

UFPB – Universidade Federal da Paraíba
CCAIE - Centro de Ciências Aplicadas e Educação
Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação



PLANO DE NEGÓCIOS KAZTOR

Vitrine de ofertas para materiais de construção na nuvem

Empreendedor:

Francisco Jackson de Araújo Alves
+55 (83) 9 8819-0430 / (83) 9 9958-9060
jackson@kaztor.com.br

Rio Tinto - PB, 22/11/2016



FRANCISCO JACKSON DE ARAUJO ALVES

PLANO DE NEGÓCIOS KAZTOR

Vitrine de ofertas para materiais de construção na nuvem

Plano de negócios apresentado para obtenção do título de Bacharel à banca examinadora no Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação do Centro de Ciências Aplicadas e Educação (CCAIE), Campus IV da Universidade Federal da Paraíba.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Maurício Fraga Martins.

Rio Tinto - PB
2016

FRANCISCO JACKSON DE ARAUJO ALVES

PLANO DE NEGÓCIOS KAZTOR

Vitrine de ofertas para materiais de construção na nuvem

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação da Universidade Federal da Paraíba, Campus IV, como parte dos requisitos necessários para obtenção do grau de BACHAREL EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO.

Assinatura do Autor: Francisco Jackson de Araujo Alves

APROVADO POR:

Orientador: Prof. Dr. Luiz Maurício Fraga Martins.
Universidade Federal da Paraíba – Campus IV

Prof. Me. Rafael Marrocos Magalhaes.
Universidade Federal da Paraíba – Campus IV

Profa. Me. Renata Viegas de Figueiredo.
Universidade Federal da Paraíba – Campus IV

Rio Tinto - PB
2016

Dedico este trabalho a minha querida e guerreira Mãe, Nilvete Araújo (*in memoriam*), que sempre fez o possível e impossível para me manter nos estudos, sem o seu incentivo e exemplo de vida este trabalho e muitos dos meus sonhos não se realizariam.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela oportunidade de cursar uma ótima Universidade, e agora, ao fim do curso, poder finalizá-lo com ótimas experiências e conhecimentos adquiridos ao longo desses 4 anos.

De modo especial, agradeço a minha guerreira Mãe, que hoje não está mais entre nós, mas que sempre me incentivou nos estudos e acompanhou o início da minha graduação, me motivando e ajudando no que era possível e impossível.

Aos meus amados irmãos, em especial ao meu amigo, companheiro e irmão Jefferson Araújo, que sempre me apoiou e auxiliou durante toda a realização do curso, principalmente nesse momento final e às minhas irmãs Joelma e Jaqueline, que me deram força, acreditaram em mim e batalharam para que eu concluísse meu curso.

Aos demais familiares, especialmente as minhas tias, Nilva, Nívea, Niciene, Nilma e Anália por sempre me apoiar com suas palavras de incentivo, e a minha querida avó, Maira do Carmo, que é um exemplo de bondade, de honestidade, de paciência, de fé e principalmente de muito amor.

Agradeço ao meu orientador, Luiz Maurício, por ter acreditado em mim e ter me aceitado como orientando, trazendo novas ideias e alternativas para o desenvolvimento do trabalho.

Finalmente, agradeço a todos os amigos, funcionários, professores e colegas que fazem parte do DCX da Universidade Federal da Paraíba que de uma forma ou de outra, contribuíram para a conclusão deste trabalho.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Representação do Business Model Canvas	14
Figura 2 - Primeiro MVP do Kaztor	19
Figura 3 - Organograma da empresa.....	20
Figura 4 - Passos para consolidação do negócio digital dos empresários	22
Figura 5 - Número de lojas de materiais de construção no nordeste segundo (ANAMACO).....	26
Figura 6 - Análise de SWOT - Ambiente externo e interno.....	32
Figura 7 - Preço dos planos de assinatura.....	34
Figura 8 - Projeção financeira da receita operacional bruta	38
Figura 9 - Custos previstos dos primeiros quatro anos do empreendimento	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Projeção financeira dos primeiros quatro anos.....	37
Tabela 2 - Gastos diretos com pessoal no 1º ano	39
Tabela 3 - Gastos diretos com pessoal no 2º ano	39
Tabela 4 - Gastos diretos com pessoal no 3º ano	39
Tabela 5 - Gastos diretos com pessoal no 4º ano	40
Tabela 6 - Despesas gerais e administrativas no 1º ano	40
Tabela 7 - Despesas gerais e administrativas no 2º ano	40
Tabela 8 - Despesas gerais e administrativas no 3º ano	41
Tabela 9 - Despesas gerais e administrativas no 4º ano	41
Tabela 10 - Despesas com colaboradores da área comercial no 1º ano	42
Tabela 11 - Despesas com colaboradores da área comercial no 2º ano	42
Tabela 12 - Despesas com colaboradores da área comercial no 3º ano	42
Tabela 13 - Despesas com colaboradores da área comercial no 4º ano	42
Tabela 14 - Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 1º ano	42
Tabela 15 - Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 2º ano	43
Tabela 16 - Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 3º ano	43
Tabela 17 - Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 4º ano	43
Tabela 18 - Investimento CAPEX no 1º ano	43
Tabela 19 - Investimento CAPEX no 2º ano	44
Tabela 20 - Investimento CAPEX no 3º ano	44
Tabela 21 - Investimento CAPEX no 4º ano	44
Tabela 22 - Valor dos fluxos financeiros trazidos à data zero	45
Tabela 23 - Retorno do investimento ROI.....	45

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANAMACO	Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção
B2B	Business To Business
CAPEX	Capital Expenditure
CEO	Chief Executive Officer
COO	Chief Operating Officer
MVP	Minimum Viable Product
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
ROI	Retorno sobre Investimento
SAC	Serviço de Atendimento ao Cliente
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
TI	Tecnologia da Informação
UX	User Experience

