 expressa a opinião dos consumidores com os atuais produtos, que estão sendo tratados aqui, presentes no mercado da cidade. A capacidade de satisfazer as necessidades e problemas, atingindo expectativas e a manutenção desse padrão de serviço, gera a opinião do cliente sobre o produto e classifica a qualidade do mesmo. A comparação entre aquilo que se tem e o que é ofertado no mercado pelos concorrentes, influencia nesta expectativa do consumidor, tornando importante o desenvolvimento das preferências e necessidades do usuário (Marshall, 2019). Com porcentagem na pesquisa de 9,5%, a baixa excelência é um fator interessante quando se analisa um mercado, pois pode ser entendida como a falta de algum aspecto que não foi atendido pelos hoje atuantes, este como a falta da utilização do celular como uma forma de visualização instantânea da gestão do seu negócio pelo cliente, funções como sangria e relatórios financeiros, entre outros.

Sintetizando, pode-se observar que há necessidade de um serviço excelente nesse setor. Para suprir a demanda desses usuários, pode-se juntar a grande utilização de sistemas

parecidos com o proposto com a visualização do produto em múltiplas plataformas para atender uma gama maior de compradores.

### 3.1.2. Estudo dos concorrentes

Como já foi dito anteriormente, a cidade sede escolhida foi Varginha. Porém, devido ao tipo de serviço oferecido pela empresa, seus concorrentes não são apenas locais, uma vez que empresas desse tipo conseguem abranger todo um país, criando uma concorrência com empresas de várias outras cidades e localidades. Logo, o estudo dos concorrentes não foi feito pessoalmente como dos clientes, mas sim, por meio de buscas no comércio local e eletrônico, de forma que foram analisadas algumas empresas que oferecem sistemas semelhantes ao proposto pela GETEQ.

Foi estudado o sistema de 2 empresas pelos seus respectivos sites, sendo elas, a Nox, uma empresa localizada em Curitiba, PR, e a Bling, situada em Bento Gonçalves, RS. Os sistemas das duas empresas assemelham-se ao da GETEQ pelo fato de serem compostos por um sistema de pacotes, e, por isso, foram escolhidas para se focar nos estudos de concorrência.

A ferramenta de gerenciamento de varejo da empresa Nox chama-se Noxmob Varejo, e é composto por 3 pacotes, sendo eles: Gerencial, Fiscal e Mais, do mais básico ao mais avançado. Para adquirir tais pacotes é necessário um pagamento mensal. O pacote Gerencial é taxado em R\$ 69,90, já o pacote intermediário, Fiscal, possui um valor de R\$ 119,90 mensais e o mais avançado, Mais, em R\$ 159,00.

O outro sistema visto, o da empresa Bling, possui 6 pacotes, sendo eles o Níquel, Cromo, Cobalto, Mercúrio, Titânio e Platina. Seus preços são respectivamente: Grátis, R\$ 25,00, R\$ 50,00, R\$ 75,00, R\$ 100,00 e R\$ 300,00 mensais.

Na Tabela 6 é possível visualizar os benefícios oferecidos por cada um dos pacotes da Nox enquanto que a Tabela 7 e a Figura 3 expõem os benefícios dos pacotes da Bling.

Tabela 6: Pacotes de serviços da Nox.

	Gerencial	Fiscal	Mais
Venda direta online/offline	x	x	x
Pagamento por TEF/Redeflex	x	x	x
Importar planilhas de mercadoria	x	x	x
Credenciamento Rede	x	x	x
Pré-venda e pagamento parcelado	x	x	x
Cadastro de mercadoria no app	x	x	x
Cadastro/vinculação de cliente a venda	x	x	x
Importar planilhas de clientes e kit de mercadoria	x	x	x
Mercadoria com variação e campanhas de preço	x	x	x
Personalizar ambiente de venda	x	x	x
Abrir e fechar caixa e realizar sangria e suprimento	x	x	x
Fechamento de caixa cego	x	x	x
Conferência de caixa fechados e controle de estoque	x	x	x
Recebimento/saída de mercadoria e auditoria	x	x	x
Controles financeiros e conciliação bancária rede	x	x	x
NFCe, NFe, SAT e exportação de XML		x	x
Múltiplas lojas, loja virtual e servidor local			x
Trocas de mercadoria e crédito de cliente			x
Vale-presente e autoatendimento			x

Fonte: Site da Nox (2020).

Tabela 7: Pacotes de serviços da Bling.

	Cromo	Cobalto	mercúrio	Titânio
Notas fiscais	Parcial	Completo	Completo	Completo
Int. E-Commerce	Não consta	Completo	Completo	Completo
Estoques	Parcial	Completo	Completo	Completo
Vendas	Completo	Completo	Completo	Completo
Frente de caixa	Completo	Completo	Completo	Completo
Serviços	Parcial	Completo	Completo	Completo
Finanças	Parcial	Parcial	Completo	Completo
Boleto Registrado	Parcial	Parcial	Completo	Completo
Conta Digital	Completo	Completo	Completo	Completo
Recursos	Parcial	Completo	Completo	Completo
Indústria	Não consta	Não consta	Completo	Completo
Suporte	Completo	Completo	Completo	Completo
SPED	Não consta	Não consta	Não consta	Completo
Espaço	20MB	60MB	120MB	180MB
Usuários	2 usuários	5 usuários	10 usuários	15 usuários

Fonte: Site da Bling (2020).

Figura 3 – Pacotes de serviços da Bling.

**Plano Níquel**

3Mb, para pessoas físicas e MEI, não emite nota fiscal. Sempre grátis!

ASSINAR

**Plano Platina**

Tudo do plano Titânio, porém com 1GB, para 50 pessoas com o máximo de benefícios para empresas. R\$ 300,00/mês.

ASSINAR

Fonte: Site da Bling (2020).

Além dessas duas empresas, existe várias outras, como a Mafra, empresa de Belo Horizonte MG, e a Totvs, de São Paulo SP, porém, não foram apresentados os sistemas destas por não disponibilizarem em seus sites uma tabela relacionando benefícios e preços como as duas anteriores. Tais informações são obtidas apenas mediante apresentação de CNPJ e documentos da empresa para demonstrar-se que é um possível cliente. No caso da Totvs, é possível visualizar que para adquirir seu sistema de gestão é necessário um investimento inicial de R\$ 1.800,00 mensais, não informando até qual valor pode-se chegar. Enquanto que no da Mafra não foi possível localizar nenhum tipo de informação em relação a valores.

Em comparação com os serviços fornecidos pela GETEQ (ver Seção 2.4 deste documento) e os das empresas acima detalhados, pode-se destacar que as funções básicas de gestão foram abordadas em planos gratuitos, sendo os mesmos pagos nas outras empresas. O plano gratuito foi considerado para viabilizar a coleta de dados e aumentar o número de clientes que terão contato com a plataforma, criando uma escada de valor e necessidade para soluções de planos mensais. Salieta-se, também, os dois serviços extras apresentados pela GETEQ que farão com que se destaque no mercado. Com eles, é possível fornecer consultorias em relação ao mercado recente da região e deixando os fornecedores mais próximos dos clientes com a função de leilão de produtos, aumentando também a variedade de produtos que estarão presentes na região.

### 3.1.3. Estudo dos fornecedores

Fornecedores têm uma influência direta no negócio, devido ao fato de serem a fonte de matéria prima ou produtos que a GETEQ precisará. De acordo com SEBRAE (2020c), o valor do serviço impactará direto no valor do produto, assim como os prazos de entrega de mercadoria também influenciarão na produção e no estoque do tomador de serviço, também há necessidade em se ter vários fornecedores para um mesmo produto, evitando a dependência e risco de desabastecimento.

No caso da GETEQ, há dois fornecedores que causarão um impacto grande se sua qualidade de serviço não for do mais alto nível, a provedora de internet e a contratada responsável pelos servidores. A segunda deve ser escolhida de acordo com sua qualidade na



prestação de serviço e responsabilidade sobre a segurança dos dados, pois serão armazenados nos seus servidores informações restritas sobre a empresa e seus clientes, além de possíveis produtos em desenvolvimento.

#### 3.1.4. Conceito da Logomarca

A logomarca, ou logo, é a representação gráfica do nome de uma empresa. A identidade visual tem por objetivo facilitar o reconhecimento da marca, e sua criação envolve um conjunto de características que precisarão transpassar a essência do empreendimento. A GETEQ é a fusão dos conceitos gestão e tecnologias, com a função de ajudar o cliente a manter seu negócio bem organizado.

Figura 4 – Logomarca da Empresa GETEQ.



Fonte: Dos autores (2020).

A forma da logomarca, expressa pela Figura 4, foi estudada para representar todo o pensamento da empresa para com seus contratantes, assim têm-se na logo a lupa, o cadeado, o globo e a validação. Cada um desses elementos representa:

- A lupa: é o cuidado sobre a empresa do cliente, o negócio sendo observado minuciosamente;
- O cadeado: define a segurança das informações, ninguém mais além da GETEQ terá contato com suas informações particulares, garantindo a segurança total dos dados do cliente;

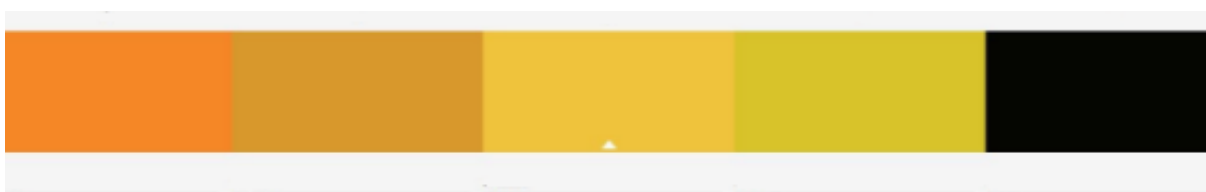
- O globo: a globalização é fator da tecnologia, a constante atualização do empreendimento neste setor garante a exploração máxima do mercado, estando sempre tecnologicamente atualizado influencia diretamente no sucesso do negócio;
- A validação: É a junção de todos os fatores em um único, confiável e eficiente produto.

Colocou-se a lupa com um formato parecido com a letra “Q” para que ela fizesse parte do nome da empresa, criando uma cadeia de relacionamentos entre os elementos citados acima, explicitando o comprometimento ao realizar um contrato, e a partir de tal momento o negócio do cliente passa a ter valor igual ao da própria GETEQ, onde a manutenção, crescimento e a boa saúde do empreendimento são os principais objetivos.

### 3.2. Estudo das Cores e Fontes

Os seres humanos são animais extremamente visuais, podendo distinguir diversas cores e formas por meio de sua visão, as quais podem trazer à tona sentimentos e reações positivas ou negativas. Tal habilidade sempre foi usada como forma de comunicação, e, nos dias de hoje, no meio dos negócios não é diferente, e, por isso, as cores e formas foram utilizadas para chamar atenção das pessoas, estimulando-as a consumirem os produtos da GETEQ. De acordo com Heller (2013, p.17), dependendo da ocasião, cada cor pode atuar de uma determinada maneira, trazendo a uma pessoa um sentimento diferente dependendo da situação do momento.

