



RAFAELA DO PRADO REMEDIO

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA A ESTRUTURAÇÃO DE UMA
EMPRESA *ONLINE* PARA INTERMEDIÇÃO DE CONTRATAÇÕES
DE PROFISSIONAIS AUTÔNOMOS**

LAVRAS – MG

2021

RAFAELA DO PRADO REMEDIO

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA A ESTRUTURAÇÃO DE UMA EMPRESA *ONLINE*
PARA INTERMEDIÇÃO DE CONTRATAÇÕES DE PROFISSIONAIS
AUTÔNOMOS**

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.

Profa. DSc. Silvia Costa Ferreira

Orientadora

Profa. DSc. Elisa Reis Guimarães

Coorientadora

LAVRAS – MG

2021

RAFAELA DO PRADO REMEDIO

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA A ESTRUTURAÇÃO DE UMA EMPRESA *ONLINE*
PARA INTERMEDIÇÃO DE CONTRATAÇÕES DE PROFISSIONAIS
AUTÔNOMOS**

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.

em 19 de novembro de 2021.

| | |
|--|------|
| Profa. DSc. Silvia Costa Ferreira | UFLA |
| Profa. Dra. Elisa Reis Guimarães | UFLA |
| Profa. Dra. Renata Pedretti Morais Furtado | UFLA |
| Franck Morais de Oliveira | UFLA |

Profa. DSc. Silvia Costa Ferreira

Orientadora

Profa. Dra. Elisa Reis Guimarães

Coorientadora

LAVRAS – MG

2021

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo a elaboração de um Plano de Negócios para a criação de uma empresa que interliga prestadores de serviços e clientes por meio de um aplicativo para *smartphone*. Tal empresa tem como local de atuação a cidade de Lavras – MG e visa facilitar a procura por um trabalhador de qualidade e também a ajudar os prestadores de serviços a terem mais clientes, tudo isso de maneira rápida e segura. Com o intuito de restringir os riscos de abertura do negócio, realizou-se uma pesquisa de mercado e suas devidas análises para que se pudesse esclarecer as necessidades e desejos do público alvo. Além disso, desenvolveu-se um plano de marketing para elaboração da divulgação da empresa, um plano operacional para definir a distribuição dos serviços prestados e um plano financeiro para determinar custos e investimentos que deverão ser realizados e possíveis retornos financeiros do empreendimento. Também realizou-se uma análise de possíveis cenários que a empresa pode encontrar no mercado e uma avaliação estratégica. De acordo com as análises dos resultados gerados neste trabalho, foi possível concluir que a empresa apresenta um grande potencial de mercado, uma vez que ela demonstrou ótimos indicadores de viabilidade e um alto índice de aceitação pela população de Lavras - MG.

Palavras-chave: Plano de Negócio. Aplicativo. Prestadores de Serviços. Contratantes. *Smartphone*.

ABSTRACT

The present work aims at the elaboration of a Business Plan to create a company that interconnects service providers and customers through a smartphone application. This company has as its place of operation the city of Lavras - MG and aims to facilitate the search for a quality worker and also to help service providers to have more customers, all of this quickly and safely. To minimize losses to the founder, a market survey and its appropriate analyses were carried out so that the needs and wishes of the target audience could be clarified. In addition, a marketing plan was developed to prepare the disclosure of the company, an operational plan to define the distribution of the services provided, and a financial plan to determine costs and investments that should be made and possible financial returns of the venture. An analysis of possible scenarios that the company can find on the market and a strategic assessment were also carried out. According to the analysis of the results generated in this work, it was possible to conclude that the company has great market potential since it has demonstrated excellent financial results and a high rate of acceptance of the population of Lavras - MG.

Keywords: Business Plan. Application. Service Providers. Customers. Smartphone.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Representação dos nove blocos do modelo de negócio. | 14 |
| Figura 2: Diagrama do questionário utilizado para compreensão do público alvo. | 19 |
| Figura 3: Quadro do Canvas da empresa QuickFix Serviços | 33 |
| Figura 4: Logomarca da Empresa QuickFix Serviços. | 35 |
| Figura 5: Processos operacionais. | 39 |
| Figura 6: Matriz F.O.F.A da empresa QuickFix Serviços. | 51 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Renda individual dos entrevistados..... | 23 |
| Tabela 2: Área de atuação dos profissionais entrevistados..... | 24 |
| Tabela 3: Quais ferramentas o aplicativo deve conter - Segundo os prestadores de serviços. 25 | |
| Tabela 4: Quais ferramentas o aplicativo deve conter – Segundo os contratantes. | 26 |
| Tabela 5: Atribuição de Funções x Responsável. | 40 |
| Tabela 6: Custo Fixo Mensal da empresa <i>QuickFix Serviços</i> | 42 |
| Tabela 7: Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias..... | 43 |
| Tabela 8: Caixa Mínimo da empresa <i>QuickFix Serviços</i> | 44 |
| Tabela 9: Investimento Total da empresa <i>QuickFix Serviços</i> | 45 |
| Tabela 10: Contas a Receber – prazo médio de vendas..... | 46 |
| Tabela 11: Verificação de Lucro ou Prejuízo da empresa. | 48 |
| Tabela 12: Indicadores de Viabilidade da empresa <i>QuickFix Serviços</i> | 49 |
| Tabela 13: Diferentes Estimativas de Faturamento de cada cenário..... | 49 |

SUMÁRIO

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 10 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO | 13 |
| 2.1. | Modelo de Negócios | 13 |
| 2.2. | Plano de negócios | 16 |
| 3 | METODOLOGIA | 18 |
| 4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO | 21 |
| 4.1. | Sumário Executivo | 21 |
| 4.2. | Análise de mercado | 22 |
| 4.2.1. | Estudo dos clientes | 23 |
| 4.2.2. | Estudo dos concorrentes | 27 |
| 4.2.3. | Estudo dos fornecedores | 31 |
| 4.3. | Plano de Marketing | 31 |
| 4.3.1. | Canvas | 31 |
| 4.3.2. | Descrição dos principais produtos e serviços | 34 |
| 4.3.3. | Preço | 36 |
| 4.3.4. | Estratégias Promocionais | 37 |
| 4.3.5. | Localização do negócio | 37 |
| 4.4. | Plano Operacional | 38 |
| 4.4.1. | Capacidade produtiva ou comercial ou serviços | 38 |
| 4.4.2. | Processos operacionais | 38 |
| 4.4.3. | Necessidade pessoal | 40 |
| 4.5. | Plano financeiro | 40 |
| 4.5.1. | Estimativa dos investimentos fixos | 40 |
| 4.5.2. | Custo fixo mensal | 41 |
| 4.5.3. | Capital de giro | 43 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.5.4. | Investimentos pré-operacionais | 44 |
| 4.5.5. | Investimento Total | 44 |
| 4.5.6. | Estimativa de faturamento mensal | 45 |
| 4.5.7. | Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações..... | 46 |
| 4.5.8. | Estimativa dos custos de comercialização..... | 46 |
| 4.5.9. | Estimativa do custo com depreciação..... | 47 |
| 4.5.10. | Demonstrativo de resultados..... | 47 |
| 4.6. | Construção de Cenários..... | 49 |
| 4.7. | Avaliação Estratégica | 50 |
| 5 | CONCLUSÃO | 52 |
| 6 | REFERÊNCIAS | 53 |
| | APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE MERCADO | 55 |

1 INTRODUÇÃO

A revolução digital proporcionou uma série de mudanças de hábitos na sociedade com o passar dos anos. Até o início dos anos 90, havia um acesso restrito às informações disponíveis no mundo, em função das limitações naturais dos canais de comunicação e de disseminação de conhecimento. Entretanto, desde o surgimento da internet e com a acelerada evolução tecnológica, este cenário experimentou importantes mudanças, tornando o acesso à informação rápido, prático e quase irrestrito.

Com a evolução da tecnologia, a praticidade tem sido uma palavra chave no cotidiano dos seres humanos, sendo esta, frequentemente, obtida por meio da realização de diferentes tarefas por meio dos *smartphones*. Em uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas – FGV (2020), constatou-se que há mais de um aparelho celular por habitante no Brasil, sendo cerca de 234 milhões de celulares inteligentes conectados à internet. Por sua ampla difusão e facilidade de utilização, os *smartphones* se tornaram o equipamento mais utilizado pelos brasileiros para o acesso à internet (98,6%), seguidos pelos microcomputadores (46,2%), televisão (31,9%) e *tablet* (10,9% dos brasileiros), respectivamente (IBGE, 2019).

A facilidade e rapidez que os *smartphones* proporcionam vão além de um acesso rápido à internet, impactando também o comportamento de compra dos brasileiros: 74 em cada 100 consumidores brasileiros preferem realizar compras *online* (NILSEN, 2020). De fato, constatou-se um aumento de 47% nas vendas via *e-commerce* no Brasil no primeiro semestre de 2020, em comparação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado pelas medidas de combate à pandemia do COVID-19, resultando em um recorde de faturamento do *e-commerce* no primeiro semestre de 2020, o maior em duas décadas (NILSEN, 2020).

É notório o aumento da popularidade dos aplicativos para realização de compras *online* nos últimos anos. Conforme destacado por Terra (2020), apenas o setor de aplicativos celulares deverá movimentar cerca de US 6,3 trilhões de dólares em todo o mundo, em 2021. No Brasil, segundo país onde o mercado de aplicativos mais cresce no mundo (TERRA, 2020), estimava-se movimentar cerca de R\$ 106 bilhões em 2020, segundo estimativa da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCOMM, 2020).

Desta forma, torna-se mais fácil encontrar o produto desejado sem as limitações e custos de deslocamento e de tempo normalmente associados à compra em lojas físicas. Destaca-se que tal situação é observada não apenas na aquisição de bens, mas também na identificação e

contratação de prestadores de serviços, seja na área doméstica, de medicina, estética, beleza, mecânica, advocacia e até mesmo na área de engenharia.

Segundo o site da Agência Brasil (2021), o número de trabalhadores autônomos no Brasil atingiu o número recorde de 24,8 milhões de pessoas no segundo trimestre de 2021. Contudo, é difícil encontrar profissionais capacitados e confiáveis pelos meios tradicionais, a exemplo de indicações. Afinal, comumente não há um local que reúna avaliações com indicações e opiniões de antigos clientes sobre os serviços prestados por profissionais de diferentes categorias, bem como fotos de trabalhos já realizados pelo prestador de serviços. Tal fato é especialmente observado em cidades de médio e pequeno portes.

Na cidade de Lavras, no interior de Minas Gerais, há um grande fluxo anual de pessoas por esta ser uma cidade universitária, a qual apresenta uma significativa parcela de população flutuante. Segundo estimativas do IBGE (2021), em 2021 a cidade de Lavras conta com 105.756 habitantes. Apenas na Universidade Federal de Lavras - UFLA, segundo informações da própria instituição, haviam aproximadamente 13 mil estudantes ativos em 2020. A cidade ainda conta com ao menos outras três instituições de ensino superior, cujos discentes residem em Lavras ou se deslocam de municípios próximos e, por isso, considera-se que a população flutuante seja ainda mais expressiva.

Tal população de estudantes apresenta certa dificuldade ao procurar por prestadores de serviços pois, por serem moradores recentes da cidade, cujo contato direto ocorre especialmente com outros estudantes que também desconhecem os prestadores de serviços locais, eles dificilmente conseguem encontrar um profissional por meio de indicação. Deste modo, comumente optam por solicitar indicações, em redes sociais (e.g. *Facebook*), de profissionais para a função desejada. Ainda assim, nem sempre é possível alcançar o sucesso nesta busca.

Por outro lado, os profissionais autônomos e prestadores de serviços locais também apresentam dificuldades em divulgar seus serviços prestados. Alguns deles utilizam as redes sociais para divulgar fotos de trabalhos realizados e também alguns relatos de seus clientes, mas dificilmente conseguem alcançar uma parcela significativa da população. Ainda, apresentam dificuldades ao unir relatos, indicações de clientes e fotos dos trabalhos realizados em um mesmo local.

Tendo em vista estes profissionais e a população local, mais especificamente a população flutuante da cidade, composta por estudantes universitários, objetiva-se elaborar um plano de negócios para uma empresa cujo aplicativo *online* conectará a demanda de contratantes à oferta

de prestadores de serviços, facilitando a procura por um profissional ideal ao cliente e ajudando a promover o serviço do trabalhador que oferece a função desejada.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nas subseções a seguir, apresenta-se a base teórica deste trabalho, com ênfase nas temáticas de modelo de negócios e de plano de negócios.