SUMÁRIO

1. RESUMO EXECUTIVO	12
2. A OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS	13
2.1 Qualificação da ideia	14
2.2 Descrição da oportunidade	16
3. A EMPRESA	17
3.1 Dados cadastrais	18
3.2 Perfil dos empreendedores	18
3.3 Histórico	18
3.4 Recursos humanos	19
3.5 Organização e governança	19
3.6 Parcerias	20
3.4 Principais clientes	20
4. PRODUTOS E SERVIÇOS	21
4.1 Principais produtos e serviços	22
5. INOVAÇÃO E TECNOLOGIA	23
5.1 Inovação e Tecnologia	24
6. ANÁLISE DE MERCADO	25
6.1 Panorama do mercado	26
6.2 Dimensionamento do mercado	26
6.3 Barreira de entrada	27
6.4 Análise da concorrência	27
6.5 Diferencial competitivo	29
7. ANÁLISE ESTRATÉGICA	30
7.1 Visão	31
7.2 Missão	31
7.3 Valores	31
7.4 Mercado-Alvo	31
7.5 Competências da empresa	31
7.6 Análise de SWOT	32
8. PLANO DE MARKETING E VENDAS	33
8.1 Modelo de negócios	34
8.2 Estratégia Comercial	34
8.3 Distribuição	34
8.4 Preço	34
8.5 Promoção	35

9. PLANO FINANCEIRO.....	36
9.1 Memória de cálculo da receita	38
9.2 Memória dos custos	38
9.3 Memória de gastos diretos com pessoal.....	39
9.4 Memória das despesas operacionais	40
9.5 Memória de investimentos em P&D	43
9.6 Memória de investimentos em CAPEX	43
9.7 Análise do valor Presente	45
9.8 Break Even.....	45
9.9 Análise do período de Payback.....	45
9.10 Análise do retorno do investimento (ROI)	45
10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
11. APÊNDICES.....	48
11.1 Business Model Canvas	49
11.2 Print de tela das projeções financeiras no Excel	50
11.3 Print de tela das projeções financeiras de gastos diretos com pessoal no Excel	51
11.4 Print de tela das projeções financeiras de gastos diretos com viagens no Excel	52
11.5 Print de tela das projeções financeiras de investimento CAPEX no Excel.....	53
11.6 Print de tela das projeções financeiras de despesas gerais e administrativas no Excel.....	53

KAZTOR



RESUMO EXECUTIVO



1. RESUMO EXECUTIVO

Descrição do Negócio

A Kaztor é uma plataforma online de cupons que tem por objetivo tornar possível a consolidação e viabilização de vitrines de ofertas na nuvem, de empresários do segmento de materiais de construção.

Gestão

Jefferson Araújo, Diretor Executivo
Jackson Araújo, Diretor de Operações

Indústria: Comércio Eletrônico

Estágio: Em projeto

Fundação: 9 de Maio de 2013

Investimento Total (R\$): 10.000,00

Breakeven: Julho / 2018

Uso dos Recursos: Financeiros,
administrativos, mercadológicos,
Marketing e Vendas

Invest. Realizados (R\$): 10.000,00

Investidores Atuais: Fundadores

Produtos/Serviços

Vitrine de ofertas na nuvem que promove as lojas físicas de materiais de construção a oportunidade de criarem sua própria Vitrine virtual para anunciar seus produtos com desconto.

Inovação e Tecnologia

O negócio proposto pela empresa é novo, atual e único. Não existe hoje no mercado uma plataforma web que sirva de vitrine para que os empresários do segmento de materiais de construção possam expor sua marca e produtos em ofertas na internet.

Clientes Atuais

Pequenos e médios comerciantes de materiais de construção: Com interesse em divulgar suas ofertas, aumentar suas vendas, eliminar o estoque e ganhar competitividade no mercado através da internet.

Mercado

Hoje no Brasil existe uma gama muito grande de lojas de materiais de construção, sendo que a maioria delas não tem divulgação ou até mesmo venda de seus produtos na internet. Desta maneira, podemos nos inserir em um mercado que faturou 115 bilhões de reais no último ano e tende a aumentar de 3 a 5% sobre o faturamento de 2015.

Concorrência

Todos os nossos concorrentes são de base tecnológica e estão divididos em diferentes áreas de atuação, que atinge parcialmente ou diretamente o serviço oferecido pela empresa. São eles: Walmart, Extra, Olx, Craigslist, Cuponeria e Peixe urbano.

Estratégia de Desenvolvimento

Ser referência no Nordeste como a maior vitrine de ofertas para materiais de construção na nuvem até 2020, proporcionando visibilidade, conhecimento e aumento de venda através de serviços personalizados de qualidade, para melhor atender nossos clientes.

Modelo de Negócios

B2B – Business to Business, cobramos uma mensalidade de R\$ 99,00 por empresa cliente.

Recursos Humanos

Jefferson Araújo – CEO | Diretor Executivo, Gestor de Projetos e Engenheiro de Software.

Jackson Araújo – COO | Diretor de Operações, Designer e Desenvolvedor de software.

Investimentos

Financeiro (R\$)	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4
Capital a investir	200.000,00	0,00	0,00	0,00
Receita Bruta	1.061.775,00	2.691.295,20	3.338.161,20	4.266.464,40
Despesas Operacionais	1.110.740,36	2.583.531,32	2.951.648,55	3.793.455,20

KAZTOR



OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS



2. A OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

2.1 Qualificação da ideia



Figura 1 – Representação do Business Model Canvas

Fonte: Elaborada pelo autor

PROPOSTA DE VALOR

- **Simplicidade:** Permite ao empresário disponibilizar de forma simples, rápida e atraente as ofertas da sua loja física na web;
- **Visibilidade e publicidade:** Promover visibilidade e publicidade da sua loja física, gerando conhecimento da sua marca e produtos com desconto através da internet;
- **Segurança:** Promover a segurança de todas as transações, desde o cadastro dos produtos até a geração do cupom de desconto pelo consumidor final.

SEGMENTO DE CLIENTES

- **Empresários:** Pequenos e médios empresários do segmento de materiais de construção.

CANAIS

- **Conhecimento:** Tornar o negócio visível através de publicidade digital nas redes sociais;
- **Venda:** Site de cupons online e aplicativo onde contém os dados necessários para viabilização da compra com desconto;
- **Equipe de vendas:** Equipe própria, responsável por apresentar o produto e fechar vendas com potenciais clientes.