Figura 5 – Paleta de cores da Empresa GETEQ.



Fonte: Dos autores (2020).

As cores que foram escolhidas para representar a GETEQ estão demonstradas na paleta representada na Figura 5. É possível visualizar 5 cores, onde 3 são as principais, sendo elas o amarelo, laranja e preto e as outras 2 são variações delas. Cada cor possui a finalidade de gerar um ou mais sentimentos no cliente. Analisando-as:

- Amarelo: é uma cor estimulante para a mente, relaciona-se com a lógica. A GETEQ usa-a para representar sua criatividade em cada projeto;
- Laranja: é relacionada a comunicação, podendo parecer sociável, amigável, entusiasta e acessível. Onde mostra o bom relacionamento entre a empresa e os clientes e a acessibilidade de seus produtos;
- Preto: comunica suavidade, força, estabilidade, modernidade, luxo e inteligência, demonstrando que a GETEQ é uma empresa moderna, confiável e sólida.

O compromisso com a evolução, criatividade e comunicação com os clientes são expressados até as origens da GETEQ. A logomarca tem como objetivo criar um vínculo entre a imagem do empreendimento e a qualidade dos produtos e serviços, quer-se trazer ao mercado características como confiança, inovação e altruísmo. Ao trabalhar esses três pilares as cores unidas trarão de imediato a imagem da GETEQ aos olhos dos clientes.

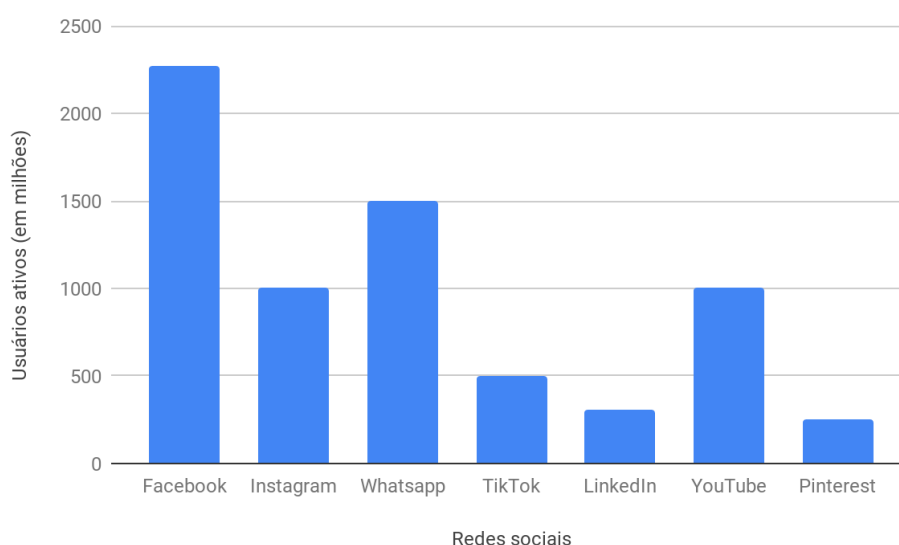
### 3.3. Publicidade e Propaganda

De acordo com Hootsuite (2020), o número de usuários da internet atingiu 4,388 bilhões de pessoas em 2019, correspondendo a 57% da população mundial. Aproximadamente 5,112 bilhões de pessoas possuem um celular próprio e cerca de 3,256 bilhões destes são ativos em redes sociais. Houve um crescimento de 1,1% na população mundial, 9,1% nos usuários de internet e 9% nos ativos nas redes sociais, criando um nicho importantíssimo para o marketing de novos produtos.

No Brasil, em 2019, foram gastas cerca de 3 horas e 34 minutos por dia em mídias sociais, pesquisa baseada em usuários de 16 a 64 anos pela Hootsuite (2020). De acordo com

a Figura 6, as redes sociais com mais usuários ativos em milhões são, em ordem decrescente: Facebook, Whatsapp, Instagram, YouTube, TikTok e Pinterest. Considerando esses fatores, para o marketing digital, escolheu-se então o Facebook e Instagram, pois ambas possuem sistema de anúncios de produtos e serviços, além de atuarem regionalmente, ou seja, são baseadas na distância em linha reta a partir da localização atual do empreendimento.

Figura 6: Comparação da quantidade de usuários ativos em redes sociais no ano de 2019.



Fonte: Hootsuite (2019).

As formas de anúncios variam em ambas as redes sociais, podendo ser uma campanha totalmente customizável onde gerará custos a partir das reações do público-alvo ao qual for direcionado, ou até mesmo ser definida com relação ao alcance da publicação. Existem outros modelos de marketing com finalidade de impactar o mercado, sendo um deles o marketing de rua, que é feito por meio de camisetas, outdoors, propagandas em carros de som e outros.

Assim, serão criadas campanhas para manutenção da imagem da GETEQ, onde as publicações serão direcionadas ao público-alvo na localização selecionada. Para isso, elaborou-se planos de marketing (Tabela 8) de acordo com a quantidade de investimento inicial. Estes foram estipulados pelos sócios baseados nos preços praticados pelas redes sociais, e serão feitos na forma de crédito, onde serão gastos apenas se houver cliques na publicação.

Tabela 8: Relação de investimento, tipos de marketing.

	<b>Anterior ao tempo de retorno de investimento</b>	<b>Posterior ao tempo de retorno de investimento</b>
Marketing de Rua + Marketing Digital	R\$ 500,00	R\$ 1000,00

Fonte: Dos Autores (2020).

Na Tabela 9 foram dispostos os valores a serem investidos em cada tipo de campanha, optou-se pelas campanhas de marketing digital que se destacaram na Figura 6, não incluindo o Whatsapp, por não ter campanhas de impulsionamento pagas. Adotou-se também panfletos e cartazes por serem, de certa forma, mais direcionados a um público-alvo, podendo ser distribuídos diretamente aos comerciantes varejistas da cidade.

Tabela 9: Ferramentas de impulsionamento e custo sobre o percentual investido.

<b>Campanhas de impulsionamento</b>	<b>Percentual de investimento</b>	<b>Valor do percentual</b>
Instagram Patrocinado	25%	R\$125,00
Facebook Ads	25%	R\$125,00
YouTube Ads	40%	R\$200,00
Panfletos e cartazes	10%	R\$100,00
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>R\$500,00</b>

Fonte: Dos autores (2020).

## 4. Plano Operacional

O plano operacional descreve as capacidades produtivas da empresa de acordo com suas instalações físicas, quantidade de funcionários e equipamentos disponíveis. De acordo com o SEBRAE (2021), o empresário deverá fazer estimativas acerca da produção e da quantidade de clientes que serão atendidos mensalmente. Sendo assim, faz-se o planejamento para iniciar a operacionalização do negócio e diminuir a quantidade de adversidades que surgirão no crescimento da empresa.

### 4.1. Ambiente de trabalho

A preocupação com o bem-estar no ambiente de trabalho dos funcionários é fator decisivo na hora de escolher a mobília do empreendimento. Segundo BEECORP (2020), 43% das empresas disseram que usar programas para otimizar a qualidade de vida reforçam a missão e os valores empresariais. Além disso, 60% acreditam que tais práticas ajudam na retenção de funcionários e 61% disseram que ocorre a melhoria da produtividade e dos resultados financeiros. Dessa forma, será feito um investimento para facilitar o dia-a-dia no negócio.

Primeiramente, avaliou-se a possibilidade da contratação de um espaço de “coworking”, espaço de trabalho conjunto e terceirizado, na cidade de Varginha. Essa solução se mostrou inviável devido ao tamanho do local, também o fato de que há apenas uma empresa fornecendo tal serviço, o que pode ocasionar em falta de horários para o aluguel do estabelecimento.

Assim, visto que é necessário a criação de um espaço para a empresa que comporte toda a estrutura e os funcionários contratados, criou-se uma relação de áreas necessárias onde os colaboradores fiquem confortáveis para exercer a função que lhes foi passada. Deve-se então possuir uma ala para o desenvolvimento do principal produto da empresa, o ERP, que será equipado com computadores de alto-desempenho, mobílias (cadeiras, mesas) e infraestrutura necessária para programadores (internet, serviços de nuvem, e outros). Outra

área será destinada para a gestão da empresa, deverá possuir mobília de escritório, além de computadores para facilitar o acompanhamento financeiro e organizacional da empresa. Precisar também de uma sala de reuniões para a discussão e apresentação de projetos e relatórios sobre a empresa, uma cozinha para as horas de descanso com eletrodomésticos necessários para o dia-a-dia e banheiros para necessidades fisiológicas. Organizando tem-se então:

- Escritório;
- Área de desenvolvimento;
- Sala de reuniões;
- Cozinha;
- Banheiro.

Toda a estrutura será relacionada com a quantidade de funcionários a fim de reduzir o gasto com o aluguel do imóvel e as mobílias serão adequadas com a norma regulamentadora 17, ou NR-17. Pelo INBEP (2017), o objetivo da mesma é estabelecer parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente. Levando em consideração a segurança do trabalho, listou-se alguns equipamentos que precisarão ser adquiridos ao iniciar o empreendimento:

- Cadeiras com ajustes de altura;
- Mesa de escritório;
- Apoio para os pés;
- Estrutura de comunicação (internet, telefone);
- Ventiladores;
- Geladeira;
- Microondas;
- Cafeteira;
- Computadores e impressoras.

Dispostas características do ambiente de trabalho para que o conforto do funcionário tenha impacto no desempenho de sua função, há a necessidade do aluguel de um imóvel capaz de suportar toda a demanda exigida para o início das atividades da GETEQ, assim precisará comportar toda a estrutura de funcionários e equipamentos para o pleno funcionamento da capacidade produtiva da empresa. Porém, enquanto a empresa não houver seu produto desenvolvido não há a necessidade da locação do imóvel.

#### 4.2. Processos Operacionais

Como descrito por Pires (2018), para se garantir a entrega do produto aos clientes e conseguir gerir todas as etapas e tarefas que serão necessárias, deve-se exercer uma boa gestão operacional. A gestão operacional é a responsável pelo acompanhamento de funções e atividades que influenciam diretamente na produção e disponibilização de produtos ofertados pela empresa. A falta de comunicação entre patrões e funcionários, a falta de planejamento e outros fatores, podem impactar no tempo que o produto ficará disponível ao cliente. Pires ainda destaca a disposição de cargos, definição de cada um, juntamente com a etapa que será feito e as integrações que ocorrerão entre eles devem ficar claras e evidentes para facilitar a identificação de problemas e agilizar a tomada de decisões e execuções de ajustes.