2.1. Modelo de Negócios

Um Modelo de Negócio determina como a empresa atuará no mercado, tendo em vista seus objetivos principais e a visão da mesma sobre o que os consumidores desejam, a fim de gerar lucro e crescimento (TEECE, 2010). Desta forma, ele é capaz de descrever a lógica de como a organização criará, entregará e capturará valor. Os modelos de negócios devem ser de fácil compreensão e estar sempre atualizados de acordo com os propósitos da empresa, devendo ser frequentemente revisados (SAMAVI, YU e TOPALOGLOU, 2009).

De acordo com Amit e Zott (2012), um modelo de negócio é definido como um sistema de atividades interconectadas e interdependentes que determinam a forma como a empresa atua no mercado, assim como sua clientela, parceiros e fornecedores. Assim, o modelo de negócios é um sistema de atividades a fim de se satisfazer as necessidades do mercado, além de ser uma especificação de quais setores conduzem determinadas atividades e como tudo está interligado.

Para Chesbrough e Rosenbloom (2002), um modelo de negócios estabelece como a empresa se destacará no mercado gerando lucro e nele devem ser definidos: valores entregues ao cliente, público alvo, formas de obtenção de receita, estruturação da cadeia de valor necessária para a criação e distribuição do valor, recursos necessários para a criação da cadeia de valor, custos e lucro potencial, além da conexão entre empresa, fornecedores e clientes e, também, as estratégias competitivas da instituição.

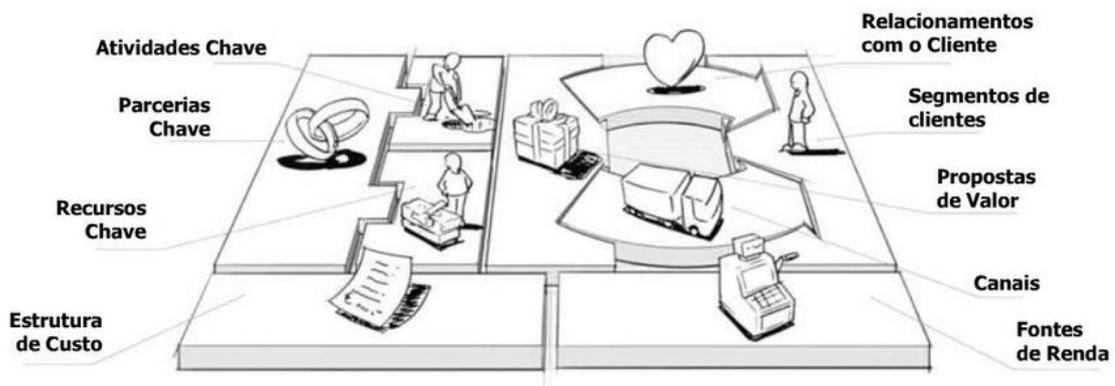
Já para Osterwalder (2004a), o modelo de negócio é uma maneira de se aperfeiçoar e estabelecer a postura da empresa diante de adversidades, além de esclarecer como as empresas realizam negócios sob condições de incertezas.

Então, um modelo de negócios deve ser um guia para uma empresa se estabelecer no mercado e se destacar diante dos concorrentes, definindo seu público alvo, estabelecendo valor, o produto e/ou serviço a ser comercializado e também sua estrutura de custos.

Osterwalder e Pigneur (2010) estabeleceram nove blocos construtivos do modelo de negócio a partir da ferramenta que nomearam como *Business Model Canvas* (BMC). São eles:

segmentos de clientes; propostas de valor; canais; relacionamentos com o cliente; fontes de renda; recursos-chave; atividades-chave; parcerias-chave; e estrutura de custos (Figura 1).

Figura 1: Representação dos nove blocos do modelo de negócio.



Fonte: Osterwalder e Pigneur (2010, p.18-19).

Segundo os autores, esta ferramenta é capaz de estimular a criatividade e discussões ao se elaborar um modelo de negócios. Assim, o BMC é considerado uma orientação no processo de criação de uma empresa (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

Destaca-se que estes blocos do BMC devem se conectar adequadamente para a construção de um modelo de negócio consistente. A elaboração de cada bloco é explicada, sucintamente, a seguir.

No bloco “**segmentos de clientes**”, busca-se definir um ou vários segmentos de clientes a serem atendidos, agrupando-os em segmentos distintos com necessidades comuns. Portanto, durante a criação de um modelo de negócios, a organização deve tomar uma decisão consciente sobre quais segmentos seguir e quais ignorar, se baseando sempre na visão das reais necessidades de seus clientes (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

No bloco “**propostas de valor**”, definem-se os pacotes de benefícios ofertados pela empresa aos seus clientes, ou seja, apresentam-se as razões pelas quais o cliente opta pelo produto de sua empresa em vez de outra (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

No bloco “**canais**”, descreve-se a comunicação da empresa a fim de se atingir o cliente-alvo para, então, entregar uma proposta de valor. Este canal abrange desde a conscientização

do cliente sobre produtos e serviços oferecidos pela companhia, até o suporte pós-compra (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

Os “**relacionamentos com o cliente**”, por sua vez, podem variar entre pessoais e automatizados. Esta relação é importante pois definirá a aquisição de clientes, a retenção dos mesmos e o impulsionamento das vendas. Como afirmado por Osterwalder e Pingneur (2010, p. 28): “O relacionamento com o cliente exigido pelo modelo de negócios de uma empresa influencia profundamente a experiência geral do cliente”.

O bloco “**fontes de renda**” estabelece quanto cada segmento de cliente está disposto a pagar, o que impactará o sucesso do fluxo de caixa na empresa. Os tipos de fluxo de receita podem variar entre pagamentos únicos de clientes e pagamentos contínuos dos mesmos, sendo tal opção estabelecida de acordo com o perfil do negócio (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

Os “**recursos-chave**”, por sua vez, permitem que a empresa crie e ofereça uma proposta de valor, alcançando mercados e mantendo os relacionamentos com os clientes, obtendo-se receita. Tais recursos podem variar entre físicos (e.g. instalações e edifícios), intelectuais (e.g. marcas e patentes), humanos (e.g. mão de obra) e financeiros (e.g. linhas de crédito ou opções de ações) (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

O bloco de “**atividades-chave**” contém as operações principais da empresa para fazer com que o modelo de negócios funcione, também variando conforme o tipo de negócio (e.g. produção, resolução de problemas e plataformas ou *network*) (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

As “**parcerias-chave**” se referem à rede de fornecedores e parceiros que farão com que o modelo de negócios funcione. Tais alianças tendem a otimizar processos, reduzir riscos e propiciar a aquisição de recursos. Algumas modalidades de parcerias-chave são alianças estratégicas, coopetição, *Joint Ventures* e relações comprador-fornecedor (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

Por fim, o bloco de “**estrutura de custos**” descreve os custos mais significativos durante a operação da empresa. Desde modo, o modelo de negócio pode ser: i) orientado a custos, sempre visando minimizar os custos de operação; ii) orientado ao valor, para empresas que estão menos preocupadas com as implicações de custo (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2010).

Na subseção a seguir, apresentam-se os conceitos centrais relacionados à elaboração de um plano de negócio, passo subsequente à definição do modelo de negócio.

2.2. Plano de negócios

Com a premissa de gerar lucro e melhorar a qualidade de vida da população, seja por seus serviços prestados ou até mesmo pela oportunidade de renda para as famílias que serão empregadas, toda empresa deve iniciar com uma visão sólida para ser bem sucedida. A decisão de investir em um negócio, portanto, não deve decorrer de improviso, mas resultar de um sólido planejamento ancorado na utilização de técnicas adequadas e na realização de pesquisas de mercado.

Isto porque, embora recompensador, o início de um novo empreendimento pode representar riscos, o que demanda um cuidadoso estudo de viabilidade antes da realização do investimento e início das atividades. Isto pode ser realizado por meio de um plano de negócios e, desta forma, o empreendedor tem a chance de antever possíveis erros, podendo-os corrigir ainda na etapa de idealização do negócio.

Rosa (2013, p. 13) define um plano de negócios como:

“[U]m documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.”

Assim, faz-se necessário pesquisar sobre a área de atuação do novo empreendimento, sobre a aceitação dos bens e serviços a serem ofertados aos seus clientes, a concorrência no mercado, os fornecedores e possíveis vantagens e desvantagens do negócio.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, um plano de negócios é capaz de auxiliar na organização das ideias, orientar a expansão de empresas já em andamento, ajudar na administração do negócio e melhorar a comunicação entre sócios, parceiros, funcionários, clientes, investidores e fornecedores (ROSA, 2013).

Segundo Rosa (2013) um plano de negócio deve conter as seguintes seções: sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, análise de cenários e avaliação estratégica.

No **sumário executivo**, apresenta-se um resumo dos principais pontos do plano de negócios, contendo desde uma breve descrição da empresa, até enquadramentos tributários e forma jurídica da instituição (ROSA, 2013).

Na seção de **análise de mercado**, o objetivo é ajudar o empreendedor a compreender o mercado do qual o empreendimento será inserido. Nesta seção, realizam-se estudos sobre os clientes, concorrentes e fornecedores e quais são os produtos e/ou serviços da empresa (ROSA, 2013).

Já no **plano de marketing**, definem-se as principais estratégias de divulgação da empresa, estabelecendo a forma pela qual a empresa ofertará seus produtos e/ou serviços (ROSA, 2013).

No **plano operacional**, analisa-se a capacidade produtiva da empresa. Ele contém um *layout* contendo processos operacionais, envolvendo desde materiais utilizados à quantidade de pessoas e tempo demandado para a conclusão de cada etapa (ROSA, 2013).

No **plano financeiro**, realiza-se uma avaliação da viabilidade e atratividade financeira da empresa. Portanto, nele devem constar desde os custos iniciais até estimativas de lucros da companhia (ROSA, 2013).

Em seguida, na **análise de cenários**, realiza-se um estudo de riscos e oportunidades que a empresa pode vir a encarar durante sua trajetória. Assim, são traçados diversos caminhos que a empresa pode seguir, desde os mais pessimistas aos mais otimistas, a fim de se prevenir das adversidades ou desfrutar ainda mais de situações favoráveis (ROSA, 2013).

Por fim, a **avaliação estratégica**, tem a finalidade de detectar pontos fortes e fracos do empreendimento através da ferramenta F.O.F.A. – Força, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças. Assim, são definidos os pontos positivos e negativos para a implantação do negócio, bem como as principais oportunidades e ameaças em seu ambiente de atuação (ROSA, 2013).

Na seção a seguir, apresenta-se a metodologia utilizada neste trabalho.