RELACIONAMENTO COM CLIENTES

- **Site:** Manter a comunicação, deixando nossos clientes sempre atualizados com nossas promoções e serviços através do site de cupons online;
- **SAC:** Atendimento personalizado aos clientes, facilitando o recebimento de críticas, reclamações e melhorias;
- **E-mails:** Envio de e-mails com dados estatísticos gerados a partir das publicações feitas nas redes sociais.

FONTES DE RECEITAS

- **Planos de Assinatura:** Planos mensais no valor de R\$ 99,00 reais, com direito a descontos trimestrais de 10% e anuais de 20%;
- **Anúncios em destaque:** Acréscimo de R\$ 4,99 por cada anúncio escolhido pelo empresário para ser colocado em destaque na página principal do site durante 48 horas.

RECURSOS PRINCIPAIS

- **Equipe de TI:** Equipe responsável pelo desenvolvimento e manutenção da plataforma online;
- **Equipe de vendas:** Equipe responsável por tornar a marca visível, divulgar e realizar vendas do produto;
- **Infraestrutura de TI:** Tornar possível a construção de um produto na nuvem com garantia de mais disponibilidade, confiabilidade e segurança para seus usuários;
- **Plataforma web:** Plataforma que possibilita ao usuário cadastrar seus produtos com descontos e expor os mesmos na internet de forma personalizada.

ATIVIDADES PRINCIPAIS

- **Regularizar a empresa:** Tornar a empresa existente e legal através dos procedimentos exigidos pela lei;
- **Prospecção de parceiros comerciais:** Construir relacionamento com pessoas influentes do segmento de materiais de construção para trazer oportunidades para o negócio;
- **Desenvolver plataforma web:** Desenvolver uma plataforma web com tecnologia de ponta para possibilitar aos comerciantes uma grande demanda do fluxo de ofertas e visitação de clientes;
- **Marketing:** Desenvolver estratégias de marketing para estabelecer metas de vendas, objetivos e posicionamento de mercado, preço e distribuição do produto.

PARCEIROS PRINCIPAIS

- **Associações e Sindicatos dos comerciantes de materiais de construção:** Promover o diálogo com empresários do segmento para disseminar a ideia da plataforma;
- **Pequenos e Médios comerciantes do segmento de materiais de construção:** Construir relacionamento com empresários para anunciarem suas ofertas na plataforma, fazendo com que consumidores se interessem e façam visitas na plataforma;
- **Sebrae:** Promover networking para o negócio, capacitação dos empreendedores e disponibilizar oportunidades para o desenvolvimento da empresa;

ESTRUTURA DE CUSTO

- **Regularização da empresa:** Taxas referentes a cada etapa do processo de abertura da empresa, incluindo os serviços contábeis;
- **Gateway de pagamento:** Mensalidade e taxas de adesão dos serviços prestados para plataforma;
- **Desenvolvimento e manutenção da plataforma:** Mensalidades referentes a contratação de serviços necessários para desenvolver e manter a plataforma online 24 x 7;
- **Infraestrutura de TI:** Aquisição de equipamentos necessários para tornar o negócio viável;
- **Publicidade:** Custos referentes a propagandas e exibição de anúncios em diferentes mídias;
- **Recursos Humanos:** Pagamento de salários e custos previdenciários ao corpo de funcionários envolvidos no negócio;

- **Prospecção de parceiros comerciais:** Custo com visitação, telefone e diárias para a prospecção de parceiros comerciais.

2.2 Descrição da oportunidade

A construção civil é um dos setores mais lucrativos do mercado brasileiro, basta olhar em volta das cidades que é percebido a quantidade de construções que ainda existem em andamento. E mesmo em tempos de crise, o setor de construção se mantém forte, pois as pessoas precisam de moradia.

Com base nos dados estatísticos de 2015 da Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (ANAMACO), o faturamento do setor nesse mesmo ano foi de 115 bilhões de reais, movimentando de forma satisfatória a economia do país.

Diante desse cenário, e tendo em vista que o setor tem utilizado cada vez mais da internet para realizar pedidos, atendimentos e relacionamento com o cliente, surge a oportunidade de inserir esse mercado tão valioso e poderoso no contexto das ofertas pela internet, trazendo para perto do setor uma realidade que já faz parte do dia a dia das pessoas.

Hoje já é comum encontrar diversos tipos de lojas virtuais, em diferentes segmentos de mercado, inclusive no setor de materiais de construção, no entanto para a viabilização dessas lojas, o varejista tem que contratar uma série de aparatos tecnológicos que não faz parte do seu cotidiano, e tornando uma tarefa difícil a consolidação de uma loja virtual para a sua empresa.

Foi aí que surgiu a oportunidade de criação de uma vitrine virtual de ofertas para atender a necessidade dos pequenos e médios empresários do segmento de materiais de construção, de tornar sua marca e produtos visíveis na internet, sem que eles tenham conhecimento na área tecnológica, e nem demandassem esse trabalho para uma equipe de tecnologia e/ou empresa de marketing.

Por outro lado, acaba atendendo a necessidade do consumidor final que atualmente tem que visitar inúmeras lojas para realizar a cotação dos melhores preços para a sua reforma ou construção, oferecendo um ambiente integrado e dando comodidade para consultar e obter descontos de diferentes tipos de produtos em diversas lojas do segmento, sem sair de casa.

KAZTOR



A EMPRESA



3. A EMPRESA

3.1 Dados Cadastrais

Nome Fantasia: Kaztor

Razão Social: Kaztor Tecnologia e Serviços Ltda.

CNPJ: 18.082.614/0001-25

Endereço Completo: Rua Miriam Barreto, 831 Edifício Oceania Center, Sala 208. Aeroclub, João Pessoa - PB, 58036-690

Telefone(s): +55 83 9 8819-0430 / 9 9956-7988

Site: www.kaztor.com.br

E-mail: contato@kaztor.com.br

Capital Social: R\$ 10.000,00 (Dez mil reais) dividido em duas cotas iguais de R\$ 5.000,00 (Cinco mil reais) para cada sócio.

3.2 Perfil dos Empreendedores

Jefferson de Araújo Alves

Empreendedor desde dos 15 anos de idade e fundador de duas startups. Bacharel em Sistemas de Informação pela Universidade Federal da Paraíba - Campus IV, especialista em gerenciamento de projetos e Engenheiro de Software com mais de 9 anos de experiência em grandes projetos nacionais e internacionais.