Preparou-se então, as etapas de funcionamento da GETEQ, assim como a disposição de tarefas e cargos dos funcionários. A parte financeira disso será exposta com mais vigor no Capítulo 5, pois terá um impacto no valor final do produto, assim como no investimento total necessário para se dar início ao negócio.

A disposição das etapas, cuja divisão foi feita por planos (A, B, C, etc.), desde o desenvolvimento do software e abertura da empresa até o funcionamento pleno da mesma, foram descritos na Tabela 10.

Tabela 10: Etapas de funcionamento da GETEQ (continua).

<b>Planos</b>	<b>Síntese</b>	<b>Descrição</b>
A	Desenvolvimento de Software	Entrega do ERP como produto final desta etapa, o qual já podendo ser comercializado e entregue ao cliente com excelente qualidade.

Fonte: Dos autores (2020).



Tabela 10: Etapas de funcionamento da GETEQ (conclusão).

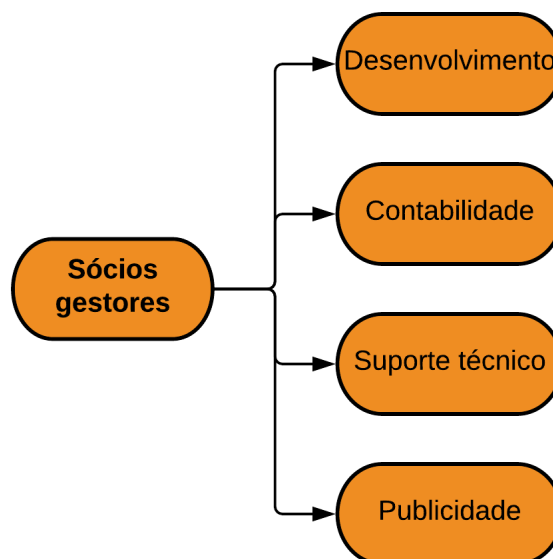
<b>Planos</b>	<b>Síntese</b>	<b>Descrição</b>
B	Abertura do empreendimento	Aquisição do imóvel e instalação dos móveis ideais para o dia-a-dia na empresa, assim como a contratação de funcionários.
C	Prospecção e aquisição de clientes	Busca por clientes potenciais e venda do produto, dando início ao plano de divulgação exposto no plano de marketing.
D	Estabilização do negócio	Desde a abertura do negócio até o ponto onde a empresa começa a apresentar lucros. Mantendo qualidade na entrega do produto e promovendo satisfação ao cliente.
E	Funcionamento Pleno	Após atingir o ponto de equilíbrio a empresa começará a apresentar lucros. É importante continuar a manter o investimento nos produtos, incentivar a pesquisa e o desenvolvimento, e melhorar o ambiente de trabalho. Tudo isso para se tornar uma empresa sólida e de ponta no mercado.

Fonte: Dos autores (2020).

Após o planejamento do funcionamento, precisa-se dispor do modelo organizacional da GETEQ. A Endeavor Brasil (2015) frisa a importância de se identificar a hierarquia do negócio, escolher entre as estruturas horizontal ou vertical. Ressalta também, que a estrutura horizontal lida mais com a criatividade como a alma do negócio, gerando um ambiente mais pró-ativo, dinâmico e colaborativo. Os empreendedores nessa iniciativa identificam-se com tal tipo de estrutura, visto que durante a graduação ambos trabalharam no mesmo projeto de

extensão, onde tiveram a experiência do ambiente de trabalho em equipe. Assim apresenta-se na Figura 7 o modelo inicial de organização da GETEQ.

Figura 7: Organograma horizontal simplificado do modelo de gestão da GETEQ.



Fonte: Dos autores (2020).

Tendo a estrutura definida, pensou-se nas divisões de funções e suas respectivas atividades, expressas na Tabela 11.

Tabela 11: Divisão de funções da GETEQ (continua).

<b>Funcionário</b>	<b>Atividades</b>
Sócios Gestores	Os gestores controlarão as iniciativas que serão tomadas dentro da empresa, assim como a distribuição de tarefas semanais e/ou mensais para as demais áreas. Como o começo terá reduzido número de funcionários, todos devem reportar suas atividades diretamente aos gestores.
Publicidade	Ficará responsável pela parte de marketing do negócio. Por meio de campanhas de publicações e manutenção das redes sociais deve-se focar em atrair o máximo de possíveis clientes.
Suporte de desenvolvimento	Responsáveis pelo desenvolvimento do ERP e suas funcionalidades, assim como a detecção de bugs e demais problemas no software. Também realizarão manutenção no banco de dados.

Fonte: Dos autores (2020).

Tabela 11: Divisão de funções da GETEQ (conclusão).

<b>Funcionário</b>	<b>Atividades</b>
Suporte Técnico	Devem prestar todo e qualquer tipo de suporte ao cliente relacionado ao ERP, além de suprir necessidades com suporte ao sistema.
Contabilidade	Será responsável pelas atividades econômicas, deverá registrar, organizar e analisar as atividades financeiras, além de apresentar propostas de redução de custo.
Advocacia	Terá por responsabilidade a criação dos contratos entre empresa e clientes, todos dentro da lei, a respeito da segurança e utilização dos dados que serão obtidos do cliente.

Fonte: Dos autores (2020).

Após dispostos os setores que existirão na GETEQ, fez-se uma análise sobre a necessidade de funcionários para se dar início à empresa. A princípio, os pontos mais importantes para se abrir uma empresa de qualquer setor é que se contrate um contador e um advogado, sejam eles terceirizados ou não. O primeiro é o profissional que vai cuidar de todos os dados financeiros e tributários, além de auxiliar na tomada de decisões para que a empresa continue em desenvolvimento. Por sua vez, o segundo é responsável pela legalidade da empresa perante os órgãos governamentais e as leis do país. É imprescindível também a adição de outro profissional ao corpo da equipe, o *Compliance* de Dados, que é um especialista na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), mantendo a empresa atualizada na legislação desse setor. Sendo uma empresa de tecnologia, é primordial que se tenha desenvolvedores, testadores e suporte técnico, além de funcionários para suprir o financeiro, marketing, dentre outros expressos na Tabela 12.

Tabela 12: Quantidade de funcionários necessários para o início da GETEQ (continua).

<b>Cargos</b>	<b>Quantidade</b>
Gestor	1
Marketing (terceirizado)	1

Fonte: Dos autores (2020).

Tabela 12: Quantidade de funcionários necessários para o início da GETEQ (conclusão).

<b>Cargos</b>	<b>Quantidade</b>
Contador (terceirizado)	1
Advogado (terceirizado)	1
Desenvolvedor	1
<i>Compliance</i>	1
Analista de Suporte de Sistema	2
Analista de Suporte Técnico	1
Administrador de Banco de Dados	1
Auxiliar Administrativo	1
Faxineira (terceirizado)	1

Fonte: Dos autores (2020).

A fim de diminuir os gastos no início da GETEQ, tem-se que muitas das funções listadas na Tabela 12 serão desenvolvidas pelos dois sócios. Sendo assim, Victor será o responsável pela gestão, marketing e auxiliar nos testes, enquanto Henrique será o responsável pelo desenvolvimento, administração de banco de dados e também auxiliar nos testes. Além de que será feito um curso de capacitação em segurança de dados, para suprir de início, a falta de um funcionário especialista no quesito. Chegando assim a uma nova tabela, Tabela 13, a qual demonstra os funcionários que serão contratados, ou seja, são funções as quais os sócios não serão os responsáveis.

Tabela 13: Funcionários que serão contratados (continua).

<b>Cargos</b>	<b>Quantidade</b>
Contador	1

Fonte: Dos autores (2020).

Tabela 13: Funcionários que serão contratados (conclusão).

<b>Cargos</b>	<b>Quantidade</b>
Advogado	1
Analista de Suporte Técnico	1
Analista de Suporte de Sistema	1
Auxiliar Administrativo	1
Faxineira	1

Fonte: Dos autores (2020).

É de suma importância a definição dos processos operacionais, organogramas e cargos devido ao fato que causará um impacto no capital financeiro necessário para se manter a empresa, esses e outros fatores serão expostos no planejamento financeiro, assim como os custos de cada cargo para a GETEQ.

#### 4.3. Infraestrutura Tecnológica

Segundo a PROCDATA (2018), o padrão de hardware e software que são necessários para o desenvolvimento de propostas baseadas em nuvem é composto de:

- Servidor de aplicação do ERP;
- Servidor de banco de dados;
- Sistema operacional para os servidores.

Com a necessidade de alto investimento nessa infraestrutura, desejando-se ter um sistema seguro e de fácil acesso pela empresa (será necessário a coleta desses dados), decidiu-se pela contratação de um serviço terceirizado especializado em servidores (nuvem), dando maior estabilidade e confiança nesse quesito. Pensando em garantir também a perda de dados nos computadores dos funcionários da GETEQ, tornou-se útil a aquisição de itens para

backup de dados e bloqueadores de surtos elétricos. Faz-se útil então a definição da Tabela 14 para organização das necessidades tecnológicas na criação do espaço físico.

Tabela 14: Necessidades para criação e manutenção dos servidores da GETEQ.

Item	Quantidade
Servidor de aplicação do ERP (Nuvem)	1
Itens para armazenamento de dados (Hard Drive Disk e outras mídias)	2
Bloqueador de surtos elétricos	3

Fonte: Dos autores (2020).

Ainda para a estrutura tecnológica ser completa, precisa-se da contratação de um serviço de internet, assim como as necessidades de computadores para o exercício da função no dia-a-dia da GETEQ. De acordo com a Tabela 13 na Seção 4.2, os cargos reduzidos que necessitarão de computadores serão: Analista de Suporte Técnico, Analista de Suporte de Sistema e Auxiliar Administrativo. Os gestores, que atuarão em suas respectivas funções distribuídas, precisarão também de dispositivos para o desenvolvimento, contabilizando no total 3 computadores de mesa e 2 notebooks. Já a infraestrutura de rede de dados (internet) será disponibilizada pela empresa contratada para fornecer tal serviço.

#### 4.4. Análise SWOT

A matriz SWOT é uma análise para ter o planejamento estratégico de empresas e novos projetos, onde define as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do empreendimento. Tal metodologia no Brasil é conhecida como FOFA, que é a tradução da sigla SWOT, possuindo o seguinte significado: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Essa é uma das ferramentas mais simples e ao mesmo tempo poderosa que o empreendedor pode usufruir, usada tanto por empresas novas quanto aquelas já consolidadas no mercado.

Na análise, dois dos quatro fatores são definidos no ambiente interno da empresa e os outros dois no externo. O interno é aquele em que o negócio possui controle, que dependem da empresa, neste é definido as forças e fraquezas. O ambiente externo é aquele em que não se possui controle, onde estão as oportunidades e ameaças que a empresa está sujeita.