3 METODOLOGIA

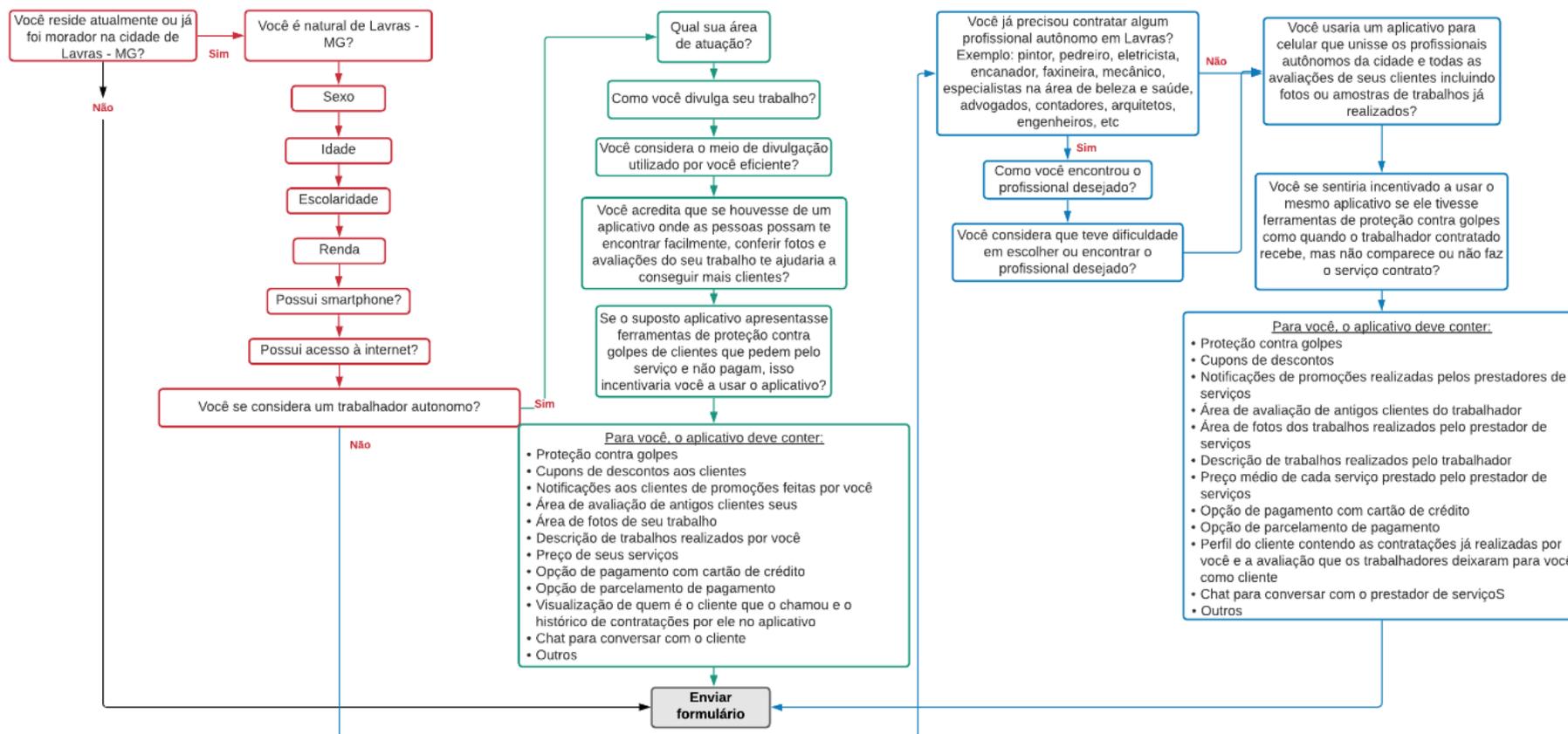
A abordagem desta pesquisa pode ser classificada como qualitativa e exploratória, pois visa proporcionar maior familiaridade com o tema de pesquisa e o objeto de estudo, neste caso, o mercado lavrense e a viabilidade de abertura de um novo empreendimento nesta cidade.

Para tanto, utilizou-se uma adaptação do modelo sugerido pelo SEBRAE, da autora Rosa (2013), para elaboração do plano de negócios, composto pelas seguintes seções: sumário executivo, análise de mercado, planos de *marketing*, operacional e financeiro, análise de cenários e avaliação estratégica. Adicionalmente, elaborou-se o *Canvas* de Modelo de Negócio do empreendimento proposto, seguindo o modelo de Osterwalder e Pigneur (2010).

Para a realização da análise mercadológica, utilizaram-se dados primários e secundários. Como dados secundários, esta pesquisa contou com dados dispostos por órgãos públicos, como o IBGE e da Universidade Federal de Lavras. De modo complementar e com o objetivo de compreender melhor o público alvo e identificar suas necessidades, tanto em relação a prestadores quanto a contratantes de serviços, optou-se pela coleta de dados primários por meio de questionários *online* autoadministrados.

Na Figura 2, apresenta-se um diagrama que contém as perguntas realizadas para cada público. É possível analisar que o questionário foi dividido em três seções que estão representadas por cores. A seleção de perguntas em vermelho representa a parte geral do questionário, ou seja, a seção de caracterização do colaborador. Ao final desta seção, o questionário é dividido em dois setores um para prestadores de serviços e um para contratantes. As perguntas destinadas aos autônomos são apresentadas em coloração verde e as perguntas destinadas aos clientes estão em azul.

Figura 2: Diagrama do questionário utilizado para compreensão do público alvo.



Fonte: Do Autor (2021).

Considerou-se que o público-alvo já apresentaria familiaridade com o ambiente *online*, já que a empresa a ser criada também estará inserida neste meio. A pesquisa foi realizada por meio do *Google Forms*, ferramenta de administração de pesquisa incluída como parte do pacote gratuito do *Google Docs*, possibilitando a coleta de dados por meio de um formulário e a visualização destes na forma de gráficos. Também é possível realizar o *download* dos dados coletados em arquivo de formato CSV (do inglês, *Comma Separated Values*).

A pesquisa foi divulgada em redes sociais, como *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* e *Telegram*, focando sempre nos grupos de estudantes e prestadores de serviços da cidade de Lavras - MG. A mesma ficou disponível por um período de 6 dias, entre os dias de 27/11/2021 e 02/12/2021, sendo obtidas 86 respostas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nas subseções a seguir, apresenta-se o Plano de Negócios para a empresa *QuickFix Serviços*, elaborado conforme adaptação do manual do SEBRAE, escrito por Rosa (2013), e apoiado nos dados primários e secundários coletados neste trabalho.

4.1. Sumário Executivo

A *QuickFix Serviços* é uma empresa *online* que tem a função de intermediar contratações de profissionais autônomos, abrangendo a cidade de Lavras-MG. Assim, ela se enquadra como empresa do setor de serviços. Ela oferece facilidade e segurança ao se contratar um profissional ou ao se oferecer um serviço. Com ela, é possível ter acesso aos mais diversos profissionais autônomos como, faxineiras, cozinheiras, pedreiros, encanadores, gesseiros, pintores, profissionais da área da beleza, educação, saúde, entre outros.

Com acesso pelo aplicativo *QuickFix Serviços*, o usuário cadastrado pode oferecer ou procurar o serviço desejado sem sair de casa. Sendo assim, seus principais diferenciais são a facilidade e acessibilidade oferecida pela companhia, uma vez que, ela é capaz de unir variados profissionais em um só lugar, dando aos clientes da empresa a chance de ofertarem serviços e também contratarem mão de obra tudo por meio de um *smartphone*.

Seu objetivo principal é oferecer aos trabalhadores autônomos a oportunidade de divulgação de seus serviços de forma eficiente e também, aos usuários em geral, a segurança de se contratar um profissional do mercado.

A *QuickFix Serviços* tem a missão de facilitar a contratação de autônomos na cidade de Lavras–MG, ajudando os prestadores de serviços a divulgarem seus trabalhos e facilitando a escolha de contratantes pelo melhor profissional, tudo de forma rápida e segura.

Ela tem como visão tornar-se referência em contratação de serviços na cidade de Lavras até 2025, oferecendo aos clientes alta confiabilidade e satisfação.

Além disso, a *QuickFix Serviços* tem como principais valores:

- Comprometimento, ética, qualidade e segurança;
- Inovação tecnológica;
- O negócio do cliente também é o nosso negócio;
- Sucesso da empresa e satisfação do cliente caminham juntos.

Como forma jurídica, o negócio estudado se enquadra como Microempreendedor Individual (MEI), já que se trata de uma pessoa que trabalha por conta própria. Neste tipo de forma jurídica, a empresa pode ter um faturamento de até R\$ 81.000,00 ao ano. Mas, caso o faturamento da *QuickFix Serviços* seja acima do valor máximo que o MEI permite, será avaliado a possibilidade de se alterar a forma jurídica para Empresário Individual.

Como enquadramento tributário, a empresa *QuickFix Serviços* se encaixa no Simples Nacional, uma vez que o mesmo dispõe de benefícios como redução e simplificação de impostos.

Para o capital social da empresa *QuickFix Serviços*, sua fundadora irá disponibilizar R\$ 20.000,00 para a abertura do negócio, tal valor será obtido dos investimentos da mesma na bolsa de valores.

Esta empresa terá como única fundadora a aluna de graduação de Engenharia de Controle e Automação da Universidade Federal de Lavras (UFLA), Rafaela do Prado Remedio.

Nome: Rafaela do Prado Remedio

Endereço: Rua Pedro Souza, 14, Jardim das América

Cidade: Lavras

Estado: Minas Gerais

Celular: +55 35 9 9900-5418

Atribuições: Fundadora, responsável pelo setor administrativo e financeiro da empresa.

Perfil: Experiência em dois pequenos negócios criados por ela e mais um outro do qual ela é sócia. Bom conhecimento em técnicas de vendas, gestão e *marketing*. Boa oratória. Habilidade em se coordenar e delegar funções. Conhecimento avançado no pacote MS Office (Word, PowerPoint, Excel). Habilidades de programação nas linguagens JAVA, Python e C/C++. Aptidão para trabalhar em grupo, proatividade e resiliência.

4.2. Análise de mercado

A seguir são apresentados os estudos dos clientes, concorrentes e fornecedores da empresa *QuickFix Serviços*. Antes de tudo, é válido ressaltar que define-se como clientes da empresa em estudo todos os usuários do aplicativo, ou seja, tanto prestadores de serviços como contratantes.

4.2.1. *Estudo dos clientes*

Para a realização de uma análise mais profunda do mercado em que a empresa será inserida, realizou-se uma pesquisa de opinião na cidade de Lavras-MG, a qual contou com 86 respondentes, dos quais 76 já residiram ou ainda residem na cidade em questão. Tais entrevistados eram profissionais autônomos ou possíveis contratantes de serviços.

Dentre essas 76 pessoas, observou-se que 72,7% não nasceram em Lavras – este dado demonstra que, por essa parcela da população provir de outros municípios, eles podem apresentar maior dificuldade em identificar os prestadores de serviços ou começar a construir sua base de clientes na cidade.

A pesquisa também mostrou que 59,7% dos entrevistados são homens. Houve uma concentração de respondentes na faixa dos 15 a 29 anos (77,9%), com ensino superior incompleto (62,3%) ou completo (19,5%) - ou seja, possivelmente cursando faculdade graduação ou pós-graduação. Também houve uma concentração na renda, sendo 27,3% dos entrevistado com até 02 salários mínimos (possivelmente recebendo bolsas de graduação ou mestrado, ou em início de carreira).

Quanto a escolaridade, foi observado que 62,3% têm superior incompleto, 19,5% apresentaram superior completo, 6,5% têm pós-graduação completa, 5,2% apresentaram ensino médio completo, 2,6% têm ensino médio incompleto, 2,6% dos entrevistados afirmaram ter ensino fundamental incompleto e a 1,3% apresentaram ensino fundamental completo.

Na Tabela 1, é possível visualizar as porcentagens obtidas acerca da renda individual dos trabalhadores.

Tabela 1: Renda individual dos entrevistados.

| Renda individual | Porcentagem de pessoas (%) |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Sem rendimento | 20,8 |
| Até 1/2 salário mínimo | 22,1 |
| Mais de 1/2 a 1 salário mínimo | 10,4 |
| Mais de 1 a 2 salários mínimos | 27,3 |
| Mais de 2 a 5 salários mínimos | 10,4 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| Mais de 5 a 10 salários mínimos | 5,2 |
| Mais de 10 a 20 salários mínimos | 3,9 |
| Mais de 20 salários mínimos | 0,0 |

Fonte: Do Autor (2021).

Além disso, 98,7% dos entrevistados afirmaram ter um *smartphone* e todos têm acesso à internet. Dentre eles, 28,6% ou seja 22 pessoas, afirmaram ser trabalhadores autônomos.

4.2.1.1. Resultado dos prestadores de serviços

Na Tabela 2 é possível visualizar a área de atuação dos entrevistados que se consideram trabalhadores autônomos, sendo divididos em: profissionais liberais, prestação de serviços domésticos, setor de beleza e outros.

Tabela 2: Área de atuação dos profissionais entrevistados.

| Área de Atuação | Porcentagem de pessoas (%) |
|----------------------------------|----------------------------|
| Profissionais Liberais | 27,3 |
| Prestação de Serviços Domésticos | 18,2 |
| Setor de Beleza | 13,6 |
| Outros | 40,9 |

Fonte: Do Autor (2021).

Dos profissionais que afirmaram prestar outros tipos de serviços, destacam-se professores particulares, totalizando 10,22% dos entrevistados. Sendo o restante igualmente dividido entre: confeitaria, fotografia, designer gráfico, fretes e desenvolvimento de *software*.

Dentre os colaboradores, 63,6% afirmaram usar mídias sociais como *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram* para a divulgação de seus trabalhos - este dado é muito importante para a empresa em estudo, uma vez que mostra que mais da metade de seus clientes já estão habituados ao uso da internet. Já 31,8% das pessoas, declararam utilizar o método “boca a boca” da qual seus próprios clientes anunciam seus trabalhos, o que acaba não atingindo toda a

população de Lavras, principalmente a população flutuante da cidade. Apenas 4,6% responderam que não utilizam nenhum método de divulgação de seus serviços.