Francisco Jackson de Araújo Alves

Bacharel em Sistemas de Informação pela Universidade Federal da Paraíba - Campus IV, especialista em UX Design e Design de Interface de usuário e Desenvolvedor de Software. Empreendedor desde os 16 anos de idade quando iniciou o seu primeiro negócio. Colaborador da Startup Social Tracking e cofundador da Kaztor.

3.3 Histórico

A empresa Kaztor surgiu inicialmente muito mais da vontade de empreender dos irmãos Araújo do que mesmo de uma oportunidade que o mercado estava apresentando. Jefferson e Jackson sempre tiveram uma ótima relação de irmãos, e sempre caminharam juntos pelo mesmo caminho, desde cedo com tentativas de empreender com pequenos negócios locais. Em meio a participação de um programa de capacitação de Startups promovido pelo Sebrae-PB, identificaram a oportunidade que estavam tendo nas mãos.

A poucos anos atrás conversando com empresários locais, foi percebido que existia uma grande motivação em movimentar um comércio de materiais de construção através da internet. Já era uma realidade essas mesmas empresas anunciarem promoções e seus produtos através das redes sociais, então porque não colocar essas empresas para venderem pela internet?

Conversando com diferentes públicos, foi percebido que a oportunidade não se resumia apenas aos pequenos e médios empresários e sim aos consumidores de uma forma geral, que cada vez tem menos tempo e estão preferindo realizar cotação de preços pelo celular ou computador pessoal, sem ter que se locomover em diferentes lojas pela cidade, gastando tempo e dinheiro. E através de mais essa oportunidade que o mercado estava trazendo, foi construído o primeiro MVP do Kaztor no primeiro Semestre de 2016.

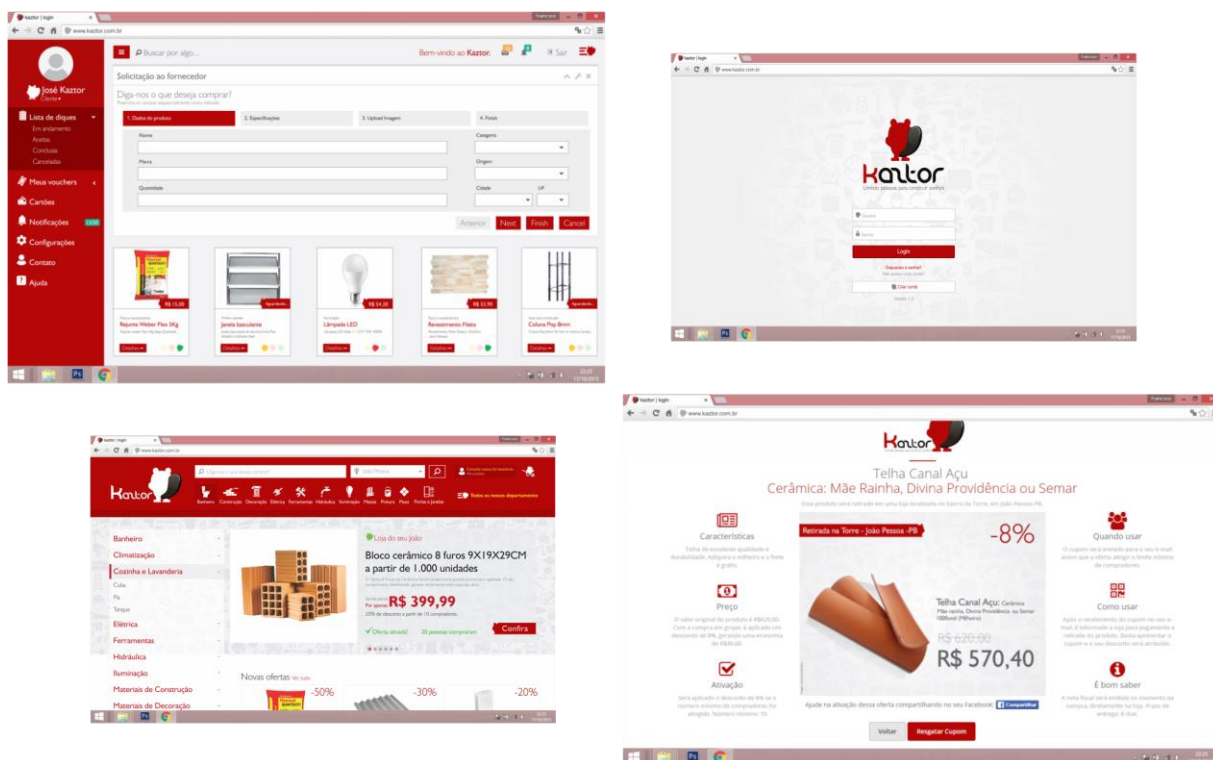


Figura 2 – Primeiro MVP do KAZTOR

Fonte: www.kaztor.com.br

Tratava-se de uma plataforma para compra de materiais de construção em grupo com um formato de leilão reverso, onde o consumidor dizia o que queria comprar e uma rede de fornecedores cadastrados na plataforma enviava cotação para esse cliente aprovar e esperar a formação de um grupo com os mesmos interesses para a compra em grande quantidade e com desconto.

Com esse primeiro MVP foi percebido que juntar pessoas para comprar materiais de construção era uma tarefa um pouco difícil, principalmente pelo fato de existir uma diversidade muito grande de produtos com as mesmas características. Por outro lado, as empresas não queriam ficar esperando que os consumidores fossem pedir cotação a elas, elas queriam exibir as suas vitrines e as suas diferentes promoções para gerar desejo nos consumidores, com essa questão, foi percebido que o modelo precisaria ser alterado para a segunda ideia do KAZTOR, uma vitrine virtual de ofertas na nuvem para tornar possível a exposição de materiais de construção com desconto na internet.

3.4 Recursos Humanos

Jefferson Araújo - CEO | Diretor Executivo, Gestor de Projetos e Engenheiro de Software.

Jackson Araújo - COO | Diretor de Operações, Designer e Desenvolvedor de software.