A matriz SWOT para a GETEQ foi feita de acordo com as Tabelas 15 e 16. É explicitado nelas os fatores positivos (forças e oportunidades) e os fatores negativos (fraquezas e ameaças) da empresa. Dessa forma, sabe-se exatamente os pontos a serem explorados e os pontos a serem melhorados para amplificar as chances de sucesso do negócio.

Tabela 15: Análise FOFA do ambiente interno da GETEQ.

<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cidade sede considerada cidade-pólo na região;</li> <li>● Boa relação entre os sócios, elevando a produtividade;</li> <li>● Preços acessíveis;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de experiência dos sócios no empreendedorismo;</li> <li>● Pouco capital disponível para investimento;</li> <li>● Profissional de Marketing;</li> <li>● Déficit de conhecimento técnico;</li> </ul>

Fonte: Dos autores (2020).

Tabela 16: Análise FOFA do ambiente externo da GETEQ.

<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mercado do público-alvo em expansão;</li> <li>● Acompanha o mercado global de tecnologia;</li> <li>● Tendência de automação dos negócios;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Muitos concorrentes já consolidados no mercado (mar vermelho);</li> <li>● Momento financeiro ruim no país;</li> <li>● Déficit no mercado de trabalho de profissionais que dominem competências necessárias para o crescimento da empresa;</li> </ul>

Fonte: Dos autores (2020).

Analisando-se a matriz feita acima, vale deixar evidente que nenhuma das fraquezas e ameaças se tornam impeditivas para se abrir o negócio. Itens como a falta de conhecimento técnico podem ser suprimidos com o investimento na contratação de funcionários já capacitados ou em cursos de capacitação da equipe (eliminando também o déficit de profissionais no mercado de trabalho). O capital baixo de investimento pode ser revertido buscando-se investidores que apoiem a proposta em troca de uma porcentagem do negócio, a apresentação de soluções inovadoras e inexistentes na região abre espaço para a absorção de clientes de empresas concorrentes. Dessa maneira, não há fatores que tornem o projeto impossível de ser concluído.



## 5. Plano Financeiro

Para a empresa alcançar os seus objetivos, um mapeamento do caminho a seguir é fundamental na hora de coordenar e controlar ações a serem tomadas. De acordo com Gitman (2001), o planejamento financeiro a curto e longo prazo é um aspecto importante para a formulação de metas a serem alcançadas. Ainda segundo Gitman (1997), o planejamento fornece roteiros e metodologias úteis a serem aplicadas para a consecução dos intuitos da empresa. Nesse sentido, dois aspectos-chaves que podem ser utilizados são os planejamentos de caixa e de lucros, onde o primeiro visa o manejo de caixa disponível, e o segundo a projeção dos lucros a serem obtidos. Dessa forma, far-se-á o desenvolvimento de um plano financeiro que abordará os objetivos orçamentários a curto e longo prazo, gerando-se o capital inicial necessário para a manutenção do empreendimento.

### 5.1. Investimento fixo

Nesta seção serão abordados todos os custos necessários para abertura da empresa. A quantidade de materiais apresentada no Capítulo 3 será retomada, dispondo aqui os preços dos itens de forma organizada, além da cotação dos mesmos no mercado no momento de realização deste plano de negócios.

#### 5.1.1. Custo da infraestrutura tecnológica de desenvolvimento

No Capítulo 4, demonstrou-se a necessidade de computadores e itens de armazenamento para segurança de dados, e servidores para o suporte e desenvolvimento do ERP (ver Tabela 14). O servidor precisará então conter características que permitam tal tipo de aplicação, além de uma alta capacidade de armazenamento e processamento para suportar as requisições de clientes, aumentando em muito o custo dessa solução. Assim, estudou-se a possibilidade da utilização de servidores em nuvem e a terceirização dessa infraestrutura. De acordo com Tomás Lima (2018), há redução de custos em utilizar um data center externo ou

nuvem devido aos custos com infraestrutura e energia serem de responsabilidade da terceirizada, além de que não há necessidade da contratação de funcionários especializados em manutenção de tal recurso. Decidiu-se então pela contratação de uma empresa especializada em “*Cloud Computing*” para armazenamento de dados na nuvem.

Já os demais itens (computadores, notebooks e licenças) foram dimensionados de acordo com a função que exercerão para que não seja gasto, além do necessário, com a estrutura tecnológica. Sendo assim, estão dispostos na Tabela 17 os itens com custo unitário e com o valor total, além da descrição da função ao qual estão vinculados.

Tabela 17: Itens da infraestrutura tecnológica da GETEQ.

Item	Descrição	Qntd.	Valor	Valor total
Serviço de nuvem	Servidor de aplicação do ERP e banco de dados	1	R\$ 739,00 / mês	R\$ 739,00
Computador	Desenvolvimento de software	2	R\$ 2.663,00 / un	R\$ 5.326,00
Computador	Administrativo	1	R\$ 2.079,99 / un	R\$ 2.079,99
Notebook	Desenvolvimento e gestão da GETEQ	2	R\$ 1.673,44 / un	R\$ 4.200,00
Bloqueador de surtos elétricos	Proteção de rede elétrica dos computadores de desenvolvimento	3	R\$ 89,90 / un	R\$ 269,70
Total				<b>R\$11.875,69 fixos + R\$739,00 mensais</b>

Fonte: Dos autores (2021).

Atualmente, na aquisição de um computador com o Sistema Operacional Windows 10 já se recebe uma chave de utilização do mesmo, eliminando o custo adicional com este produto. As diferenças nos valores dos computadores de administrativo e desenvolvimento devem-se ao fato de que as funções deles se diferem na quantidade de processamento e recursos para execução das tarefas. Como discutido no Capítulo 4, os custos causarão um

impacto no tempo que a empresa começará a gerar lucro e esse dimensionamento de recursos necessários são ideais para o reduzir esse tempo.

### 5.1.2. Custo de abertura de empresa

Os custos de abertura da empresa podem ser obtidos por meio do site Contabilivre que faz a simulação dos valores necessários para sua abertura em uma cidade específica. Tais valores estão expostos na Tabela 18 e foram adicionados no valor total do investimento fixo. Foi adicionado também um valor de honorários mínimos cobrados por um advogado para análise de contrato, informação disponível no site da OAB/MG, e, assim como exposto na Seção 4.2, a necessidade de um *compliance* será sanada com o investimento em um curso de proteção de dados com certificação.

Tabela 18: Valores necessários para abertura de uma empresa.

<b>Órgão público</b>	<b>Valor</b>
Junta Comercial	R\$ 256,31
Prefeitura	R\$ 220,00
Honorários mínimos	R\$ 3.000,00
Curso de <i>Compliance</i> em Proteção de Dados	R\$ 3.470,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 6.946,31</b>

Fonte: Dos autores (2021).

### 5.1.3. Custo de móveis, eletrodomésticos e eletrônicos

O custo dos móveis é variável e depende do tamanho do imóvel a ser alugado pela empresa. É de suma importância frisar que as aquisições de materiais de escritório serão baseadas na Norma Regulamentadora 17 (NR-17), que prevê características dos equipamentos e mobílias necessários para uma condição de excelência na saúde do trabalho. Foi definido, assim, o essencial para o trabalho e bem-estar dos funcionários no dia-a-dia da GETEQ. Itens

de escritório como papéis, canetas, impressoras e outros, também foram custeados para melhorar a projeção dos gastos na Tabela 19. Todos os gastos nesta seção foram justificados, diminuindo-se assim custos indesejados, gerando somente o impacto necessário no valor do capital inicial.

Tabela 19: Móveis e mobília.

<b>Item</b>	<b>Qntd.</b>	<b>Valor (unidade)</b>	<b>Valor total</b>
Mesas	6	R\$ 229,89	R\$ 1.379,34
Cadeiras ergonômicas	6	R\$ 265,91	R\$ 1.595,46
Armários	1	R\$ 644,94	R\$ 644,94
Climatizadores	3	R\$259,00	R\$ 777,00
Cafeteira	1	R\$ 69,90	R\$ 69,90
Geladeira	1	R\$ 1189,00	R\$ 1.189,00
Micro-ondas	1	R\$ 394,24	R\$ 394,24
Impressora	2	R\$ 329,00	R\$ 658,00
Telefone	4	R\$ 109,90	R\$ 439,60
Filtro d'água	1	R\$ 569,05	R\$ 569,05
Outros (caneta, papel, mantimentos etc.)	-	R\$ 500,00	R\$ 500,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 8.216,53</b>

Fonte: Dos autores (2021).

## 5.2. Capital de giro

O capital de giro é o valor necessário para se manter a empresa funcionando no dia-a-dia. Ele é a diferença entre o dinheiro gasto e o disponível, sejam eles fixos ou variáveis.

De acordo com a Endeavor (2021), é uma reserva de recursos de rápida renovação que cobre todo e qualquer tipo de necessidade que o empreendimento venha a precisar diariamente, é diferente do investimento fixo, que é voltado para a aquisição de equipamentos e outros.

### 5.2.1. Custo de imóvel

A localização do seu negócio é um ponto de extrema importância, tendo participação direta no sucesso do empreendimento (SEBRAE, 2019). Para tanto, deve-se ficar atento a várias questões, como a acessibilidade, número de concorrentes nas proximidades e condições de estacionamento. Apesar dos serviços oferecidos pela GETEQ serem em sua maioria virtuais, não tendo a necessidade de ser vizinha de seus clientes, achou-se importante estabelecer-se inicialmente na região central da cidade, para que se tenha um relacionamento mais próximo com seu público-alvo, comerciantes varejistas de Varginha e região.

Tendo em vista que o investimento inicial disponível será bastante limitado e considerando o elevado valor para adquirir um imóvel, optou-se pela procura de imóveis para locação. Sendo assim, utilizou-se o site de quatro imobiliárias de Varginha para a busca de estabelecimentos que se encaixem nas características citadas anteriormente. Foi encontrado, um total de cinco estabelecimentos com potencial para ser a sede da GETEQ.

A Tabela 20 apresenta algumas informações sobre os imóveis, incluindo o valor mensal do aluguel, que é o que se busca nesta seção. Como o objetivo aqui não é definir qual imóvel deve-se locar para a empresa, e sim obter um valor médio que ela gastará com este fim, fez-se, então, a média do aluguel dos 5 estabelecimentos, sendo equivalente a R\$ 2.080,00, para que este entre no capital de giro da GETEQ.

Tabela 20: Imóveis visados pela GETEQ para locação (continua).

<b>Imobiliária</b>	<b>Tipo de imóvel</b>	<b>Endereço</b>	<b>Valor de aluguel do imóvel</b>
Imobiliária Rio Branco	Casa	Av. Rio Branco, Nº: 160 - A - Centro	R\$ 2.500,00

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 20: Imóveis visados pela GETEQ para locação (conclusão).