Foi possível notar que há uma deficiência no mercado de divulgação dos profissionais na cidade de Lavras, uma vez que 63,6% dos entrevistados afirmaram não estar totalmente satisfeitos com os resultados obtidos por suas divulgações.

Obteve-se apenas respostas positivas ao questionar os prestadores de serviços se eles usufruiriam do aplicativo em questão.

Na Tabela 3 é possível visualizar quais ferramentas que os entrevistados acreditam que devam ser inseridas no aplicativo.

Tabela 3: Quais ferramentas o aplicativo deve conter - Segundo os prestadores de serviços.

| Ferramenta | Aceitabilidade (%) |
|---|---------------------------|
| Chat para conversar com o cliente | 86,4 |
| Descrição de trabalhos realizados por você | 86,4 |
| Proteção contra golpes | 81,8 |
| Área de avaliação de antigos clientes seus | 77,3 |
| Área de fotos de seu trabalho | 77,3 |
| Visualização de quem é o cliente que o chamou e o histórico de contratações por ele no aplicativo | 68,2 |
| Notificações aos clientes de promoções feitas por você | 68,2 |
| Preço de seus serviços | 63,6 |
| Diferentes formas de pagamento: cartão de crédito, boleto, etc | 63,6 |
| Cupons de descontos aos clientes | 54,5 |
| Opção de parcelamento de pagamento | 45,5 |
| Outros | 4,5 |

Fonte: do Autor (2021).

Dentre as pessoas que sugeriram outras ferramentas, as sugestões foram: haver no aplicativo um *Ranking* de estrelas do cliente, onde só o prestador de serviço tem acesso e/ou um *Ranking* de estrelas do prestador no qual apenas o cliente visualiza.

4.2.1.2. Resultado dos contratantes de serviços

Entre os entrevistados que são possíveis contratantes de serviços, 81,8% afirmaram que já precisaram contratar algum profissional autônomo em Lavras. Dentre eles, 55,6% declararam ter tido dificuldade em escolher ou encontrar o profissional desejado.

Os meios utilizados por estas pessoas para encontrar tais prestadores de serviços foram divididos entre: indicações (64,4%), redes sociais (33,3%) e apenas 2,2% alegaram ter utilizado outros meios como o *Google Maps*. Assim, pode-se observar que os contratantes buscam sempre opiniões de outras pessoas antes de contratar, tendo em vista a confiabilidade transmitida por este meio. Além disso, também nota-se que a internet é uma ferramenta muito utilizada ao se procurar um profissional.

Sobre o aplicativo, todos os prováveis contratantes entrevistados se mostraram aptos a utilizar a aplicação. Dentre os respondentes, 98,2% afirmaram que se sentiriam incentivados a usar o aplicativo se ele apresentasse ferramentas de proteção contra golpes como quando o trabalhador contratado recebe, mas não comparece ou não faz o serviço contratado, enquanto que apenas 1,8% responderam que não.

Dentre as ferramentas que os prováveis contratantes entrevistados acham importantes serem inseridas no aplicativo é possível visualizar a taxa em porcentagem de aceitação de cada ferramenta na Tabela 4.

Tabela 4: Quais ferramentas o aplicativo deve conter – Segundo os contratantes.

| Ferramenta | Aceitabilidade (%) |
|---|---------------------------|
| Proteção contra golpes | 98,2 |
| Área de avaliação de antigos clientes do prestador de serviços | 94,5 |
| Preço médio de cada serviço prestado pelo prestador de serviços | 92,7 |

| | |
|--|------|
| Descrição de trabalhos realizados pelo prestador de serviços | 85,5 |
| Chat para conversar com o prestador de serviço | 85,5 |
| Diferentes formas de pagamento: cartão de crédito, boleto, etc | 83,6 |
| Área de fotos dos trabalhos realizados pelo prestador de serviços | 83,6 |
| Perfil do cliente contendo as contratações já realizadas por você e a avaliação que os trabalhadores deixaram para você como cliente | 65,5 |
| Cupons de descontos aos clientes | 63,6 |
| Notificações de promoções realizadas pelos prestadores de serviços | 58,2 |
| Opção de parcelamento de pagamento | 54,5 |
| Outros | 3,6 |

Fonte: do Autor (2021).

Dentre as pessoas que sugeriram outras ferramentas, as sugestões foram um horário de atendimento do prestador de serviços e *Ranking* de acordo com a popularidade.

4.2.2. *Estudo dos concorrentes*

Para o processo de idealização do negócio, realizou-se uma pesquisa acerca dos atuantes no mesmo ramo de atividade da empresa. Assim, foi possível estabelecer uma base acerca da precificação e qualidade que serão entregues pela *QuickFix Serviços*.

Especificamente para a cidade de Lavras - MG, não há nenhum aplicativo com a mesma função para a população. Porém, no Brasil e no estado de Minas Gerais, há diversas aplicações semelhantes, dentre elas podemos citar: GetNinjas, Triider e Contrata MG.

Analisaram-se, então, aspectos importantes de cada uma dessas empresas concorrentes, com o objetivo de se estudar as formas de rendimento e benefícios que as mesmas oferecem aos seus clientes. Foi feito o *download* de cada um dos aplicativos dos concorrentes para que fosse possível avaliar todos os aspectos de interesse para a *QuickFix Serviços*. Além disso,

foram feitas buscas na internet por cada uma das empresas. Assim, foi possível unir as ideias e também os pontos fortes de cada uma delas na *QuickFix Serviços*. Os itens verificados foram:

1. Estratégia de Precificação destas empresas, para conhecimento dos preços cobrados pelos concorrentes;
2. Localização, para conhecer quais os concorrentes da *QuickFix Serviços* na região de Lavras-MG;
3. Cadastro do usuário, com o intuito de se compreender os trâmites de cadastro dos usuários e definir como a *QuickFix Serviços* abordará a mesma função;
4. Serviços ofertados, afim de se estabelecer quais serviços a empresa em estudo também ofertará.

Estas informações podem ser observadas a seguir para cada uma das empresas.

4.2.2.1. *GetNinjas*

A *GetNinjas* é uma empresa de abrangência nacional, principalmente em metrópoles, sendo baseada em um aplicativo inteiramente gratuito para os contratantes. Já para os prestadores de serviços, eles realizam pagamentos através de moedas do próprio site, assim o aplicativo libera os contatos dos clientes. O preço varia de acordo com o serviço solicitado. Existem 3 pacotes de moedas:

- pacote com 1000 moedas: R\$ 149,90;
- pacote com 2000 moedas: R\$ 299,90;
- pacote com 4000 moedas: R\$ 599,90.

Dessa forma, o prestador de serviços só pode conversar com o cliente após fazer uma troca de suas moedas pelo perfil do cliente. Em 2021, há contatos com pedidos de serviços básicos por 120 moedas. Mesmo após a troca, o contato não é garantido para o prestador de serviços, uma vez que outros autônomos podem trocar suas moedas pelo mesmo contato. Assim, o cliente tem acesso a vários prestadores de serviços dos quais apenas um será escolhido.

Para o contratante de serviços encontrar um prestador, ele deve indicar por meio de um índice o tipo de trabalho que ele precisa, passando primeiro pelo tipo de profissional. Depois, dentre as opções apresentadas pelo aplicativo ao cliente, este informa o tipo de serviço procurado, a urgência do mesmo e quando é a previsão de início do projeto. Assim, o aplicativo pede a localização do cliente, a partir disso ele entrega uma previsão em dias para que alguns

profissionais da região possam entrar em contato. Porém, não há ofertas de servidores na região de Lavras - MG.

Já quando o cliente é um prestador de serviços, é necessário fazer o cadastro com nome, e-mail, número do celular, CEP e CPF. A empresa, então, verifica os documentos e se o cliente tem antecedentes criminais. Depois, quando há um serviço de acordo com o perfil do profissional, o aplicativo informa ao mesmo o tipo do serviço, nome do cliente, distância e localização.

Os serviços ofertados dentro da aplicação são divididos em: Assistência Técnica, Automóveis, Aula, Consultoria, Tecnologia e Design, Eventos, Moda e Beleza, Reformas, Saúde e Serviços Domésticos.

O aplicativo está disponível para *download* para os sistemas operacionais Android e iOS.

4.2.2.2. *Triider*

A *Triider* também é uma empresa que tem a função de conectar contratantes e prestadores de serviços. Esta empresa surgiu na cidade Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Mas está presente nas seguintes cidades: Belo Horizonte-MG, Brasília – DF, Campinas – SP, Canoas – RS, Curitiba – PR, Florianópolis – SC, Fortaleza – CE, Goiânia – GO, Guarulhos – SP, Osasco – SP, Porto Alegre – RS, Recife – PE, Rio de Janeiro – RJ, Salvador – BA, Santo André – SP, São Bernardo do Campo – SP, São Paulo – SP.

Ela não realiza cobranças aos contratantes de serviços. Porém, para o prestador de serviços, a plataforma há uma taxa de 16% por cada serviço fechado dentro da aplicação.

O prestador de serviços, se cadastra no aplicativo (Android, iOS) especificando sua área de atuação e insere seus dados, fotografa documentos solicitados pelo *app*. Assim, a plataforma avalia os documentos e também os antecedentes criminais do servidor.

Já para o contratante, ele deve preencher um formulário com o pedido de serviço a ser realizado. Dessa forma, o algoritmo entrega o pedido a seis profissionais levando em consideração a localização, avaliação profissional e se contratante e prestador já tiveram trabalhos fechados anteriormente. Assim, os profissionais lançam seus orçamentos e cabe ao cliente escolher avaliando quais deles tem melhor orçamento, melhores avaliações, etc.

Os serviços que a plataforma dispõe aos usuários estão distribuídos dentro dos seguintes setores: Hidráulico, Elétrico, Ar-condicionado, Pequenos Reparos, Instalações, Decoração, Limpeza, Serviços de Piso, Montagem de Móveis e Fretes.

O aplicativo está disponível para *download* para sistemas operacionais Android e iOS.

4.2.2.3. Contrata MG

Primeiramente é importante ressaltar que este aplicativo pertence ao governo de Minas Gerais e não tem fins lucrativos. A empresa é estadual, mas a maioria de seus usuários estão presentes em Belo Horizonte–MG, portanto não foram encontrados profissionais na região de Lavras-MG.

Para encontrar um prestador de serviços pelo aplicativo *Contrata MG*, o contratante de serviços, por meio de um índice, seleciona qual o tipo de serviço que ele está interessado. Então, a partir da localização do usuário, o aplicativo apresenta quais os profissionais capacitados para tal serviço na região selecionada. Assim, o cliente consegue acessar o perfil do profissional, ler a descrição de seus serviços, o horário de atendimento, a localização e as avaliações do mesmo. Dessa forma, o contratante pode solicitar o orçamento de um ou mais autônomos.

Já para o prestador de serviços, assim que é feito o cadastro, há a opção de selecionar a área de atuação do mesmo a partir de uma lista de opções. Depois, o prestador de serviços estabelece o horário de atendimento e seu tempo de experiência no ramo. Feito isso, o prestador de serviços fornece seu endereço podendo deixá-lo como público, caso o mesmo preste serviço no endereço informado, ou privado, esta informação é usada pelo aplicativo apenas para calcular a distância até o cliente. Por fim, o autônomo deve enviar fotos de alguns documentos para validar seu cadastro, tal validação ocorre após a avaliação dos documentos pela equipe da empresa.

Os serviços que a plataforma dispõe aos usuários estão distribuídos dentro dos seguintes setores: Assistência e Tecnologia, Aulas Particulares, Automóveis, Beleza e Moda, Casa e Serviços Gerais, Construção e Reformas, Festas e Eventos, Profissionais Liberais e Serviços Domésticos.

Há dois aplicativos *Contrata MG*, um para prestadores e outro para contratantes de serviços. Ambos estão disponíveis para *download* na *Play Store* e *Apple Store*.

4.2.3. Estudo dos fornecedores

Para um modelo de empresa de acordo com o apresentado da *QuickFix Serviços*, os fornecedores são as próprias lojas de aplicativos disponíveis no mercado: *Play Store* e *Apple Store*. Sendo estas as lojas mais utilizadas atualmente.

Os aplicativos de celulares inteligentes podem estar previamente instalados como configuração de fábrica padrão ou o usuário pode escolher, a partir das lojas de aplicativos, quais *apps* ter em seu *smartphone* tendo em vista suas necessidades.