3.5 Organização e Governança

A Empresa é formada por profissionais graduados e especialistas da área de Tecnologia da informação e comunicação. Conta com um time bastante reconhecido profissionalmente pelos seus papéis desempenhados e utiliza o princípio ágil para a gestão dos seus projetos e equipes de trabalho, transformando assim produtos para o mercado com um intervalo muito curto de tempo, satisfazendo o cliente com entregas de valor.



Figura 3 – Organograma da empresa
Fonte: Elaborada pelo autor

3.6 Parcerias

- **Associações e Sindicatos dos comerciantes de materiais de construção:** Promover o diálogo com empresários do segmento para disseminar a ideia da plataforma.
- **Pequenos e Médios Comerciantes do segmento de materiais de construção:** Construir relacionamento para os empresários anunciarem suas ofertas e demandarem fluxo de produtos na plataforma, fazendo com que consumidores se interessem e façam visitas na plataforma.
- **SEBRAE:** Promover networking para o negócio, ajudar na capacitação dos empreendedores, disponibilizar oportunidades de negócio e gerar financiamento e/ou linhas de crédito para o desenvolvimento da Empresa e/ou produto.

3.7 Principais Clientes

Os principais clientes da KAZTOR são os pequenos e médios empresários do segmento de materiais de construção com o intuito de trazer novos clientes para sua loja, aumentar o conhecimento sobre a sua marca e fazer o seu estoque andar, sem ter que investir um grande orçamento em marketing para isso.

As principais dores/problemas enfrentados pelos empresários são:

- Dominar ferramentas tecnológicas que não fazem parte do seu cotidiano para criar panfletos virtuais com ofertas;
- Dominar tecnologias para disponibilizar o conteúdo das ofertas em sites da internet;
- Monitorar o resultado de marketing obtido através de ofertas publicadas em diferentes canais;
- Segmentar de maneira mais eficaz uma próxima campanha de marketing com base nos resultados obtidos;
- Fazer com que os consumidores online encontrem as melhores ofertas do segmento sem sair de casa.

Atualmente os empresários fazem o trabalho de divulgação da sua marca e/ou produtos com desconto através das redes sociais ou contratam empresas especializadas em marketing digital para fazer esse trabalho, gerando um alto custo de investimento e não tendo resultados concretos de acompanhamento da campanha em diferentes canais de divulgação.

KAZTOR



PRODUTOS E SERVIÇOS



4

4. PRODUTOS E SERVIÇOS

4.1 Principais Produtos e Serviços

O principal produto da empresa é uma plataforma para disponibilizar vitrines de ofertas na nuvem com o objetivo de promover a oportunidade de as lojas físicas do segmento de materiais de construção criarem a sua própria loja virtual para anunciarem seus produtos com desconto para os consumidores online, que consequentemente tem a necessidade de consultar preços através da internet, economizando tempo e dinheiro.

O Kaztor torna possível a consolidação do negócio digital do pequeno e médio empresário em apenas 6 passos:



Figura 4 – Passos para consolidação do negócio digital dos empresários

Fonte: Elaborada pelo autor

1- **Cadastro e configuração da loja:** Realiza o cadastro no site da Kaztor e configura os dados que irão se tornar públicos na vitrine virtual;

2- **Personalização:** Seleciona o layout, escolhe o tema e cadastra o produto informando o preço, desconto e regras da oferta;

3- **Publicação:** Informa o período de duração da oferta e publica na vitrine virtual da loja;

4- **Compartilhamento:** Compartilha a oferta recém cadastrada nas principais redes sociais, múltiplos grupos e páginas;

5- **Venda Online:** Possibilita a emissão de cupom para o consumidor final utilizar no momento do pagamento da compra na loja física;

6- **Desempenho:** Obtém alcance das postagens e resultados reais coletado das pessoas que realizaram engajamento com os compartilhamentos nas redes sociais.

KAZTOR



INOVAÇÃO TECNOLÓGICA



5

5. INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

O negócio proposto pela empresa é novo, atual e único. Não existe hoje no mercado uma plataforma web que sirva de vitrine virtual para que os empresários do segmento de materiais de construção possam expor sua marca e produtos em ofertas na internet.

O projeto está sendo desenhado para funcionar na nuvem e estar disponível para qualquer pessoa e/ou empresa do mundo que tenha acesso a internet. A arquitetura do projeto foi planejada e implementada para ser altamente escalável, utilizando estrutura de micro serviços com balanceamento de carga e descoberta de serviços, podendo ser escalado de acordo com a demanda de acesso ou recursos de performance dos servidores. Essa tecnologia permite o desenvolvimento em escala e já foi validada e utilizada em projetos anteriores desenvolvidos pela equipe da empresa.

Para construção da plataforma serão utilizadas tecnologias atuais como:

FRONT-END

- Angular 2
- Bootstrap
- CSS3
- HTML5
- Java Script

BACK-END

- Java 8
- Microservices
- Spring Boot
- Spring Security
- Spring Data
- Hibernate
- JPA

BANCO DE DADOS

- PostgreSQL
- MongoDB
- Flyway

CONTROLE DE VERSÃO

- Git
- Bitbucket

KAZTOR

ANÁLISE DE MERCADO



6

6. ANÁLISE DE MERCADO

6.1 Panorama do mercado

O setor da construção civil é um dos mais lucrativos do mercado brasileiro, basta olhar em volta das cidades que percebemos a quantidade de construções que ainda existem em andamento. E mesmo em tempos de crise, o setor de construção se mantém forte, pois as pessoas precisam de moradia.

Com base nos dados estatísticos de 2015 da Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (ANAMACO), o faturamento do setor nesse mesmo ano foi de 115 bilhões de reais, movimentando de forma satisfatória a economia do país. Diante desse cenário, e tendo em vista que o setor tem utilizado cada vez mais a internet para realizar pedidos, atendimentos e relacionamento com o cliente, surge a oportunidade de inserir esse mercado tão valioso e poderoso no contexto das ofertas pela internet, trazendo para perto do setor uma realidade que já faz parte do dia a dia das pessoas.