<b>Imobiliária</b>	<b>Tipo de imóvel</b>	<b>Endereço</b>	<b>Valor de aluguel do imóvel</b>
Samar Imobiliária	Sala	Av. Francisco Navarra, Nº: 392 - Centro	R\$ 2.300,00
Samar Imobiliária	Sala	Av. Rio Branco, Nº: 361 - Centro	R\$ 2.000,00
Telesul Imobiliária	Casa comercial	R. Presidente Álvaro Costa, Nº: 99 - Centro	R\$ 1.600,00
Vilac Imobiliária e Construtor	Casa residencial ou comercial	Centro	R\$ 2.000,00

Fonte: Dos autores (2021).

### 5.2.2. Custo de serviços contratados

Ao pensar-se em serviços iniciais necessários para a abertura de um negócio, logo entra-se nos custos de energia elétrica, água, internet e serviço de telefonia, além da compra de materiais como produtos de limpeza, cartuchos de tintas para impressoras, entre outros. De acordo com o Jornal Contábil (2021), é viável que se tenha um capital para a quitação de dívidas em casos em que o faturamento não atingir os gastos mensais, ou seja, enquanto o negócio não estiver se sustentando com os próprios rendimentos. Para todos os serviços ocorrerá a escolha de um modelo julgado ideal para a GETEQ, porém o valor utilizado será a média do valor de serviços similares de 3 empresas diferentes.

Em estudo feito pela FIRJAN (2017), o gasto médio de energia no estado de Minas Gerais, no ano de 2017, chegou a aproximadamente R\$420,00 e no Brasil a R\$487, vale lembrar que há ajustes de bandeiras, tributos estaduais e federais, além de outras tarifas variantes que podem aumentar ou diminuir esse valor. Já para a análise do consumo de água, supõe-se que a empresa utilizará a quantidade mínima, ou valor próximo, por não ter gastos excessivos com este insumo, assim foi considerado o valor de R\$52,00 correspondentes a 5 mil litros de água, informação essa dada por moradores da cidade no ano de 2021.

No quesito internet, analisou-se os valores do serviço de internet sendo estes expostos na Tabela 21.

Tabela 21: Valores dos serviços de internet.

<b>Empresa</b>	<b>Velocidade</b>	<b>Valor</b>
Starweb Internet	300 MB	R\$ 99,90
Webnet	300 MB	R\$ 99,90
NetVGA	300 MB	R\$ 99,90

Fonte: Dos autores (2021).

Com os 3 valores iguais para a mesma quantidade de velocidade de navegação, optar-se-á pela empresa mais bem conceituada do mercado. A Webnet tem um bom desempenho, pois já foi utilizada por um dos autores, já as demais precisaria fazer uma pesquisa sobre o produto na região. Então, buscou-se os planos disponíveis para telefonia fixa ilimitada, para facilitar o contato entre empresa e cliente e foram colocados na Tabela 22 as operadoras e suas respectivas ofertas.

Tabela 22: Valores dos serviços de telefonia.

<b>Empresa</b>	<b>Plano</b>	<b>Valor</b>
VIVO	Fixo ilimitado	R\$ 89,99
CLARO	Mundo Total 21	R\$ 60,00
TIM	Tim Fixo Total LDI Plus	R\$ 59,90

Fonte: Dos autores (2021).

Após considerar os benefícios dos planos, o “Mundo Total 21” foi considerado suficiente devido às suas chamadas ilimitadas para o Brasil e exterior, porém fez-se a média dos valores a fim de se obter um resultado mais geral para o investimento.

Por último, pesquisou-se valores de serviços de contabilidade, pois, como dito na Seção 4.2, esse serviço será exercido por um contador terceirizado. Analisou-se os preços de três empresas que oferecem o mesmo, sendo elas a Contabilizei, Qipu e Contabilivre. A Tabela 23 expõe os valores cobrados pelas empresas e a média entre elas.

Tabela 23: Valores dos serviços de contabilidade.

<b>Empresa</b>	<b>Valor</b>
Contabilizei	R\$ 89,00 / mês
Qipu	R\$ 83,00 / mês
Contabilivre	R\$ 89,90 / mês

Fonte: Dos autores (2021).

Após estudo das características dos serviços disponibilizados pelas empresas, optou-se pelo plano oferecido pela Contabilivre, pois seu pacote além de disponibilizar serviços essenciais para contabilidade, oferece um maior suporte para abertura de uma nova empresa, que é o caso da GETEQ. Com todos os serviços principais para o início do empreendimento analisados, montou-se a Tabela 24 que sumariza o valor total dos mesmos.

Tabela 24: Valores dos principais serviços utilizados pela GETEQ.

<b>Serviço</b>	<b>Valor</b>
Água (COPASA)	R\$ 52,00
Luz (CEMIG)	R\$ 420,00
Internet	R\$ 99,90
Telefonia	R\$ 70,00
Contador	R\$ 87,30
<b>Valor Total</b>	<b>R\$ 729,20</b>

Fonte: Dos autores (2021).

Com o valor dos serviços definidos para integrar no capital de giro necessário para manutenção mensal, cabe observação devido a possível modificação dos valores na hora de abrir a empresa devido a flutuação dos mesmos. Sendo necessária a revisão de todos os valores apresentados acima, assim como refazer os estudos sobre novos planos e melhores benefícios em prol da GETEQ.



### 5.2.3. Custos com funcionários

Na Seção 4.1 deste trabalho foi discutida a utilidade de funcionários de acordo com a necessidade do produto e empresa. Tratado na Seção 2.10, o enquadramento tributário a se considerar no custeamento dos colaboradores será o Simples Nacional (SN) para o início do empreendimento, posteriormente poderá ser adotado outro tipo de tributação de acordo com o faturamento da GETEQ.

Com o objetivo de se obter o valor final do custo salarial do quadro de funcionários, faz-se necessário algumas informações:

1. Faixa salarial da função;
2. Tributos e benefícios do funcionário;
3. Cálculo sobre cada função.

Dado a indispensabilidade dos itens apresentados anteriormente, fez-se uma busca pelo piso salarial das funções, que foram apresentadas na Tabela 25 a seguir.

Tabela 25: Piso salarial de cada função.

<b>Funções</b>	<b>Piso salarial</b>
Analista de Suporte Técnico	R\$ 2.881,75
Analista de Suporte de Sistema	R\$ 2.881,75
Auxiliar Administrativo	R\$ 1.375,63
Faxineira	R\$ 1.327,96

Fonte: Salário (2021).

Dando continuidade, de acordo com o Contabilizei (2020) os gastos de empresas que optaram pelo Simples Nacional vão além do salário. Por opção dos contratantes, será utilizado o regime trabalhista de CLT para contratação, garantindo mais direitos ao trabalhador, estuda-se também a contratação por Pessoa Jurídica (PJ), devido a disponibilidade de variação do horário da jornada de trabalho, fator importante caso o sistema exija a atuação do suporte

técnico durante uma falha em horários indefinidos. Definido o regime, os tributos apresentados na Tabela 26 devem ser considerados ao calcular-se o custo mensal total do funcionário, usando como base a tarifa de ônibus como R\$4,20 e os dias úteis mensais como 22 dias.

Tabela 26: Tributos salariais adicionais.

<b>Tributos</b>	<b>Custo mensal</b>
Fração de férias	11,11%
Fração de 13º salário	8,33%
FGTS	8%
FGTS / Provisão de multa para rescisão	4%
Previdenciário	7,93%
Vale-refeição	R\$ 330,00
Vale-transporte	R\$ 184,80
Vale-transporte (funcionário)	6% do salário

Fonte: Sólides (2020).

Definida as taxas que recaem sobre o salário do funcionário e, considerando os salários expostos na Tabela 25, foi apresentado na Tabela 27 os valores mensais de acordo com os tributos. Note que o vale-transporte (funcionário) expresso na tabela é debitado do valor pago pela empresa.

Tabela 27: Custo analítico de cada funcionário (continua).

<b>Tributos</b>	<b>Analista de Suporte Técnico</b>	<b>Analista de Suporte de Sistema</b>	<b>Auxiliar Administrativo</b>	<b>Faxineira</b>
Salário	R\$ 2.881,75	R\$ 2.881,75	R\$ 1.375,63	R\$ 1.327,96
Fração de férias	R\$ 320,16	R\$ 320,16	R\$ 152,83	R\$ 147,54
Fração de 13º salário	R\$ 240,05	R\$ 240,05	R\$ 114,59	R\$ 110,62

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 27: Custo analítico de cada funcionário (conclusão).

<b>Tributos</b>	<b>Analista de Suporte Técnico</b>	<b>Analista de Suporte de Sistema</b>	<b>Auxiliar Administrativo</b>	<b>Faxineira</b>
FGTS	R\$ 230,54	R\$ 230,54	R\$ 110,05	R\$ 106,24
FGTS / Provisão de multa para rescisão	R\$ 115,27	R\$ 115,27	R\$ 55,02	R\$ 53,12
Previdenciário	R\$ 228,52	R\$ 228,52	R\$ 109,09	R\$ 105,30
Vale-refeição	R\$ 330,00	R\$ 330,00	R\$ 330,00	R\$ 330,00
Vale-transporte	R\$ 184,80	R\$ 184,80	R\$ 184,80	R\$ 184,80
Vale-transporte (funcionário)	R\$ 172,90	R\$ 172,90	R\$ 82,54	R\$ 79,68
<b>Custo total</b>	<b>R\$ 4.358,19</b>	<b>R\$ 4.358,19</b>	<b>R\$ 2.514,55</b>	<b>R\$ 2.285,90</b>

Fonte: Dos autores (2021).

Com os impostos sobre os salários já calculados e obtendo-se o valor do custo total de cada funcionário, necessita-se do somatório dos mesmos para a obtenção de um valor total, esse levantamento está na Tabela 28. Foi acordado entre os sócios-gestores da empresa, Victor e Henrique, que o salário de cada um viria do respectivo ganho da mesma, tendo como valor bruto salarial no início de R\$ 2.000,00 para custeamento das despesas pessoais.

Tabela 28: Custo de cada funcionário para empresa (continua).

<b>Funções</b>	<b>Custo salarial para a empresa</b>
Analista de Suporte Técnico	R\$ 4.358,19
Analista de Suporte de Sistema	R\$ 4.358,19
Auxiliar Administrativo	R\$ 2.514,55
Faxineira	R\$ 2.285,90

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 28: Custo de cada funcionário para empresa (conclusão).

<b>Funções</b>	<b>Custo salarial para a empresa</b>
Gestores	R\$ 4.000,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 17.516,83</b>

Fonte: Dos autores (2021).