Os maiores desenvolvedores de sistemas operacionais para telefones inteligentes até o momento são Google e Apple, que utilizam, respectivamente, sistemas operacionais *Android* e *iOS* (DEITEL, DEITEL e DEITEL, 2015). Ambos garantem que todos os dados são salvos na nuvem para, caso seja necessário trocar de aparelho, os mesmos aplicativos possam ser recuperados com os mesmos dados de operação (CORNACCHIONE JR., 2012).

Para a publicação de um aplicativo nas lojas Google e Apple é cobrado uma taxa. Na loja Google, *Play Store*, é cobrado uma taxa única de \$25,00 (vinte e cinco dólares). Já na loja Apple, *Apple Store*, é cobrado um valor anual de \$99,00 (noventa e nove dólares).

4.3. Plano de Marketing

A seguir estão apresentadas as estratégias de *marketing* a serem desenvolvidas pela empresa *QuickFix Serviços*. Este plano tem o intuito de criar valor para o consumidor.

4.3.1. Canvas

Seguindo os blocos construtivos do modelo de negócios estabelecidos por Osterwalder e Pigneur (2010), foi determinado o perfil da empresa a partir de cada bloco como pode ser observado a seguir:

- **Segmentos de Clientes:** moradores da cidade de Lavras que necessitam contratar um serviço local ou até mesmo divulgar o seu trabalho;
- **Proposta de Valor:** agilidade, acessibilidade, praticidade e segurança ao se procurar um profissional ou ao se anunciar um serviço;
- **Canais:** serão utilizados apenas canais diretos pela empresa em estudo. Com o intuito de se aumentar a conscientização sobre os produtos e serviços da empresa serão utilizados meios de comunicação, principalmente redes sociais, para atingir o cliente alvo. Nas lojas de aplicativos o cliente terá acesso a avaliações da empresa realizadas por usuário do

aplicativo, assim os clientes estarão aptos a analisar o serviço prestado pela empresa. Cupons de descontos auxiliarão na chamada pelos clientes para testar o aplicativo disponível na *Apple Store* e na *Play Store* (Google). Como pós venda, o cliente terá acesso a um suporte, central de atendimento, dentro da aplicação;

- **Relacionamentos com o cliente:** central de atendimento *online* disponibilizada dentro da plataforma da qual o cliente poderá conversar diretamente com a administração da empresa, entregando assim uma assistência personalizada;
- **Fontes de renda:** clientes com perfil “Contratantes” não serão cobrados diretamente pela empresa. Já clientes com o perfil “Prestadores de Serviços” pagarão uma taxa de 8% referente ao valor final do seu serviço. Segundo Osterwalder e Pigneur (2010), este tipo de fonte de renda é chamada de Taxas de corretagem. Também será utilizado como fonte de renda a publicidade, tendo em vista que o prestador de serviços pode pagar um valor fixo para que o aplicativo entregue para todos os clientes da empresa notificações de promoção realizada pelo trabalhador;
- **Recursos-chave:** o recurso chave da *QuickFix Serviços* é a plataforma/*networking*;
- **Atividades-chave:** as principais atividades da categoria em que a empresa em estudo está inserida estão relacionadas ao gerenciamento de plataforma, intermediação entre clientes e promoção de plataforma;
- **Parcerias-chave:** lojas da *Apple* e *Google*, uma vez tais lojas dão acesso a uma gama de clientes;
- **Estrutura de Custos:** a *QuickFix Serviços* é uma empresa orientada aos custos, uma vez que a mesma visa criar e manter a estrutura de custos mais enxuta possível, investindo em terceirizações e automação. Seus custos estão caracterizados como custos fixos.

Figura 3: Quadro do Canvas da empresa *QuickFix Serviços*

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| <p>Parcerias chave </p> <p>Lojas da <i>Apple</i> e <i>Google</i></p> | <p>Atividades chave </p> <p>Gerenciamento da plataforma, intermediação entre clientes</p> | <p>Proposta de valor </p> <p>Agilidade, acessibilidade, praticidade e segurança ao se procurar um profissional ou ao se anunciar um serviço</p> | <p>Relacionamento com o Cliente </p> <p>Central de atendimento online</p> | <p>Segmentos de clientes </p> <p>Moradores da cidade de Lavras</p> |
| | <p>Recursos chave </p> <p>Plataforma e/ou networking</p> | | <p>Canais de vendas </p> <p>Canais diretos</p> | |
| <p>Fontes de recursos </p> <p>Empresa orientada aos custos</p> | | <p>Fontes de Receitas </p> <p>Clientes do tipo “Prestadores de Serviços” pagarão uma taxa referente ao valor final do seu serviço + taxas por notificação no aplicativo</p> | | |

Fonte: Do Autor (2021).

4.3.2. Descrição dos principais produtos e serviços

O aplicativo será disponibilizado para os dois sistemas operacionais mais usados no mercado, sendo eles *Android* e *iOS*. O aplicativo será dividido em duas abas principais, a aba de prestadores de serviços e a aba de contratantes. Um único usuário pode ter acesso às duas abas caso se cadastre como autônomo e como contratante.

Na aba contratante haverá um índice contendo os serviços oferecidos, os quais estarão divididos nas seguintes categorias: Assistência e Tecnologia, Aulas Particulares, Automóveis, Beleza e Moda, Casa e Serviços Gerais, Construção e Reformas, Festas e Eventos, Profissionais Liberais e Serviços Domésticos. Assim, em cada divisão estará disponível uma gama de opções que vão se diversificar de acordo com os profissionais já cadastrados no aplicativo.

Ao primeiro acesso do usuário, sendo ele contratante ou prestador de serviços, ele deverá concordar com as normas políticas e de privacidade da empresa. Algumas das normas já estabelecidas serão a proibição de se migrar a negociação para outra rede social e também de se mudar preços de serviços fora da aplicação. Um exemplo para este último caso seria o prestador cobrar um preço menor ao cliente que o procura fora do aplicativo. Para evitar tais casos, o aplicativo terá reconhecimento de texto para acompanhar toda a negociação de ambas as partes.

O prestador de serviços terá um perfil contendo as avaliações de seus antigos clientes, fotos de seus trabalhos que podem também ser *prints* de testemunhos de seu serviço. Ainda, terá um espaço para descrição de sua experiência, tipos de serviços prestados e, opcionalmente, estabelecimento de preço mínimo de seus serviços. O prestador de serviços também terá a visualização do perfil dos clientes, que também contará com avaliações. Neste caso, elas serão feitas por trabalhadores contratados por aquela pessoa.

A partir das avaliações recebidas pelos usuários, será gerada uma nota que irá de 0 a 5 estrelas. Assim, todos os clientes do aplicativo terão notas, seja com base em seus serviços prestados ou com base em sua postura como contratante.

No perfil do prestador de serviços também haverá a opção de horário de atendimento, podendo selecionar o horário para cada dia da semana. Este também poderá lançar promoções de seus trabalhos, as quais serão anunciadas a todos os contratantes em forma de notificação. Porém, a cada lançamento de promoção será cobrada uma taxa fixa por prestador de serviços.

Todo o processo de pagamento será realizado dentro da aplicação, assim não haverá perigo de golpes, uma vez que o contratante pagará pelo serviço antes de seu início e o trabalhador só receberá após a finalização deste. Para haver uma certificação de que o serviço foi entregue, tanto o trabalhador quanto o contratante deverão notificar o aplicativo de que o serviço foi realizado. Caso algum dos lados não concorde com a resposta, o caso será levado à central de atendimento ao cliente.

O profissional também poderá optar em participar ou não de cupons de descontos que serão anunciados pelo aplicativo. Portanto, o desconto lançado será descontado no valor final a ser entregue pelo aplicativo ao trabalhador. Também haverá cupons dos quais o desembolso partirá apenas da empresa, com o único intuito de se atrair mais clientes.

Ressalta-se que todos os perfis de clientes deverão passar por avaliação de documentos após o cadastro dos mesmos no aplicativo. Também serão avaliados antecedentes criminais dos usuários a fim de tornar o aplicativo o mais seguro possível.

Para a formulação da identidade visual da *QuickFix Serviços*, criou-se a logomarca da empresa. Para isso, foi levado em consideração elementos que possam ajudar os clientes a identificarem o ramo e até mesmo a atuação da mesma no mercado. Na Figura 3 é apresentado a logomarca elaborada para a empresa em estudo.

Figura 4: Logomarca da Empresa *QuickFix Serviços*.



Fonte: Do Autor (2021).

A primeira parte do nome da empresa “*Quick Fix*”, de uma tradução rápida do inglês para o português, seria: “Conserto Rápido”. Mas a palavra *Fix* em si pode significar “preparar” ou “combinar”. Palavra esta que foi escolhida estrategicamente, pois no aplicativo o prestador de serviço e contratante deve combinar o serviço antes. Além disso, tal trabalho pode demandar um certo preparo, como o de uma cozinheira ou um profissional da beleza, ou então demandar um conserto, como o de um encanador, mecânico, engenheiro.

Foi acrescentado uma mão para trazer o intuito de que todas aquelas ferramentas estão ao alcance do cliente. Acima deste símbolo tem-se: uma engrenagem, uma pessoa e um sinal de rede Wi-Fi. A engrenagem remete a serviços, a pessoa ao profissional e o Wi-Fi ao aplicativo, a vantagem de ter tudo por meio da *internet*. Optou-se, também, por se substituir a letra Q da palavra “*Quick*” pelo símbolo Wi-Fi. Por fim o escrito “Serviços” que deixa claro que se trata de uma empresa de serviços gerais.

De acordo com Oliveira (2015), em torno de 84% dos consumidores acreditam que a cor é muito importante no momento de escolher um produto. Portanto, a paleta de cores da logo foi escolhida com base na psicologia das cores, onde o vermelho representa rapidez e agilidade, já o cinza traz um tom de seriedade e por fim o preto que dá a ideia de formalidade e sofisticação.

4.3.3. Preço

Quando o usuário estiver utilizando o aplicativo como “cliente”, não haverá nenhuma cobrança direta a ele. Assim, o contratante pode fechar um serviço com um trabalhador sem pagar nada à empresa.

Já o prestador de serviços pagará ao lançar uma promoção, taxa fixa de R\$ 50,00, ou ao fechar um negócio. Neste último caso será cobrada uma taxa de 8% no serviço ofertado. Para isso, a *QuickFix Serviços* pretende usar como formas de pagamentos cartões de crédito e de débito, além disso, as taxas a serem recebidas serão cobradas apenas a vista.

É válido ressaltar que o meio de pagamento realizado pelo contratante pode ser a vista ou parcelado. Para valores maiores ou iguais a R\$ 400,00, o usuário pode parcelar em até duas vezes e para pagamentos acima de R\$ 600 pode-se parcelar em até três vezes. Todas as taxas relacionadas ao pagamento com o cartão de crédito serão repassadas de maneira automática ao contratante de serviços.

4.3.4. Estratégias Promocionais

Para a promoção do aplicativo, serão utilizadas redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, com ênfase nas duas primeiras. Uma vez que prestadores de serviços em sua maioria estão presente em grupos no *Facebook*, já que é o meio mais utilizado por eles para promover seus negócios, segundo a pesquisa de mercado realizada. Em complemento, o *Instagram* é uma das redes sociais mais usadas na atualidade. Dessa maneira, será criado um perfil em cada rede social e todos eles contarão com a técnica de funil de vendas.

O topo do funil será feito com ajuda de *memes* e frases de impacto acerca das situações que tanto os prestadores de serviços quanto os contratantes passam. Tais publicações serão impulsionadas pelas ferramentas disponibilizadas pelo *Facebook* e *Instagram* a fim de se atingir o público alvo ideal. O meio do funil será feito com informações mais profundas da empresa, com o intuito de educar o público alvo, assim os clientes criarão um relacionamento com a instituição. Por fim, como fundo de funil, os perfis trarão publicações com *feedback* de nossos usuários, cupons do dia e chamadas para que nossos seguidores usem o aplicativo.

A ferramenta *stories* disponível nestas redes sociais também será muito utilizada, uma vez que possibilita aprofunda o relacionamento da empresa com a audiência. Afinal, é possível mostrar o cotidiano da empresa, utilizando da técnica de *storytelling*, além de gerar *quizzes* e perguntas para os seguidores interagirem. Desta forma, é possível fazer com que os seguidores virem telespectadores fiéis a empresa.