6.2 Dimensionamento do mercado

Hoje no nosso país existe uma gama bem grande de lojas de materiais de construção, sendo que a maioria delas não tem divulgação ou até mesmo venda de seus produtos na internet. Desta maneira, podemos nos inserir em um mercado que faturou 115 bilhões de reais no último ano e tende a aumentar de 3 a 5% sobre o faturamento de 2015.

O mercado varejista de materiais de construção oferece só na região Nordeste, cerca de 25 mil lojas do segmento, que tem 10 anos como tempo médio de atuação no Brasil, formando assim um mercado bastante consolidado e com crescente evolução.



Figura 5 – Número de lojas de materiais de construção no Nordeste segundo a (ANAMACO)
Fonte: Elaborada pelo autor

Nosso foco será as lojas varejistas de Materiais de Construção regionais, começando pela Paraíba, que tem cerca de 1625 lojas ativas segundo a (ANAMACO) Nordeste, e então agir no mercado nacional, incluindo os demais estados do Brasil e expandindo no futuro para outros países.

6.3 Barreira de entrada

Atualmente não enxergamos nenhuma barreira de entrada, porque todas as empresas concorrentes detêm um capital financeiro muito alto, podendo copiar a ideia do negócio. No entanto, estamos inseridos em um mercado bastante segmentado.

Com o estudo de mercado, percebemos que apesar de existirem concorrentes diretos, a concorrência é bem distribuída, se a Kaztor conseguir consolidar a sua atuação na região Nordeste, será mais simples para as grandes empresas investirem/comprarem no/do nosso produto do que abrir concorrência gastando muito dinheiro para tomar o mercado local.

6.4 Análise da Concorrência

É muito comum encontrar diversos tipos de lojas virtuais, em diferentes segmentos de mercado, inclusive no setor de materiais de construção, no entanto para a viabilização dessas lojas, o varejista tem que contratar uma série de aparatos tecnológicos que não faz parte do seu cotidiano, tornando uma tarefa difícil e cara a consolidação de uma loja virtual para a sua empresa. Nossa plataforma dispõe para o empresário a oportunidade de concretizar o desejo de ter a sua loja virtual sem contratar inúmeros serviços de tecnologia e/ou marketing digital para divulgar as ofertas.

Nossos principais concorrentes estão divididos em diferentes áreas de atuação que atingem parcialmente ou diretamente o serviço oferecido pela empresa. Todos eles possuem empresas de base tecnológica, que de forma genérica acabam pegando uma fatia do mercado que estamos inseridos.

A exemplo de marketplaces, sites de negociações e anúncios e sites de cupons:

WALMART | MARKETPLACE

A rede Walmart foi fundada em 1962 em Rogers, Arkansas – EUA, por Sam Walton e está a mais de 54 anos no mercado mundial. Fornece um marketplace onde possibilita ao consumidor final comprar diferentes tipos de produtos, e aos empresários, criar sua própria loja para vender seus produtos dentro do site.

Principais diferenciais do Walmart Marketplace:

- Possibilidade de vender seus produtos junto ao maior varejista do mundo;
- Atende a diversos nichos dos mercados;
- Produtos visíveis para milhões de pessoas;
- Realiza transações financeiras na plataforma;
- O pedido do cliente é realizado do começo ao fim no site da Walmart Marketplace;
- Entrega do produto comprado dentro da plataforma.

EXTRA | MARKETPLACE

A Empresa Extra foi fundada em 1989 em Campo Grande – MS, e pertence ao Grupo Pão de Açúcar que está a mais 45 anos no mercado. Fornece uma plataforma online que tem o mesmo nome da empresa, onde possibilita ao consumidor final comprar diferentes tipos de produtos, e aos empresários, criar sua própria loja para vender seus produtos dentro do site.

Principais diferenciais do Extra Marketplace:

- Atende a diversos nichos dos mercados;
- Considerado um dos maiores marketplaces do Brasil;
- Produtos visíveis para milhões de pessoas;
- Transações financeiras feitas na plataforma;

- Tem o reconhecimento da marca "Extra", um grande e tradicional estabelecimento varejista controlado e operado pelo Grupo Pão de Açúcar;
- O pedido do cliente é realizado do começo ao fim dentro do site Extra.com.br.

OLX | SITE DE NEGOCIAÇÕES E ANÚNCIOS

No mercado desde 2006, a empresa argentina em 2015 juntou-se ao seu concorrente Bom Negócio mediante a alguns acordos e hoje atua em mais de 118 países. Entre seus serviços, o principal deles é conectar pessoas para que elas possam comprar e vender de forma fácil e rápida. O comprador e vendedor têm total controle em suas transações, decidindo juntos a melhor forma de fechar negócio.

Principais diferenciais do OLX:

- Maior site de anúncios classificados do Mundo;
- Facilidade em publicações de anúncios;
- Qualquer pessoa pode anunciar na plataforma de forma gratuita;
- Atende a diversos nichos de mercados;
- Toda a compra é feita diretamente com o vendedor, sem interferência da OLX;
- Aplicativo mobile prático e simples de usar, com interface muito amigável.

CRAIGSLIST | SITE DE NEGOCIAÇÕES E ANÚNCIOS

Fundada em 1995 por Craig Newmark, em São Francisco, na Califórnia, a Craigslist é uma rede de comunidades online centralizadas que disponibiliza anúncios gratuitos aos usuários. São anúncios de diversos tipos, desde ofertas de empregos até conteúdos eróticos.

Principais diferenciais do Craigslist:

- Anúncios de diversos tipos de produtos ou serviços;
- Anúncios semelhantes a classificados de jornal;
- Alcance global;
- Popular em todo o mundo;
- Permite a comunicação entre os usuários;
- Quase todas as gravações são gratuitas.

CUPONERIA | SITE DE CUPONS

A Empresa Cuponomia foi fundada em 2011 no Rio de Janeiro –RJ, e está a mais 15 anos no mercado. Fornece uma plataforma de cupons de descontos gratuitos, sua estratégia é oferecer promoções sem que o cliente tenha que pagar nada antecipadamente, apenas quando consumir o produto ou serviço.