Finalizado o custo total com funcionários, têm-se a base formada para o cálculo do capital necessário para manter a empresa por tempo indeterminado até começar a apresentar equilíbrio entre custo e faturamento, e posteriormente um lucro. Também é possível fazer uma análise sobre o valor do produto a ser oferecido pela GETEQ, e o quão impactante seria sua alteração quando se determinar um tempo específico para este equilíbrio acontecer.

### 5.3. Planejamento de capital

A gestão financeira é fator ideal para empresas que querem manter a competitividade no mercado. Há necessidades de flexibilizar ações no planejamento da estratégia e do produto, pois a venda ou prestação de serviço gerará recursos necessários para a maximização da empresa (ANDRADE, 2007).

É necessário o estudo do capital para se evitar fadiga extrema durante a abertura e crescimento do negócio. Tendo previsões dos recursos que serão utilizados, pode-se atribuir valor ao produto, definir o capital de giro que será preciso para manter o negócio e qual é o investimento inicial, ou investimento fixo, que a abertura da empresa irá demandar. Com isso, pode se realizar estudo de quanto tempo se dará o retorno do capital investido. Para tanto, foram definidos três cenários diferentes, sendo eles: Pessimista, Realista e Otimista.

Em síntese, na Tabela 29 estão apresentados os gastos com o investimento fixo e o capital de giro. É importante a visão conjunta e o somatório de ambos, pois implicará no tempo de retorno do investimento.

Tabela 29: Total do investimento fixo e de giro da empresa.

<b>Custos</b>	<b>Investimento fixo</b>	<b>Capital de Giro</b>
Infraestrutura tecnológica	R\$11.875,69	R\$739,00
Abertura de empresa	R\$ 6.946,31	-
Infraestrutura de imóvel	R\$ 8.216,53	-
Aluguel de imóvel	-	R\$ 2.080,00
Custo de serviços contratados	-	R\$ 729,20
Custos com funcionários	-	R\$ 17.516,83
Plano de Marketing	-	R\$ 500,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 27.038,53</b>	<b>R\$ 21.565,03</b>

Fonte: Dos autores (2021).

Com os dados sobre os gastos obtidos e apresentados anteriormente, deve-se agora avaliar a escala de preços dos serviços da GETEQ para os diferentes cenários definidos. Estes terão suas próprias características com relação a quantidade de clientes que são esperados, fazendo o preço do produto variar se for estipulado um tempo limite para o retorno do investimento inicial.

Segundo o SEBRAE (2018), o Prazo de Retorno de Investimento (PRI), é obtido na razão entre Investimento Total (IT) e Lucro Líquido (LL). Assim, relacionam-se na forma expressa pela seguinte equação:

$$PRI = \frac{IT}{LL}$$

Para fixar o IT, definiu-se um investimento total de 6 meses de capital de giro mais o investimento fixo, somando um montante de R\$153.428,71 necessários para o início do

empreendimento. Para caracterizar cada cenário, na Tabela 30 resolveu-se estipular o Prazo de Retorno de Investimento (PRI).

Tabela 30: Tempo de retorno de investimento de cada cenário.

Cenários	Prazo de retorno de investimento
Pessimista	6 anos
Realista	4 anos
Otimista	2 anos

Fonte: Dos autores (2021).

Com as preposições dispostas, viabilizou-se o cálculo que determinará o lucro líquido necessário para o pagamento dos dividendos investidos e faturamento mensal composto pelo somatório dos custos mensais mais lucro líquido mensal, que serão utilizados posteriormente e estão apresentados na Tabela 31.

Tabela 31: Cálculo do Lucro Líquido mensal para os diferentes cenários do PRI.

	Otimista	Realista	Pessimista
Investimento Total	R\$ 153.428,71	R\$ 153.428,71	R\$ 153.428,71
PRI (anos)	2	4	6
Lucro Líquido anual médio	R\$ 76.714,35	R\$ 38.357,18	R\$ 25.571,45
Lucro Líquido mensal médio	R\$ 6.392,86	R\$ 3.196,43	R\$ 2.130,95
Meta de faturamento mensal (s/ imposto) médio	R\$ 27.957,89	R\$ 24.761,46	R\$ 23.695,98
Meta de faturamento anual (s/ imposto) médio	R\$ 335.494,68	R\$ 297.137,52	R\$ 284.351,76

Fonte: Dos autores (2021).

Há indispensabilidade do dimensionamento de preços e da porcentagem de clientes que espera-se para cada plano. Esses fatores são necessários para se obter a prospecção de vendas que concretize o proposto na Tabela 30. Baseando-se na pesquisa de mercado e estudo

de concorrentes do Capítulo 3, adotou-se na Tabela 32 os possíveis valores e porcentagens de adesão (estimadas) dos pacotes oferecidos pela GETEQ.

Tabela 32: Valores propostos para os planos da GETEQ.

	<b><i>Gestor Gratuito</i></b>	<b><i>Gestor Médio</i></b>	<b><i>Gestor Avançado</i></b>	<b><i>Gestor Completo</i></b>
Valores	-	R\$ 150,00	R\$ 250,00	R\$ 350,00
Percentual	50%	30%	15%	5%

Fonte: Dos autores (2021).

Precisa-se estimar também o faturamento do serviço extra, um relatório de tendências do mercado regional, que será ofertado. Na Tabela 33 consta os valores que impactarão o rendimento mensal e total da GETEQ. Ressaltando que esse produto somente será disponibilizado aos clientes após a base de dados completar 1 ano, com um limite inicial de 24 relatórios anuais.

Tabela 33: Faturamento do serviço extra para cada cenário.

	<b>Otimista</b>	<b>Realista</b>	<b>Pessimista</b>
PRI (anos)	2	4	6
Quantidade de relatórios totais	24	72	120
Faturamento do serviço extra para o período completo	R\$36.000,00	R\$108.000,00	R\$180.000,00
Faturamento do serviço extra para o período anual	R\$ 18.000,00	R\$ 27.000,00	R\$ 30.000,00
Faturamento do serviço extra para o período mensal	R\$1.500,00	R\$2.250,00	R\$2.500,00

Fonte: Dos autores (2021).

Com relação aos impostos, em conformidade com o ContabNet (2018), os empreendimentos SaaS são posicionados, no enquadramento tributário do Simples Nacional, em ambos Anexos III e V. O que define qual anexo, em específico, é a porcentagem da razão

entre a folha de pagamento e o faturamento naquele período, sendo assim, como ela representa mais de 28% é alocada no Anexo III. Já o valor da alíquota é definido de acordo com o faturamento anual da empresa.

Assim, na Tabela 34, estipulou-se o valor dos tributos para que sejam considerados no cálculo do faturamento mensal utilizado nas metas de prospecção. Note que é necessário fazer a separação do primeiro ano, pois não será ofertado o serviço extra.

Tabela 34: Meta de faturamento para cada cenário.

	<b>Otimista</b>	<b>Realista</b>	<b>Pessimista</b>
Meta de faturamento anual (s/ imposto) médio	R\$ 335.494,68	R\$ 297.137,52	R\$ 284.351,76
Alíquota do Anexo III	11,2%	11,2%	11,2%
Imposto mensal médio	R\$ 2.372,91	R\$ 1.923,12	R\$ 1.776,50
Meta de faturamento mensal médio	R\$ 30.330,80	R\$ 26.684,58	R\$ 25.472,48

Fonte: Dos autores (2021).

Para completar as projeções do negócio, após obtido os valores mensais de rendimento para a prospecção de vendas, fez-se a prospecção de clientes que serão necessários para atingir as metas do PRI. Vale ressaltar que foi feita a média de consumidores durante o tempo de retorno de cada cenário e que é preciso fazer a distinção dos valores do primeiro ano e dos demais pelo fato do produto extra começar a ser vendido no segundo ano. Assim, nas Tabelas 35 e 36 são mostrados tais valores para o cenário otimista, levando-se em conta os percentuais da Tabela 31 para cada um deles. Os cálculos foram feitos com base no faturamento mensal apresentado na Tabela 34.

Tabela 35: Prospecção de clientes para o primeiro ano do cenário otimista (continua).

	<b>Gratuito</b>	<b>Médio</b>	<b>Avançado</b>	<b>Completo</b>	<b>Total</b>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	100%
Valor do faturamento	-	R\$ 18.198,48	R\$ 9.099,24	R\$ 3.033,08	R\$ 30.330,80

Fonte: Dos autores (2021).



Tabela 35: Prospecção de clientes para o primeiro ano do cenário otimista (continua).

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Total</i>
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-
Quantidade de clientes	168	122	37	9	336

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 36: Prospecção de clientes para os seguintes anos do cenário otimista.

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Extra</i>	<i>Total</i>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	-	100%
Valor do faturamento	-	R\$ 17.298,48	R\$ 8.649,24	R\$ 2.883,08	R\$ 1.500,00	R\$ 30.330,80
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-	-
Quantidade de clientes	159	116	35	8	-	318

Fonte: Dos autores (2021).

Da mesma forma foi feito para o cenário realista, explicitados nas Tabelas 37 e 38.

Tabela 37: Prospecção de clientes para o primeiro ano do cenário realista.

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Total</i>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	100%
Valor do faturamento	-	R\$ 16.010,75	R\$ 8.005,37	R\$ 2.668,46	R\$ 26.684,58
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-
Quantidade de clientes	147	107	32	8	294

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 38: Prospecção de clientes para os seguintes anos do cenário realista.

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Extra</i>	<i>Total</i>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	-	100%
Valor do faturamento	-	R\$ 14.660,75	R\$ 7.330,37	R\$ 2.443,46	R\$ 2.250,00	R\$ 26.684,58
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-	-
Quantidade de clientes	134	98	30	6	-	268

Fonte: Dos autores (2021).

E por último, foi feito então para o cenário pessimista, demonstrado nas Tabelas 39 e 40.

Tabela 39: Prospecção de clientes para o primeiro ano do cenário pessimista.

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Total</i>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	100%
Valor do faturamento	-	R\$ 15.283,49	R\$ 7.641,74	R\$ 2.547,25	R\$ 25.472,48
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-
Quantidade de clientes	140	102	31	7	280

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 40: Prospecção de clientes para os seguintes anos do cenário pessimista (continua).

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Extra</i>	<i>Total</i>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	-	100%

Fonte: Dos autores (2021).

Tabela 40: Prospecção de clientes para os seguintes anos do cenário pessimista (conclusão).

	<i>Gratuito</i>	<i>Médio</i>	<i>Avançado</i>	<i>Completo</i>	<i>Extra</i>	<i>Total</i>
Valor do faturamento	-	R\$ 13.783,49	R\$ 6.891,74	R\$ 2.297,25	R\$ 2.500,00	R\$ 25.472,48
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-	-
Quantidade e de clientes	126	92	28	6	-	252

Fonte: Dos autores (2021).