Já no *WhatsApp* a empresa usufruirá de suas listas de transmissões para divulgar todo o trabalho realizado por ela e convidar as pessoas a testarem o aplicativo.

Também serão entregues cartazes nas principais ruas e avenidas da cidade para atrair clientes. Em tais cartazes haverá um código *QR-code* para *download* do aplicativo. Além disso, a empresa será divulgada nas rádios da cidade, onde o locutor informará cupons de desconto do dia para o aplicativo.

4.3.5. Localização do negócio

A empresa não apresentará endereço físico, apenas o endereço residencial da empreendedora para a realização da abertura da empresa. Já a área de atuação se dará na cidade de Lavras, localizada no sul do estado de Minas Gerais.

4.4. Plano Operacional

4.4.1. Capacidade produtiva ou comercial ou serviços

Sendo a capacidade produtiva a capacidade máxima de produtos dos serviços a serem produzidos ou ofertados por uma empresa, é observado que para a empresa de estudo a capacidade será definida pelo limite de acessos que o aplicativo suportará. Para início das operações, foi escolhido um servidor que comporte até 50 mil instalações, 5 mil usuários ativos diários.

4.4.2. Processos operacionais

A seguir há um exemplo de como um contratante de serviços faria para contratar um trabalhador:

“Um usuário contratante está precisando de faxineira, então ele se cadastra no aplicativo e segue os seguintes passos: Serviços Domésticos -> Faxineira. Assim, ele terá acesso a todos profissionais do setor e visualizará a quantidade de estrelas que tais profissionais detêm até o momento. Para visualizar mais sobre o trabalhador, o usuário pode entrar no perfil do mesmo e acessar fotos e avaliações do prestador de serviços. Haverá também uma aba que estará disponível o preço mínimo de serviços daquele trabalhador. Tendo avaliado todos os tópicos, ele pode chamar o trabalhador no *chat* para negociar valores e marcar um horário para o serviço ser realizado.”

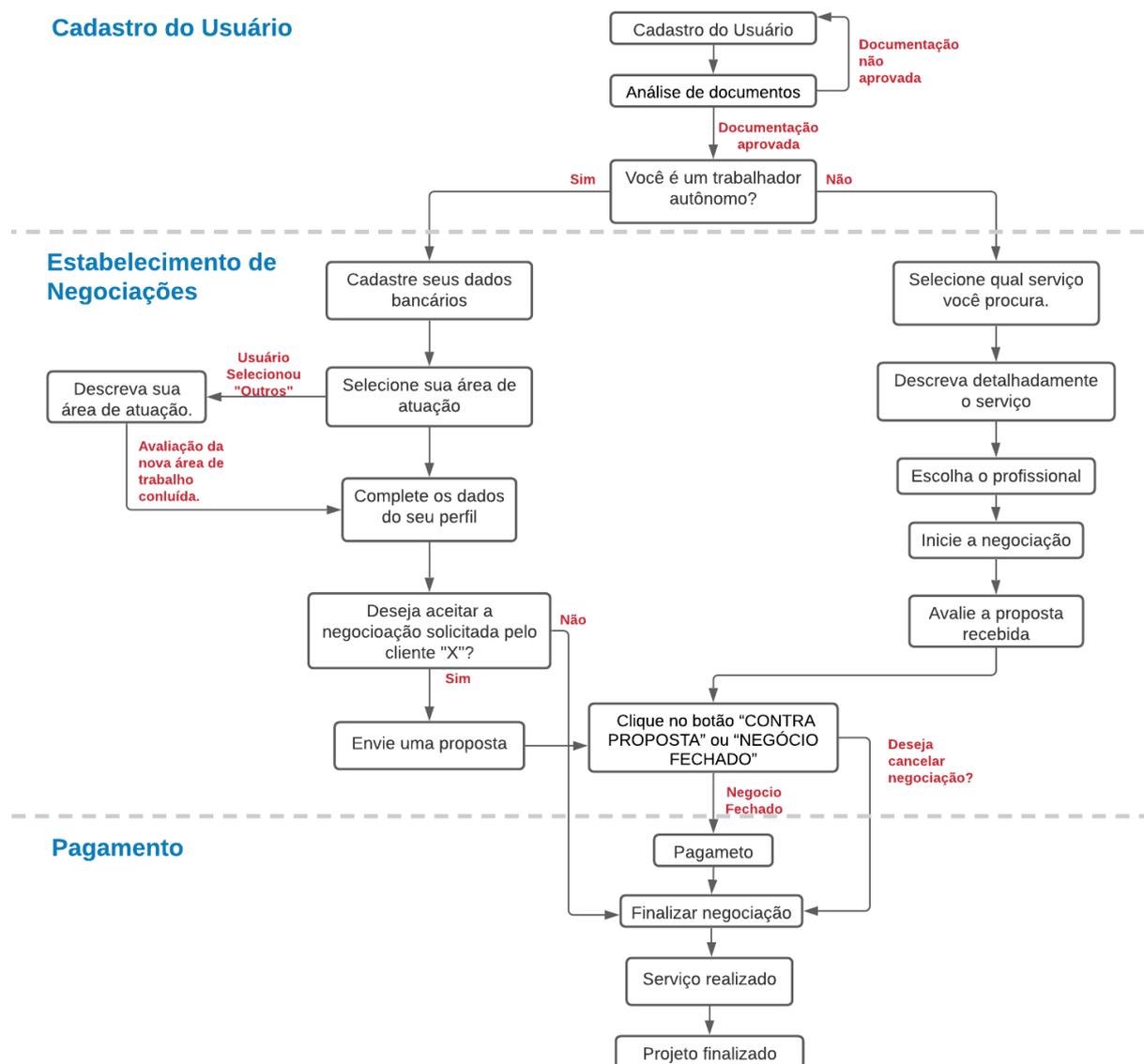
Assim, o trabalhador poderá enviar um preço no *chat* através de uma botão “LANÇAR PREÇO”. Então, o contratante poderá acionar o botão “CONTRA PROPOSTA” ou “NEGÓCIO FECHADO”. Se ele escolher a primeira opção, ele deverá estipular um novo valor a ser avaliado pelo prestador de serviço, podendo este fechar o negócio ou enviar um novo preço. Ao finalizar a negociação, o contratante é direcionado para a área de pagamento na qual poderá optar por pagamento à vista, sem juros, ou pagamento a prazo, com juros. É importante salientar que a forma de pagamento, a vista ou parcelado, dependerá do valor a ser pago pelo serviço.

Na seção prestador de serviço, o usuário ao se cadastrar no aplicativo receberá um índice com as mesmas categorias que o contratante tem acesso. Se caso o serviço que ele presta não esteja disponível, ele poderá acrescentar na opção “Outros”. Nesta seção, o trabalhador poderá descrever seu tipo de serviço prestado e como ele nomeia tal trabalho. Assim, será enviado a empresa o novo tipo de serviço a ser acrescentado no aplicativo. Então, caberá a *QuickFix*

Serviços a definição do melhor título a ser colocado no serviço de acordo com as informações disponibilizadas pelo trabalhador.

Na Figura 4, é possível observar quais os processos que os usuários, tanto os contratantes quanto os prestadores de serviços, terão que realizar para conseguirem fechar um negócio.

Figura 5: Processos operacionais.



Fonte: Do Autor (2021).

4.4.3. *Necessidade pessoal*

Visando reduzir o quanto possível os custos iniciais com mão-de-obra, a empreendedora se responsabilizará pela maioria das funções da empresa, conforme apresentado na Tabela 5.

Tabela 5: Atribuição de Funções x Responsável.

| Funções | Responsável |
|------------------------------------|----------------------------|
| Administrativo/Financeiro | Rafaela Remedio |
| Suporte e manutenção do aplicativo | Serviço a ser Terceirizado |
| Jurídicas e Contábeis | Serviço a ser Terceirizado |
| Gerenciamento dos Processos | Rafaela Remedio |
| <i>Marketing</i> | Rafaela Remedio |

Fonte: Do Autor (2021).

Sabe-se que, idealmente, não deveria ser concentrado tantas funções em apenas uma pessoa. No entanto, optou-se por não investir em mão de obra até o produto ser consolidado. Desta forma, a empresa contará com a terceirização dos serviços que não estão ao alcance do conhecimento da empreendedora.

4.5. **Plano financeiro**

Com o intuito de se determinar o total de recursos a serem investidos para o funcionamento da empresa, o plano financeiro aborda tanto investimentos fixos, quanto capital de giro e investimentos pré-operacionais. Assim, o empreendedor terá uma visão geral da viabilidade financeira da empresa a ser aberta.

É válido ressaltar que não foi levado em consideração a capacidade produtiva total da empresa, ou seja, número de acessos que o aplicativo suporta. Uma vez que, que a capacidade da aplicação apresenta um alto valor e a empreendedora não espera que a princípio atinja este número de usuários. Então, os cálculos realizados neste plano financeiro foram conservadores.

4.5.1. *Estimativa dos investimentos fixos*

Segundo Rosa (2013), definem-se como investimentos fixos, os bens que a instituição deve deter para que a mesma consiga funcionar. Assim, para o pleno funcionamento da empresa *QuickFix Serviços*, será necessário o desenvolvimento do aplicativo para conectar prestadores de serviços e contratantes mais um notebook e *smartphone* para auxiliar nos trabalhos administrativos.

Então, foi realizado o orçamento para a elaboração da aplicação com um profissional da área de TI da cidade de Lavras. O orçamento recebido foi no valor de R\$ 3.000,00, o que corresponde ao honorário do programador para o desenvolvimento da aplicação.

Já o notebook foi orçado em R\$ 2.500,00. Esta máquina será essencial para o controle administrativo e suporte da empresa.

O *smartphone* a ser comprado pela empresa foi avaliado em R\$ 1.500,00. Ele, além de auxiliar nos trabalhos administrativos da empresa, também será de essencial para testes do aplicativo e monitoramento do mesmo.

Totalizando assim um investimento fixo de R\$ 7.000,00.

4.5.2. Custo fixo mensal

O custo fixo mensal de uma empresa é o valor fixo que ela deve desembolsar por mês para que ela consiga se manter em operação. Assim, os custos fixos considerados para a *QuickFix Serviços* são:

- Custos relacionados ao Plano de Marketing: a empresa reservará um valor fixo mensal para o uso do setor de *Marketing*, tendo em vista que ele será a principal ferramenta para trazer novos clientes. Tal valor será dividido em impulsionamentos de publicações nas redes sociais, cupons de descontos disponibilizados pela empresa, panfletagem e divulgação nas 5 rádios FM da cidade de Lavras;
- Pró-Labore: remuneração dos empreendedores. A empresa em estudo conta com apenas um empreendedor do qual pretende receber um salário mínimo;
- Custos Relacionados ao Contador: o contador ficará responsável pelo registro do total das receitas da *QuickFix Serviços*;
- Custos Relacionados ao Servidor: o servidor a ser utilizado será o *Firebase*, neste caso será selecionado inicialmente um pacote para 50 mil instalações, 5 mil usuários ativos diários;

- Custos relacionados a manutenção do aplicativo: segundo o programador, é cobrado um valor fixo mensal para eventuais reparos na aplicação;
- Custos Relacionados ao MEI: para a empresa se manter no MEI, é necessário que a mesma realize pagamentos mensais ao governo como forma de imposto;
- Custos Relacionados ao fornecedor *Apple Store*: os custos cobrados por esta empresa são de US\$99,00/ano = R\$ 555,40/ano = R\$ 46,30/mês. Para esta conversão, considerou-se o valor do Dólar em relação ao Real que até então apresentava um valor de R\$ 5,61;
- Custos Relacionados a Depreciação: depreciação de equipamentos, que no caso da *QuickFix Serviços*, a única máquina a ser considerada é o Notebook.

Na Tabela 6 é possível visualizar os valores individuais de cada custo citado e também o custo fixo mensal que a empresa terá em operação.

Tabela 6: Custo Fixo Mensal da empresa *QuickFix Serviços*.

| Custo Fixo Mensal | Valor (R\$/mês) |
|--|------------------------|
| <i>Marketing</i> | 1.000,00 |
| Pró-Labore | 1.100,00 |
| Contador (funções Jurídicas e Contábeis) | 300,00 |
| Servidor do Aplicativo | 135,00 |
| Manutenção da Aplicação | 70,00 |
| MEI | 60,00 |
| Fornecedores | 46,30 |
| Depreciação | 66,66 |
| Total mensal | 2777,96 |

Fonte: Do Autor (2021).