Principais diferenciais do Cuponomia:

- Primeira e única empresa oferecer integração e distribuição de cupons no Brasil;
- Experiência e grande conhecimento sobre o mercado de cupons;
- Contrato de longo prazo e forte parceria com grandes empresas.
- Mais de 600 mil usuários todo mês

PEIXE URBANO | SITE DE CUPONS

Fundado no ano de 2010 na cidade do Rio de Janeiro-RJ, hoje o Peixe Urbano conta com mais de 25 milhões de usuários em todo o mundo. O Peixe Urbano foi o pioneiro no modelo de compras coletivas na América Latina. Porém, com o tempo, evoluiu seu modelo e se reposicionou como uma plataforma de e-commerce local, disponibilizando milhares de ofertas em diversos segmentos.

Principais diferenciais do Peixe Urbano:

- Uso de cupons na própria plataforma;
- Realiza transações financeiras;

- Permite anunciar diversos tipos de produtos ou serviços em diferentes segmentos;
- Possui popularidade nacional, desde de quando era compra coletiva;
- Solicitação de reembolso da compra através da plataforma;
- Traça rota até o fornecedor através de um mapa aplicativo.

6.5 Diferencial Competitivo

Como visto anteriormente, nenhum dos principais concorrentes é focado apenas no segmento de materiais de construção, onde queremos atuar, tornando assim um grande diferencial que é a possibilidade do empreendedor ter a representação da sua loja na internet, exibindo as informações da empresa e os seus principais produtos em desconto, promovendo segmentação da campanha de marketing e oferecendo insumos para planejar as próximas estratégias para aumento das vendas.

Além do diferencial citado acima, também podemos destacar:

- Layouts diversificados das vitrines para melhor atender as necessidades dos seus clientes;
- Personalização da vitrine virtual de acordo com a marca da loja;
- Personalização de catálogos virtuais para envio;
- Personalização de publicações em redes sociais;
- Interação com clientes nas redes sociais e através da plataforma Kaztor;
- Monitoramento e engajamento das ofertas postadas nas redes sociais
- Agendamento de publicações de ofertas;
- Relatórios com gráficos e dados analíticos de como está sendo o engajamento das ofertas compartilhadas.

KAZTOR



ANÁLISE ESTRATÉGICA



7

7. ANÁLISE ESTRATÉGICA

7.1 Visão

Ser referência no Nordeste como a maior vitrine de ofertas para materiais de construção na nuvem até 2020.

7.2 Missão

Proporcionar aos empresários, visibilidade, conhecimento e aumento de vendas, com serviços personalizados e de qualidade.

7.3 Valores

- Inovação
- Tecnologia
- Ética
- Qualidade
- Eficiência
- Comprometimento

7.4 Mercado-Alvo

O mercado-alvo que o produto Kaztor está inserido é do comércio varejista de materiais de construção. Nossa pretensão inicial é operar no mercado regional, começando pela Paraíba, Nordeste e então agir no mercado nacional, incluindo os demais estados do Brasil e expandindo futuramente para outros países. Desta maneira podemos nos inserir num mercado que faturou 115 bilhões de reais no último ano e tende a aumentar de 3 a 5% sobre o faturamento de 2015.

7.5 Competências da empresa

A empresa conta com competências profissionais de graduados, especialistas da área de Tecnologia da informação, gestão e comunicação, capaz de executar projetos com alto grau de inovação e escalabilidade, proveniente de diversas empresas espalhadas pelo Brasil e exterior.

GESTÃO

Capacidade de lidar com pessoas, tecnologia e informações, a fim de otimizar processos organizacionais, mesmo sem fazer parte da equipe. Sendo capaz de influenciar e formar pessoas capazes de desenvolver ideias e construir soluções.

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Capacidade para executar atividades críticas que exigem um alto grau de conhecimento em tecnologias da atualidade e propor soluções inovadoras aos procedimentos tradicionais, visando sempre a melhoria da qualidade do serviço.

CRIATIVIDADE E DESIGN

Capacidade de ouvir, debater, sugerir e enxergar novas formas de criar, manter e evoluir ideias existentes no âmbito de trabalho relacionadas aos diferentes tipos de designs que envolvem empresa, produto e cliente.

TRABALHO EM EQUIPE: PRODUÇÃO

Capacidade de interagir com pessoas, processos e projetos de diferentes segmentos, compartilhando de forma ativa informações e conhecimentos essenciais para o desenvolvimento de um ambiente de trabalho agradável.

7.6 Análise de SWOT



Figura 6 – Análise de SWOT – Ambiente externo e interno
 Fonte: Elaborada pelo autor

POSSIBILIDADE DE AÇÃO OFENSIVA (O, S)

- O1, O4, S1, S3 – Agir rapidamente para oferecer uma plataforma de qualidade e aproveitar o mercado de uma região ainda inexplorada;
- O4, S2 – Expandir a atuação para outros Estados.

POSSIBILIDADE DE AÇÃO DEFENSIVA (T, S)

- T3, S2 – Com os custos operacionais baixos pode-se oferecer salários um pouco acima da média local;
- T4, S3 – Treinar os Executivos para atuar no mercado local;
- S3, T4 – Promover palestras para empresários e executivos locais.

POSSIBILIDADE DE ANULAR DEBILIDADE (O, W)

- O1, W1 – Promover eventos de lançamento da ferramenta;

POSSIBILIDADE DE ANULAR VULNERABILIDADE (T, W)

- T1, W1 – Aproveitar que o mercado da região ainda não foi devidamente explorado para se consolidar;
- T1, W2 – A médio e longo prazo a finalidade é desenvolver novos produtos que explorem as vendas de materiais de construção na internet.

KAZTOR

MARKETING E VENDAS



8

8. PLANO DE MARKETING E VENDAS

8.1 Modelo de negócios

Somos um negócio B2B (Business To Business), que funciona como uma vitrine de ofertas virtual, na qual nossos clientes (pequenos e médios empresários do segmento de materiais de construção) anunciam suas ofertas de maneira fácil e rápida. Enquanto os empresários atingem o seu público consumidor e conseguem aumentar suas vendas com o conhecimento da sua marca e produtos visíveis no mercado através da nossa plataforma, o consumidor final consegue acessar um portfólio diversificado de materiais de construção para facilitar suas cotações e garantias de descontos através de cupons disponíveis na vitrine. A ideia é tornar a busca de materiais de construção mais fácil, prática, flexível e dinâmica.