Observa-se que há uma leve redução na quantidade de clientes a partir do segundo ano, comparando-se as Tabelas 35, 37 e 39 com as Tabelas 36, 38 e 40, com o surgimento do serviço extra. Para análise sobre o número de clientes é necessário entender qual o potencial de mercado que a empresa possui, para então saber se esse é um valor elevado ou não para tal nicho.

Demonstrou-se os valores essenciais para a prospecção de clientes e prospecção de vendas para liquidar o investimento total, não levou-se em conta fatores como crescimento mensal da empresa, taxa de desistência de clientes sobre os planos e outros demais que precisam ser analisados posteriormente à abertura da empresa. Todos os cálculos resultaram em valores médios para os períodos pré-determinados de retorno de investimento.

#### 5.4. Ponto de equilíbrio contábil

O ponto de equilíbrio contábil é definido como o momento onde o lucro da empresa é zero. De acordo com a Treasy (2014), é o ponto onde todos os produtos vendidos, ou clientes conquistados, pagam as despesas fixas e variáveis, porém, não sobra nada para o empresário e os sócios. Este determinará a quantidade de clientes necessários para que a empresa não tenha prejuízo de acordo com o custo de produção do seu produto.

Como já disposto o capital de giro na Tabela 29, é importante a divisão do mesmo em custo fixo e custo variável, que alinhado com a margem de contribuição de cada plano e a porcentagem esperada de adesão, na Tabela 32, poderá ser utilizado para estimar o custo de cada unidade do produto.

Assim, na Tabela 41, expõe-se esses valores divididos e organizados. Os custos variáveis são aqueles que se alteram de acordo com a quantidade de produtos ou usuários. Os custos fixos são aqueles que se mantém fixo para qualquer quantidade de produção, como por exemplo o aluguel, plano de marketing e outros.

Tabela 41: Divisão do capital de giro em custos fixos e variáveis.

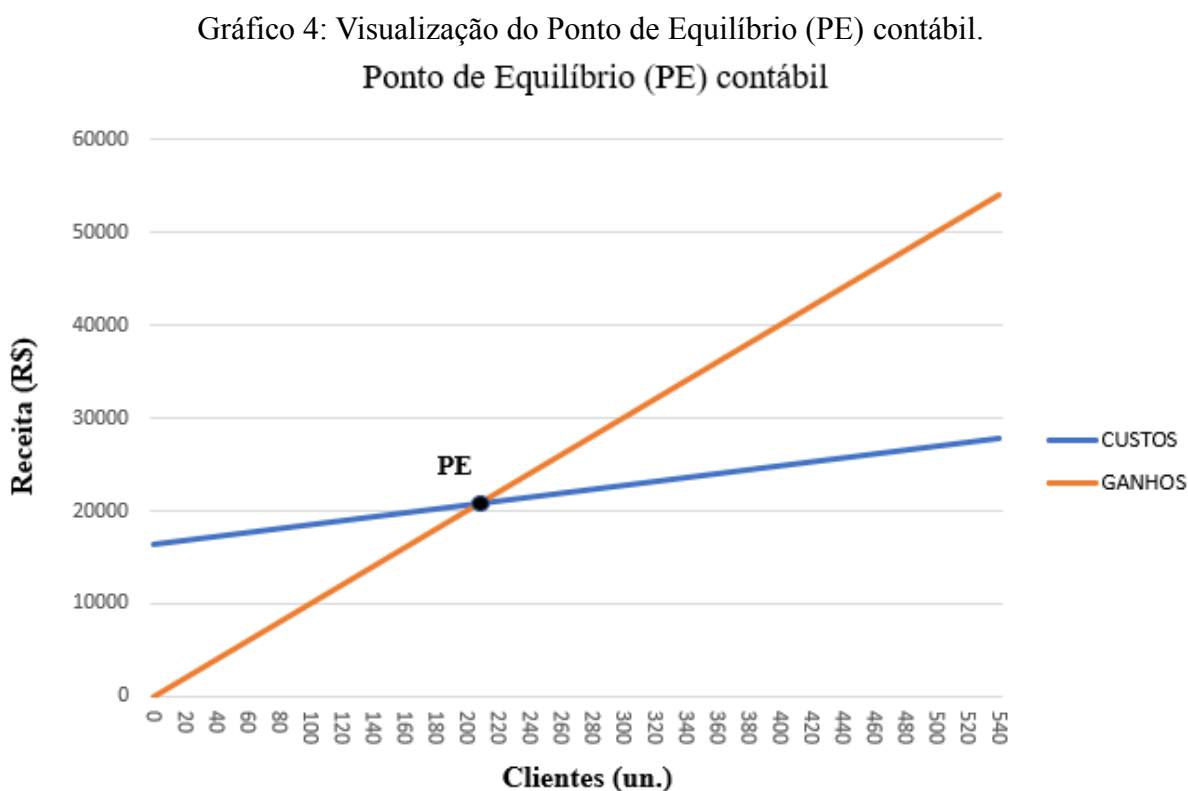
<b>Custos</b>	<b>Custo fixo</b>	<b>Custo variável</b>
Servidor em nuvem	-	R\$739,00
Aluguel de imóvel	R\$ 2.080,00	-
Custo de serviços contratados	R\$ 729,20	-
Custos com funcionários	R\$ 13.158,64	-
Custos com suporte técnico	-	R\$ 4.358,19
Plano de Marketing	R\$ 500,00	-
<b>Total</b>	<b>R\$ 16.467,84</b>	<b>R\$ 5.097,19</b>

Fonte: Dos autores (2021).

Para saber o custo de cada cliente no servidor em nuvem, exposto na Seção 5.1.1 com 1 TB de armazenamento, foi-se necessário calcular a quantidade máxima de usuários no serviço cadastrado. Utilizando as porcentagens expostas na Tabela 32, juntamente com o consumo de dados de cada plano, estimou-se uma quantidade máxima de 540 clientes para este servidor especificado, tendo valor por cliente aproximado de R\$ 1,37.

Pactuando com a Tabela 2, o custo com o suporte técnico depende da quantidade de horas que o funcionário irá despender nessa função. Levando-se em conta que um funcionário na CLT pode ter até 44 horas de trabalho semanal, ou 220 horas mensais, será possível o atendimento de 220 clientes mensalmente. Assim, conclui-se que o custo por cliente do suporte técnico é de, aproximadamente, R\$ 19,81.

Já determinado todos os custos fixos e variáveis, no Gráfico 4 é demonstrado o Ponto de Equilíbrio (PE) contábil.



Fonte: Dos autores (2021).

Como expressado acima, há um ponto de equilíbrio quando a empresa passa a ter aproximadamente 210 clientes ativos, sendo a partir desse momento que começa a apresentar lucros, pois os ganhos passam a ser maiores que os custos. Definindo uma quantidade mínima de contribuidores mensais para a manutenção do empreendimento.

### 5.5. Potencial de mercado

Um fator extremamente importante no desenvolvimento de um negócio é a sua capacidade de produzir e o quanto o mercado é capaz de comprar o seu produto. Para este estudo é necessário ter em mãos a quantidade de consumidores que pode ser atingida pela

proposta, quantos estão dispostos a pagar por ela e o número de concorrentes na mesma área de atuação. Segundo Garcia (2017), o potencial de mercado é a capacidade máxima de segmentos de público-alvo (compradores) de um determinado nicho de mercado de comprar seu produto ou serviço.

Para prosseguir com um cálculo simplificado de potencial de mercado, necessita-se de 3 valores: número de concorrentes, de empresas do público-alvo e percentual de possíveis compradores. De acordo com o Econodata (2021) o número de empresas registradas com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) de comércio varejista na cidade de Varginha (MG) é de 4.949 empreendimentos, atualmente existem 6 empresas de desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis (concorrentes) e 85,7% expressaram a aquisição de softwares de gestão na pesquisa de mercado no Gráfico 1 da Seção 3.1.

Segundo as proposições, consegue-se extrair os seguintes pontos: com tal percentual a área de atuação da empresa é de 4.242 varejos, e com 6 empresas atuando como concorrentes, subentende-se que há uma possibilidade de 707 varejos como potenciais compradores. Com esse novo número de clientes será possível atingir um novo faturamento, expresso na Tabela 42.

Tabela 42: Faturamento com o possível potencial de mercado.

	<b><i>Gestor Gratuito</i></b>	<b><i>Gestor Médio</i></b>	<b><i>Gestor Avançado</i></b>	<b><i>Gestor Completo</i></b>	<b><i>Total</i></b>
Percentual de clientes	50%	30%	15%	5%	100%
Quantidade de clientes	353	213	106	35	707
Valor do plano	-	R\$150,00	R\$250,00	R\$350,00	-
Valor do faturamento com as mensalidades do ERP	-	R\$31.950,00	R\$26.500,00	R\$12.250,00	R\$70.700,00

Fonte: Dos autores (2021).

Este valor está atualizado apenas com os possíveis clientes dos planos mensais, sem incluir o produto extra, e pelo demonstrado acima, o lucro líquido mensal chegaria a R\$49.634,97, resultando em um lucro anual de R\$595.619,64, sendo este valor integral, sem a dedução de impostos e com custos baseados no capital de giro calculado na Seção 5.2.

Com um potencial de 707 clientes, pode-se concluir que os valores apresentados no planejamento de capital e ponto de equilíbrio são possíveis. Com uma adaptação do modelo de negócios para o mercado, uma prospecção correta de clientes e de vendas, aliados a um bom plano de marketing, pode-se atingir bons resultados com o empreendimento.

O mercado está em expansão, tanto na parte varejista como demonstrado na introdução do trabalho, quanto na chegada de novas tecnologias para auxiliar e ampliar negócios, sejam eles pequenos ou não. Com isso, soluções que tornam o dia-a-dia mais fácil, tanto de pessoas físicas como jurídicas, passam a ser tendência. Novos modelos de negócios como o SaaS surgem para aumentar a capacidade de tomada de decisões do gestor da empresa, dando vida a um mercado cheio de oportunidades.

## **6. Considerações Finais**

A GETEQ definiu-se como uma prestadora de serviços para varejistas que necessitam de um sistema de gestão eficaz, acessível em múltiplas plataformas, sendo capaz de oferecer um serviço semelhante aos concorrentes, além de funcionalidades que a destacam. A disponibilização de um produto gratuito com possibilidade de melhorias de funções, visa garantir que cada cliente consiga suprir suas necessidades tecnológicas sem prejudicar seu orçamento.

Para apresentar de maneira resumida as características do negócio, foi feito um sumário executivo abordando os aspectos do empreendimento, viabilizando que o comprador ou investidor conheça a proposta rapidamente. Foi possível verificar os serviços prestados, os fundadores do negócio, aspectos tributários, missão, visão e valores, além da localização e nicho de mercado da mesma.