É válido ressaltar que, com base no modelo de empresa estudado, a *QuickFix Serviços* não apresenta custos de mão de obra, uma vez que não há funcionários e os custos de materiais e mercadorias vendidas são de responsabilidade prestadores de serviços.

4.5.3. Capital de giro

Capital de giro é o valor necessário para a empresa funcionar no decorrer dos dias. Ele é a diferença entre o dinheiro gasto e o disponível. Para o modelo de empresa em questão não há a necessidade de se introduzir os cálculos de estoque inicial, já que a mesma não trabalha com produtos ou serviços que necessitem de estoque.

4.5.3.1. Caixa mínimo

Segundo Rosa (2013), para a definição do caixa mínimo é necessário antes definir prazos médios de vendas, compras e estocagem. De acordo com a definição da empresa estudada, o caixa mínimo da mesma se dá pelo prazo médio de vendas.

Na Tabela 7 é possível analisar os valores referentes a necessidade líquida de capital. De acordo com Rosa (2013), a necessidade líquida de capital equivale ao prazo médio de financiamento a clientes, ou seja, o prazo para que estes efetuem o pagamento do produto ou serviço que compraram. A primeira coluna contém os prazos médios de vendas que serão oferecidas pela empresa *QuickFix Serviços* a seus clientes. A segunda coluna representa a porcentagem de pagamentos de clientes esperados pela empresa para aquele prazo. A terceira é o número de dias para que a empresa receba o pagamento. Por fim, a quarta coluna é a média ponderada calculada através da segunda e da terceira coluna. Esta última equivale ao prazo médio total em dias de recebimento de pagamentos da empresa.

Tabela 7: Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias.

| Prazo médio de vendas | (%) | Número de dias | Média ponderada (dias) |
|------------------------------|------------|----------------------------------|-------------------------------|
| A vista | 35 | 0 | 0,00 |
| A prazo (1) | 45 | 30 | 13,50 |
| A prazo (2) | 4 | 60 | 2,40 |
| A prazo (3) | 1 | 90 | 0,90 |
| | | Prazo médio total em dias | 16,80 |

Fonte: Do Autor (2021).

Em seguida, é necessário somar o valor obtido ao cálculo do prazo médio de compras de fornecedores. Neste caso seria de valor zero, já que os fornecedores da *QuickFix Serviços* são as lojas de aplicativos para *iOS* e *Android*, os quais recebem à vista. Assim, a necessidade líquida de Capital de Giro é equivalente a aproximadamente 17 dias.

Então, é necessário realizar o cálculo do custo diário da empresa; para isso, somou-se o custo fixo mensal ao custo variável da empresa e dividiu-se por 30. Obtendo-se um valor de R\$ 92,60. Uma vez que, o custo variável da *QuickFix Serviços* é nulo, já que ela não apresenta despesas que variem, aumentem ou diminuam, de acordo com o volume produzido ou vendido.

Por fim, para se obter o caixa mínimo é necessário multiplicar o custo diário da empresa pela Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias, dado obtido na Tabela 8.

Tabela 8: Caixa Mínimo da empresa *QuickFix Serviços*.

| | |
|-------------------------|---------------------|
| Custo fixo mensal | R\$ 2.777,96 |
| Custo variável | R\$ 0,00 |
| Custo diário da empresa | R\$ 92,60 |
| Caixa Mínimo | R\$ 1.574,20 |

Fonte: Do Autor (2021).

4.5.4. Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais são os gastos que a empresa terá antes de sua abertura. Aqui, está inclusa a taxa única cobrada pela *Play Store* de US\$25,00, ou seja, R\$ 140,25. Para esta conversão, considerou-se o valor do Dólar em relação ao Real que até então apresentava um valor de R\$ 5,61.

4.5.5. Investimento Total

Para obter o investimento total, deve-se realizar a soma do Capital de Giro com a Estimativa de Investimentos Fixos e a Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais. Na Tabela 9 é possível visualizar todos os valores relacionados ao investimento total.

Tabela 9: Investimento Total da empresa *QuickFix Serviços*.

| | |
|--|---------------------|
| Caixa mínimo | R\$ 1.574,17 |
| Estimativa de Investimentos Fixos | R\$ 7.000,00 |
| Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais | R\$ 140,25 |
| Investimento Total | R\$ 8.714,42 |

Fonte: Do Autor (2021).

4.5.6. Estimativa de faturamento mensal

A *QuickFix Serviços* é uma empresa que não vende produtos ou serviços diretamente, apenas faz o intermédio entre servidores e contratantes. Deste modo, seu faturamento se dá em função da porcentagem cobrada ao preço final de um serviço prestado por um usuário, o qual pode variar significativamente.

Portanto, selecionaram-se alguns serviços com preços fixos que serão prestados por nossos usuários, dos quais não é necessário orçamento. Tal escolha se deu para facilitar os cálculos. Os serviços selecionados para a estimativa de faturamento da *QuickFix Serviços* podem ser visualizados na primeira coluna da Tabela 10, esta coluna também conta com “Notificação de cupom de desconto” que terá seu valor integralmente destinado a empresa. A segunda coluna apresenta o valor médio destes serviços na cidade de Lavras ou no caso da “Notificação de cupom de desconto”, o valor por notificação. Dado isto, a terceira coluna apresenta a quantidade de vezes que o serviço será contratado por mês. Por fim, há o faturamento da empresa que varia de acordo com o valor de cada serviço.

Tabela 10: Contas a Receber – prazo médio de vendas.

| Serviço oferecido | Valor médio (R\$) | Quantidade de contratantes do serviço/mês | Faturamento da empresa por serviço (R\$/mês) |
|----------------------------------|--------------------------|--|---|
| Faxineira | 150,00 | 25 | 300,00 |
| Médico Veterinário | 150,00 | 15 | 180,00 |
| Confeiteira | 70,00 | 25 | 140 |
| Maquiador | 60,00 | 50 | 240,00 |
| Professor particular | 50,00 | 20 | 80,00 |
| Notificação de cupom de desconto | 50,00 | 40 | 2.000,00 |
| Cabelereiro | 40,00 | 80 | 256,00 |
| Barbeiro | 40,00 | 80 | 256,00 |
| Designer de sobancelha | 18,00 | 125 | 180,00 |
| Manicure | 18,00 | 125 | 180,00 |
| | | Faturamento total | 3.812,00 |

Fonte: Do Autor (2021).

4.5.7. Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

QuickFix Serviços será usufruído apenas de custo de terceirizações. Neste caso, a terceirização a ser feita, como citado anteriormente em outros tópicos, são de desenvolvimento do aplicativo, manutenção da aplicação e funções Jurídicas e Contábeis. Totalizando um valor de R\$ 3.370,00.

4.5.8. Estimativa dos custos de comercialização

Segundo Rosa (2013), os custos de comercialização incluem impostos diretamente sobre as vendas, custos com materiais ou mercadorias vendidas, sendo então classificados como custos variáveis.

No caso da *QuickFix Serviços*, os custos de comercialização estão inseridos nos custos fixos uma vez que são os custos cobrados pelos fornecedores, *Play Store* e *Apple Store*, sendo na primeira cobrada uma taxa única e, na segunda, cobrado um valor anual. Além disso, para uma empresa MEI, o valor do imposto é fixo, indiferente do valor de vendas.

Já sobre os custos referentes às plataformas de pagamentos usadas para auxiliar nas cobranças *online*, todos os custos estes serão repassados diretamente ao contratante ainda no momento da negociação. Tais taxas serão embutidas automaticamente nos valores de orçamentos recebidos por esses usuários.

Vale ressaltar que, para se escolher uma plataforma de pagamento para empresa em estudo, levou-se em consideração aspectos como pagamentos via cartão de crédito e também sistemas antifraudes, com o objetivo de se tornar a aplicação mais segura. Assim, escolheu-se a plataforma da *Paypal*, uma vez que ela permite aceita pagamentos com cartão com das mais variadas bandeiras de cartão de crédito e também por ser uma empresa consolidada com um dos melhores sistemas antifraudes do mercado.

Portanto, para esta companhia é considerado como nula a estimativa dos custos de comercialização.

4.5.9. Estimativa do custo com depreciação

A depreciação é calculada a partir da perda de valor de máquinas ou equipamentos pertencentes aos investimentos fixos de uma empresa. Para a *QuickFix Serviços*, dentro dos investimentos fixos temos o notebook e um *smartphone* que têm um tempo de vida útil de 5 anos, tendo em vista a possibilidade dos mesmos se tornarem ultrapassados ao longo dos anos. Assim, a depreciação anual destes itens, somados, será de R\$ 800,00. Portanto, essa máquina apresenta uma depreciação mensal de R\$ 66,66 ao mês.

4.5.10. Demonstrativo de resultados

Segundo o modelo disponibilizado por Rosa (2013) no Plano de Negócios do SEBRAE, a maneira de se verificar se a empresa operará com lucro ou prejuízo se dá com base na Tabela 11.

Tabela 11: Verificação de Lucro ou Prejuízo da empresa.

| Nº | Descrição | (R\$) |
|------------------------------|--|-----------------|
| 1 | Estimativa do faturamento mensal (Receita Total) | 3.812,00 |
| 2 | Custos Variáveis Totais | 0,00 |
| 3 | Margem de contribuição (1-2) | 3.812,00 |
| 4 | Estimativa dos custos fixos operacionais mensais (Custo Fixo Total) | 2.777,96 |
| Resultado Operacional | | |
| Lucro/Prejuízo (3-4) | | 1.034,04 |

Fonte: Do Autor (2021).

Então, conforme demonstrado na tabela, a empresa operará em lucro.

4.5.10.1. *Indicadores de viabilidade*

Os indicadores de viabilidade de uma empresa são instrumentos que servem como base para tomada de decisão de seus sócios. Os indicadores analisados neste estudo são:

- Ponto de Equilíbrio: representa o valor que a empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos;
- Lucratividade: usada para se medir o lucro líquido de uma empresa;
- Rentabilidade: capaz de medir o retorno do capital investido pelos empreendedores;
- Prazo de Retorno do investimento: informa o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu;

Os valores de cada indicadores estão dispostos na Tabela 12.

Tabela 12: Indicadores de Viabilidade da empresa *QuickFix Serviços*.

| | |
|----------------------------------|------------------|
| Ponto de Equilíbrio | 2.777,96 |
| Lucratividade | 27,12% ao mês |
| Rentabilidade | 11,86% ao mês |
| Prazo de retorno do investimento | 8 meses e 7 dias |

Fonte: Autor (2021).

Contudo, é possível observar que a empresa *QuickFix Serviços* apresenta custos iniciais e fixos baixos e custos variáveis nulos. Além de uma margem de lucro fixa. Assim, ela demonstra uma necessidade baixa de receita mínima para cobrir custos, não permitindo que a mesma entre em grandes prejuízos.

4.6. Construção de Cenários

Esta é uma importante ferramenta para se potencializar situações favoráveis ou prevenir-se de adversidades. Assim, para caracterizar cada cenário, pessimista, realista e otimista, foram estipuladas um Diferentes Estimativas de Faturamento para cada um deles.

Tabela 13: Diferentes Estimativas de Faturamento de cada cenário.

| Nº | Descrição | Cenário Provável (R\$) | Cenário Pessimista (R\$) | Cenário Otimista (R\$) |
|----|--|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| 1 | Estimativa do faturamento mensal (Receita Total) | 4.500,00 | 1.000,00 | 6.000,00 |
| 2 | Custos Variáveis Totais | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 3 | Margem de contribuição (1-2) | 4.500,00 | 1.000,00 | 6.000,00 |
| 4 | Estimativa dos custos fixos operacionais mensais (Custo Fixo Total) | 2.777,96 | 2.777,96 | 3.777,96 |
| | Resultado Operacional | | | |
| | Lucro/Prejuízo (3-4) | 1.722,04 | - 1.777,96 | 2.222,04 |

Fonte: Do Autor (2021).

Cenário Otimista: No cenário otimista é demonstrado o faturamento quase atingindo o máximo estipulado pelo MEI. Se este cenário acontecer, a empresa tentará expandir seu negócio a cidades vizinhas a Lavras, com o intuito de se conquistar mercado na região. Desta forma, ela dobrará seu investimento no *marketing*. Além disso, ela expandirá também o número de serviços oferecidos dentro do aplicativo, fazendo campanhas de incentivo de outros profissionais usarem o *app*.

Cenário Pessimista: No cenário pessimista é demonstrado um faturamento abaixo do ponto de equilíbrio, fazendo a empresa operar em prejuízo. No caso deste cenário ocorrer, a empresa realizará uma análise no Plano de Marketing com o intuito de se identificar possíveis falhas que possam ter contribuído para o cenário em questão. Haveria um estudo mais aprofundado de formas de atrair mais clientes, levando em consideração a experiência no mercado até então obtida pela empresa. Uma das alternativas para se tentar reverter este caso poderá ser o oferecimento de mais cupons de descontos para primeiro usuário com o objetivo de atrair mais pessoas para o aplicativo. Uma outra alternativa seria indicação do aplicativo entre as pessoas. Assim, o cliente que mais indicar terá um desconto maior no próximo negócio fechado no aplicativo.

Cenário Realista: No cenário realista são apresentadas as expectativas reais da empresa. É esperado que o caixa da empresa tenha um valor um pouco acima da Receita Total calculada no Plano Financeiro, afinal há diversos outros serviços a serem oferecidos na aplicação. Neste cenário, a empresa manteria suas atividades e avaliaria a possibilidade de se investir mais em propaganda para atingir um mercado maior, aumentar o faturamento e iniciar a expansão da mesma pela região.

4.7. Avaliação Estratégica

A avaliação estratégica é uma análise do ambiente externo e interno da empresa. Com ela, é possível pesquisar, analisar e mapear características da organização, visando sempre o seu desenvolvimento no mercado. Para tanto, utilizou-se a ferramenta F.O.F.A. ou SWOT que significa: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

Na Figura 14 pode ser observadas as análises de Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças da empresa em estudo. Elas estão representadas nas respectivas cores: azul, laranja,

amarelo e rosa. É válido ressaltar que, para a análise de Fatores Internos a empresa, levou-se em consideração os diferenciais que a *QuickFix Serviços* apresenta em relação a suas concorrentes. Já para Fatores Externos, se atentou ao público alvo e aos concorrentes.

Figura 6: Matriz F.O.F.A da empresa *QuickFix Serviços*.

| | Fatores Positivos | Fatores Negativos |
|------------------|---|---|
| Fatores Internos | <p>Baixo custo de operação; Empreendedora já possui experiência com a área de negócios e também de tecnologia; Atendimento personalizado ao cliente; Variedade de profissionais a serem encontrados no aplicativo.</p> | <p>Empresa nova no mercado; Possibilidade de não adesão da população ao aplicativo; Possibilidade de o prestador de serviço e o contratante fecharem negócio fora da aplicação.</p> |
| Fatores Externos | <p>Criação de canais para expansão da empresa; Possibilidade de extensão dos tipos de serviços oferecidos dentro do aplicativo; Não há empresas semelhantes operando na cidade de Lavras; Aumento crescente da demanda; Parceria com outros tipos de aplicativos que têm força na cidade, como o Aiqfome.</p> | <p>Situação econômica do país; População ter receio de usar a aplicação; Impostos elevados; Aplicativos semelhantes ter ascensão na cidade de Lavras.</p> |

Fonte: Do Autor (2021).

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho tinha como objetivo realizar o estudo de viabilidade da criação da empresa *QuickFix Serviços*, uma empresa *online* com o intuito de interligar contratantes à prestadores de serviços de maneira rápida e segura.

Elaborou-se um plano de negócio, seguindo o modelo do SEBRAE (2013), contendo sumário executivo, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, análise de cenários e avaliação estratégica.

A partir disso, pode-se concluir que a empresa tem potencial para atuar no mercado. Uma vez que, a mesma não possui concorrentes diretos na cidade e região em que pretende atuar. Além disso, a parcela da população estudada da cidade de Lavras se mostrou apta a utilizar o aplicativo em questão e a empresa apresentou um plano financeiro com resultados satisfatórios.

Portanto, a *QuickFix Serviços* demonstrou ser promissora para o mercado, sendo capaz de agregar valor na população Lavrense. Além de apresentar capacidade de geração de receita para empresa e ajudar a economia da cidade a girar. Assim sendo, a *QuickFix Serviços* tende a apresentar excelentes retornos financeiros tanto para seus clientes quanto para seus investidores.

Uma das maiores limitações deste trabalho foi o tamanho da amostra com o qual ele foi realizado. Assim, como sugestão de futuros trabalhos, poderia ser feita uma pesquisa de potenciais clientes mais abrangente, coletando mais respostas da população da cidade de Lavras e até mesmo da região em que ela está inserida.

6 REFERÊNCIAS

ABCOMM. **Comércio eletrônico deve crescer 18% em 2020 e movimentar R\$ 106 bilhões**, 2020. Disponível em: <<https://abcomm.org/noticias/comercio-eletronico-deve-crescer-18-em-2020-e-movimentar-r-106-bilhoes/>>. Acesso em: 7 Outubro 2021.

AGÊNCIABRASIL. **Trabalhadores autônomos somam 24 milhões no país**, 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-06/trabalhadores-autonomos-somam-24-milhoes-no-pais-diz-ibge>>. Acesso em: 7 Outubro 2021.

AMIT, R.; ZOTT, C. **Creating value through business model innovation**. Massachusetts Institute of Technology. Massachusetts. 2012.

CORNACCHIONE JR., E. B. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DEITEL, H.; DEITEL, P.; DEITEL, A. **Android: como programar**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

FGV. **Brasil tem 424 milhões de dispositivos digitais em uso**, 2020. Disponível em: <<https://portal.fgv.br/noticias/brasil-tem-424-milhoes-dispositivos-digitais-uso-revela-31a-pesquisa-anual-fgv>>. Acesso em: 30 Agosto 2021.

IBGE. EducaIBGE. **Uso de internet , televisão e celular no Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>. Acesso em: 28 Outubro 2021.

IBGE. **Panorama para a cidade de Lavras - MG**, 2021. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/lavras>>. Acesso em: 5 Outubro 2021.

NILSEN, E. Recorde de faturamento em 20 anos de e-commerce no primeiro semestre de 2020. **Webshoppers**, Brasil, n. 42, p. 10-11, 2020.

OLIVEIRA, E. **Psicologia das Cores No Marketing e Nas Vendas [Infográfico Completo]**, 2015. Disponível em: <<https://maispersuasao.com.br/psicologia-das-cores>>. Acesso em: 13 Outubro 2021.

OSTERWALDER, A. **The business model ontology a proposition in a design science approach**. Universidade de Lausanne. Lausanne. 2004.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers.** Hoboken: Wiley, 2010.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócios.** SEBRAE. Brasília. 2013.

ROSENBLOOM, S. R.; CHESBROUGH, H. **The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Technology Spin-Off Companies.** Harvard Business School. Boston. 2002.

SAMAVI, R.; YU, E.; TOPALOGLOU, T. **Strategic reasoning about business models: a conceptual modeling approach.** University of Toronto. Toronto. 2009.

TEECE, D. J. **Long Range Planning.** 1. ed. California: Elsevier, v. 43, 2010.

TERRA. **Brasil, segundo país onde o mercado de aplicativos mais cresce, 2020.** Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/brasil-segundo-pais-onde-o-mercado-de-aplicativos-mais-cresce,1fd9d38aa995ad8ca1243f6c58080f79u2ee8tfj.html>>. Acesso em: 2 Setembro 2021.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE MERCADO

Pesquisa de Mercado

Este formulário tem como objetivo realizar uma pesquisa de opinião na cidade de Lavras - MG afim de se coletar dados para a formulação de um Trabalho de Conclusão de Curso na área de empreendedorismo da Universidade Federal de Lavras.

***Obrigatório**

1. Você reside atualmente ou já foi morador na cidade de Lavras - MG? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 2*

Não

Continuação

2. Você é natural de Lavras - MG? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

3. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

4. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- 0 a 14 anos
- 15 a 29 anos
- 30 a 59 anos
- 60 anos ou mais de idade

5. Qual sua escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

- Fundamental Incompleto
- Fundamental completo
- Médio incompleto
- Médio Completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós graduação completa

6. Renda mensal individual *

Marcar apenas uma oval.

- Sem rendimento
- Até 1/2 salário mínimo
- Mais de 1/2 a 1 salário mínimo
- Mais de 1 a 2 salários mínimos
- Mais de 2 a 5 salários mínimos
- Mais de 5 a 10 salários mínimos
- Mais de 10 a 20 salários mínimos
- Mais de 20 salários mínimos

7. Você possui smartphone? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

8. Possui acesso a internet? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 16*

9. Você se considera um trabalhador autônomo? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 10*

Não *Pular para a pergunta 16*

Continuação

10. Qual sua área de atuação? *

Marcar apenas uma oval.

Prestação de Serviços: Encanador, Eletricista, Gesseiro, Pintor, Marceneiro, Pedreiro, Babá, Cozinheira, Faxineira, etc

Saúde humana e Animal: Ginecologista, Dentista, Dermatologista, Médico Veterinário, etc

Profissionais Liberais: Advogados, Contadores, Arquitetos, Engenheiros, etc

Beleza: Cabeleireiro, barbeiro, manicure, clínicas de estética, etc

Outro: _____

11. Como você divulga seu trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- Uso mídias sociais como: Facebook, WhatsApp, Instagram, etc
- Faço propaganda em Rádio e/ou TV
- Minha divulgação é feita apenas pelos meus clientes, o chamado "boca a boca"
- Uso um aplicativo que divulga e oferece meus serviços aos clientes interessados
- Outro: _____

12. Você considera o meio de divulgação utilizado por você eficiente? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Poderia ser melhor
- Não

13. Você acredita que se houvesse de um aplicativo onde as pessoas possam te encontrar facilmente, conferir fotos e avaliações do seu trabalho te ajudaria a conseguir mais clientes? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez

14. Se o suposto aplicativo apresentasse ferramentas de proteção contra golpes de clientes que pedem pelo serviço e não pagam, isso incentivaria você a usar o aplicativo? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

15. Para você, o aplicativo deve conter: *

Selecione quantas opções forem necessárias

Marque todas que se aplicam.

- Proteção contra golpes
 - Cupons de descontos aos clientes
 - Notificações aos clientes de promoções feitas por você
 - Área de avaliação de antigos clientes seus
 - Área de fotos de seu trabalho
 - Descrição de trabalhos realizados por você
 - Preço de seus serviços
 - Diferentes formas de pagamento: cartão de crédito, boleto, etc
 - Opção de parcelamento de pagamento
 - Visualização de quem é o cliente que o chamou e o histórico de contratações por ele no aplicativo
 - Chat para conversar com o cliente
- Outro: _____

Continuação

16. Você já precisou contratar algum profissional autônomo em Lavras? Exemplo: pintor, pedreiro, eletricista, encanador, faxineira, mecânico, especialistas na área de beleza e saúde, advogados, contadores, arquitetos, engenheiros, etc *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Pular para a pergunta 17*
- Não *Pular para a pergunta 19*

Continuação

17. Como você encontrou o profissional desejado? *

Marcar apenas uma oval.

- Não consegui encontrar
- Encontrei por meio de indicações
- Encontrei por meio de redes sociais como: grupos no Facebook, WhatsApp, Instagram, etc
- Canais de propagandas como rádio e televisão
- Outro: _____

18. Você considera que teve dificuldade em escolher ou encontrar o profissional desejado? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Continuação

19. Você usaria um aplicativo para celular que unisse os profissionais autônomos da cidade e todas as avaliações de seus clientes incluindo fotos ou amostras de trabalhos já realizados? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Talvez

20. Você se sentiria incentivado a usar o mesmo aplicativo se ele tivesse ferramentas de proteção contra golpes como quando o trabalhador contratado recebe, mas não comparece ou não faz o serviço contrato? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

21. Para você, o aplicativo deve conter: *

Selecione quantas opções forem necessárias

Marque todas que se aplicam.

Proteção contra golpes

Cupons de descontos

Notificações de promoções realizadas pelos prestadores de serviços

Área de avaliação de antigos clientes do prestador de serviços

Área de fotos dos trabalhos realizados pelo prestador de serviços

Descrição de trabalhos realizados pelo prestador de serviços

Preço médio de cada serviço prestado pelo prestador de serviços

Diferentes formas de pagamento: cartão de crédito, boleto, etc

Opção de parcelamento de pagamento

Perfil do cliente contendo as contratações já realizadas por você e a avaliação que os trabalhadores deixaram para você como cliente

Chat para conversar com o prestador de serviço

Outro: _____