Elaborou-se um relatório financeiro que aborda o investimento total a ser feito para manutenção do negócio durante 6 meses sem ganho algum. Fez-se as prospecções de vendas e clientes necessárias para os cenários pessimista, realista e otimista, tendo como objetivo o retorno do investimento em um tempo pré-determinado. Também analisou-se os gastos fixos e variáveis chegando a um ponto de equilíbrio, este sendo o limiar de clientes necessários para não ter prejuízo financeiro.

O investimento inicial demonstrou ser alto e ainda há necessidade de retornar ao mercado para apresentar esse modelo de empresa aos possíveis clientes para que possam ser absorvidas mais informações e sugestões que poderão alterar de várias formas o produto que está sendo oferecido. O mercado tem grande potencial e está em expansão, uma proposta que solucione os problemas dos consumidores tem grandes chances de ser absorvida. O número de varejistas está em crescimento, e empresas de desenvolvimento que se encaixam como prestadoras de serviços especializados em gestão estão em falta na região. Com um produto de qualidade aliado à tecnologia, sendo constantemente atualizado e mantendo um custo acessível, há grandes chances de dominar uma grande porção do mercado de varejo.



A princípio os empreendedores decidiram captar metade do investimento inicial, cada um com responsabilidade de 50% do valor e, nesse período de espera, avaliar o mercado, os clientes e a proposta, e em paralelo desenvolver o produto. Ao término do período, será necessário um financiamento para completar o valor caso for realmente implementada a proposta de negócio. Com a proposta atual de absorção e comercialização dos dados de usuários, há uma demanda de grande parte da verba dos custos mensais voltada à contratação de especialistas em leis de proteção de dados, elevando muito o custo da empresa. O fato do plano gratuito ser “pago” com as informações do cliente, pode ser uma grande barreira para os consumidores e precisará ser estudada de maneira mais profunda.

## 7. Referências

ABRAPPE. **Perdas no Varejo Brasileiro - Resultados 2020**. Disponível em: [https://www.abrappe.com.br/downloads/EY\\_Pesquisa\\_Abrappe\\_2020.pdf](https://www.abrappe.com.br/downloads/EY_Pesquisa_Abrappe_2020.pdf). Acesso em: 09 jun. 2021.

ATLAS BRASIL. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil/>. Acesso em: 22 jun. 2020.

BLANK, Steven; DORF, Bob. *The step-by-step guide for building a great company*. 1ª Edição. Pescadero: K&S Ranch, 2012. p. 59-61.

BLING. **Sistema ERP online para pequenas empresas e lojas virtuais**. Disponível em: <https://www.bling.com.br/home/>. Acesso em: 08 dez. 2020.

CONTABILIVRE. **Abrir empresa grátis**. Disponível em: <https://www.contabilivre.com.br/>. Acesso em: 23 de mar. 2021.

CONTABNET. **Tributação da startup Saas: a licença de uso é produto ou serviço?**. Disponível em: <https://contabnet.com.br/blog/tributacao-de-startup-saas/>. Acesso em: 24 abr. 2021.

DEGEN, Ronald Jean; MELLO, Álvaro Augusto Araujo. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

ECONODATA. **Lista de empresas em Varginha, MG.** Disponível em <https://www.econodata.com.br/lista-empresas/MINAS-GERAIS/VARGINHA>. Acesso em: 21 abr. 2021.

ENDEAVOR BRASIL (2015). **5 dicas para ter uma estrutura organizacional de primeira.** Disponível em <https://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/04/5-dicas-para-ter-uma-estrutura-organizacional-de-primeira.html>. Acesso em: 05 de jan. de 2021.

ENDEAVOR BRASIL (2021). **Capital de Giro: saiba como calcular e controlar.** Disponível em: <https://endeavor.org.br/financas/capital-de-giro/>. Acesso em: 20 jan. de 2021.

EXAL. **Hora do café: importância da pausa no trabalho.** Disponível em: <https://exal.com.br/hora-do-cafe-importancia-da-pausa-no-trabalho/>. Acesso em: 20 jan. de 2021.

FIRJAN. **Quanto custa a energia elétrica para a pequena e média indústria no Brasil?** Disponível em: <https://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/temas-em-destaque/energiaeletrica/custo/default-7.htm>. Acesso em: 21 mar. de 2021.

GARCIA, Paulo. **Como calcular o potencial de mercado.** Disponível em <http://paulomgarcia.com.br/como-calculiar-o-potencial-de-mercado/>. Acesso em: 21 abr. de 2021.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira – Essencial.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da Administração Financeira.** São Paulo: Habra, 1997.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **Os impactos das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviços.** *Revista de Administração de Empresas*, 1994, 34.1: 63-81.

G1 ECONOMIA. **Vendas no varejo caem 6,1% em dezembro, mas crescem em 2020 pelo 4º ano seguido.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/02/10/vendas-no-varejo-caem-61percent-em-dezembro-mas-crescem-pelo-4o-ano-seguido.ghtml>. Acesso em: 09 jun. 2021.

G1 SUL DE MINAS. **PIB do Sul de Minas cresce R\$ 5 bilhões em um ano; veja ranking com cidades da região.** Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2019/12/20/pib-do-sul-de-minas-cresce-r-5-bilhoes-em-um-ano-veja-ranking-com-cidades-da-regiao.ghtml>. Acesso em: 15 jun. 2020.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.** 5ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão.** Tradução Maria Lúcia Lopes da Silva. – 1. ed -- São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

IBGE. **Conheça Cidades e Estados do Brasil.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 22 jun. 2020.

LIMA, Tomás. **Servidor próprio x servidor na nuvem: entenda qual é melhor para sua empresa.** Disponível em <https://www.sienge.com.br/blog/servidor-proprio-x-servidor-na-nuvem-entenda-qual-e-melhor-para-sua-empresa/>. Acesso em: 12 jan. de 2021.

MAFRA, Sistemas de Gestão. **Varejo geral.** Disponível em: <https://mafrainformatica.com/servico/varejo-geral/>. Acesso em: 08 dez. 2020.

MARSHALL, Isnar. **A importância da qualidade dos serviços em geral.** Disponível em <https://strong.com.br/blog/a-importancia-da-qualidade-dos-servicos-em-geral/>. Acesso em: 16 dez. de 2020.

MARELLI. **Móveis para escritório: 4 mobiliários que não podem faltar na empresa.** Disponível em <https://blog.marelli.com.br/pt/moveis-escritorio/>. Acesso em: 02 fev. de 2021.

MILA, Julio. **A importância de aliar a tecnologia mobile ao seu negócio.** Disponível em <https://administradores.com.br/noticias/a-importancia-de-aliar-a-tecnologia-mobile-ao-seu-negocio>. Acesso em: 16 dez. de 2020.

NOX Automação. **Sistemas de vendas para seu negócio.** Disponível em: <http://www.nox.com.br/>. Acesso em: 08 dez. 2020.

OAB/MG. **Tabela de honorários.** Disponível em: [https://www.oabmg.org.br/areas/tesouraria/doc/tabela\\_honorarios/manual\\_flipping/assets/basic-html/page37.html](https://www.oabmg.org.br/areas/tesouraria/doc/tabela_honorarios/manual_flipping/assets/basic-html/page37.html). Acesso em: 12 abril 2021.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Rede Sim.** Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>. Acesso em: 21 jun. 2020.

PROCADATA. **Como definir a infraestrutura necessária para introduzir um ERP na sua empresa.** Disponível em: <http://procdatati.com.br/blog/infraestrutura-necessaria-para-introduzir-um-erp/#:~:text=O%20hardware%20%C3%A9%20um%20dos,a%20implementa%C3%A7%C3%A3o%20de%20um%20sistema.&text=Sistema%20operacional%20para%20os%20servidores>. Acesso em: 31 out. 2020.

SALÁRIO. **Tabela Cargos e Salário 2021 - Pesquisa Salarial das Profissões.** Disponível em: <https://www.salario.com.br/tabela-salarial/>. Acesso em 23 mar. de 2021.

SALESFORCE. **O que é SaaS?**. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br/saas/>. Acesso em: 10 jun. de 2021.

SBVC. **O Papel do Varejo na Economia Brasileira.** Disponível em: [http://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2019/07/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira-SBVC\\_2019.pdf](http://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2019/07/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira-SBVC_2019.pdf). Acesso em: 30 jun. de 2020.

SEBRAE [2020a]. **Relatório especial: Os Negócios Promissores em 2020.** Disponível em: [https://respostas.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/01/Os-Neg%C3%B3cios-Promissores-em-2020\\_v2-1.pdf](https://respostas.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/01/Os-Neg%C3%B3cios-Promissores-em-2020_v2-1.pdf). Acesso em: 22 jun. de 2020.

SEBRAE [2020b]. **Tudo que você precisa saber sobre pesquisa mercadológica.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-mercado-o-que-e-e-para-que-serve,97589f857d545410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 13 dez. de 2020.

SEBRAE [2020c]. **Como realizar a pesquisa de fornecedores e fechar parcerias confiáveis.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pesquisa-de-fornecedores,ea7836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 20 dez. de 2020.

SEBRAE [201-?]. **Ferramenta: missão, visão, valores (clássico).** Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME\\_Missao-Visao-Valores.PDF](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF). Acesso em: 15 mar. de 2021.

SEBRAE [2019]. **Como escolher a melhor localização para seu negócio.** Disponível em

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-escolher-melhor-ponto-comercial-para-seu-negocio,d9d89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 22 mar. de 2021.

SEBRAE [2021]. **Passo a passo para elaborar o plano de negócios de sua empresa.** Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passa-a-passo-para-elaborar-o-plano-de-negocios-de-sua-empresa,d7296a2bd9ded410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 23 mar. de 2021.

SEBRAE [2018]. **Prazo de Retorno do Investimento (PRI).** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/prazo-de-retorno-do-investimento-pri,90da5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 05 mai. 2021.

SERPRO. **Objetivo e abrangência da LGPD.** Disponível em: <https://www.serpro.gov.br/lgpd/menu/tratamento-dos-dados/objetivo-e-abrangencia-da-lgpd>. Acesso em: 14 jun. 2021.

SÓLIDES. **Como fazer o cálculo do custo do funcionário.** Disponível em <https://blog.solides.com.br/como-fazer-o-calculo-do-custo-do-funcionario/>. Acesso em: 25 mar. de 2021.

TOTVS. **A maior empresa de tecnologia do Brasil.** Disponível em: <https://www.totvs.com/>. Acesso em: 08 dez. 2020.

TOTVS [2019]. **O que é ERP?** Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/erp/o-que-e-erp/>. Acesso em: 09 jun. de 2021.

TREASY. **Ponto de equilíbrio: o que é, como calcular e sua importância na gestão.** Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/ponto-de-equilibrio-economico/>. Acesso em: 10 maio de 2021.

USSMA (2021). **Data striping and redundancy.** Disponível em: <http://www.ecs.umass.edu/ece/koren/architecture/Raid/striping.html>. Acesso em: 12 jan. de 2021.