8.2 Estratégia Comercial

A estratégia comercial do produto Kaztor é atingir os pequenos e médios empresários do segmento de materiais de construção através de publicidades nas redes sociais, WhatsApp, visita física na loja, telefonemas e anúncios que direcionam o cliente para o site oficial da empresa onde contém informações detalhadas e benefícios para que o empresário possa assinar planos mensais, trimestrais ou anuais.

8.3 Distribuição

Inicialmente a principal distribuição será feita de forma direta, através do site de vendas e aplicativo, onde vão conter todos os dados necessários para conhecimento e contratação do serviço. Desta maneira, o cliente poderá escolher o plano que melhor lhe convier, decidindo entre os preços, prazos e formas de pagamentos ofertados pela plataforma.

Disponibilizaremos também uma equipe de vendas própria, responsável por apresentar o produto, manter relacionamento e fechar vendas presenciais com potenciais clientes do segmento de materiais de construção no mercado regional, começando pela Paraíba, Nordeste e então agir no mercado nacional, incluindo os demais estados do Brasil.

8.4 Preço

Para o primeiro ano de atividades foram determinados três tipos de planos de aquisição:



Figura 7 – Preço dos planos de Assinatura

Fonte: Elaborada pelo autor

O preço dos planos praticados acima foram definidos dentro de uma estratégia de manter o valor igual ou aproximado aos que as empresas de marketing digital e profissionais autônomos cobram hoje para anunciar diariamente marcas e produtos de diferentes tipos nas redes sociais.

8.5 Promoção

A promoção do produto Kaztor será alicerçada no tripé: Publicidade, Eventos e Propaganda. Como forma de viabilizar toda a estratégia será feita uma busca de parcerias que possam dar amplitude ao negócio.

PUBLICIDADE

A publicidade será gerada diariamente a partir de anúncios feitos nas principais redes sociais da atualidade. Buscando a potencialidade das redes sociais para gerar reconhecimento da marca/produto e relacionamento direto com clientes potenciais agregando esforços para o fortalecimento da marca e da imagem da empresa. A ideia é fazer da Kaztor uma empresa reconhecida em todo território nacional através das mídias sociais.

EVENTOS

Estrategicamente com o foco em atender ao nosso público alvo de forma rápida e impactante, produziremos eventos como **pocket shows** de conteúdos de interesse dos empresários varejistas de materiais de construção, com o intuito de despertar interesse de potenciais clientes e fidelizar os que já usam a plataforma Kaztor. Os **pocket shows** seriam apresentações rápidas, mas com conteúdo bastante relevante, uma apresentação breve dos serviços ou até mesmo das tendências do segmento, logo em seguida um delicioso café da manhã onde a maior finalidade será fazer network direto com os empresários e parceiros, a fim de gerar negócios.

PROPAGANDA

Como forma de aumentar o volume de vendas, alcançar o maior número possível de consumidores interessados e apresentar novos produtos/serviços no mercado, investiremos nas propagandas pagas nas diferentes mídias, visando disseminar a informação o mais rápido possível.

Alguns meios de fazer propaganda de forma rápida e sem gastar muito:

- **BOCA A BOCA:** Usaremos de diálogos íntimos com clientes e pessoas que querem ouvir e estão interessadas no produto, visando motivar essas pessoas para disseminar informações, opiniões e experiências pessoais de forma eficiente;
- **FEIRAS E CONFERÊNCIAS:** Montar stands de divulgação e venda dos nossos produtos/serviços em grandes feiras nacionais do nosso segmento de atuação, a exemplo da FEICON BATIMAT (Feira Internacional da Indústria da Construção), referência na América Latina nos segmentos da construção civil e arquitetura.
- **GOOGLE ADWORDS:** Através Google pretendemos potencializar nossas campanhas, usando o formato de links patrocinados que são exibidos nos resultados de buscas, de acordo com o que o usuário está procurando;
- **REDES SOCIAIS:** Alcançar pessoas, empresas, e potenciais clientes do segmentos de materiais de construção tanto da região, quanto do mundo todo, permitindo a elas a descoberta da nossa empresa, reconhecimento da marca e produtos/serviços através de anúncios vinculados e direcionados para nosso público alvo;

KAZTOR



FINANCEIRO



9

9. PLANO FINANCEIRO

Tabela 1 –Projeção financeira dos primeiros quatro anos

PROJEÇÃO FINANCEIRA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$1.061.775,00	R\$2.691.295,20	R\$3.338.161,20	R\$4.266.464,40
Impostos sobre o faturamento	R\$174.131,10	R\$441.372,41	R\$547.458,44	R\$699.700,16
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$887.643,90	R\$2.249.922,79	R\$2.790.702,76	R\$3.566.764,24
Custo do produto/serviço vendido	R\$39.795,76	R\$100.870,83	R\$125.115,63	R\$159.908,81
Gastos diretos com pessoal	R\$258.528,00	R\$427.065,60	R\$578.265,60	R\$669.273,60
Comissões de vendas	R\$106.177,50	R\$269.129,52	R\$333.816,12	R\$426.646,44
Outros Gastos Diretos	R\$13.880,00	R\$18.800,00	R\$18.800,00	R\$18.800,00
LUCRO BRUTO	R\$469.262,64	R\$1.434.056,84	R\$1.734.705,41	R\$2.292.135,39
Despesas gerais e administrativas	R\$32.280,00	R\$41.280,00	R\$50.772,00	R\$53.928,00
Despesas de vendas/comercial	R\$0,00	R\$138.240,00	R\$184.320,00	R\$230.400,00
Despesas com P&D	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00
Despesas com pessoal	R\$84.480,00	R\$337.920,00	R\$506.880,00	R\$675.840,00
LUCRO (+) / PREJUÍZO (-) LÍQUIDO	R\$352.502,64	R\$916.616,84	R\$992.733,41	R\$1.331.967,39
Capital de Giro	R\$338.818,00	R\$741.152,96	R\$548.170,76	R\$786.258,19
Investimentos em P&D	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00	R\$0,00
Investimentos CAPEX	R\$52.650,00	R\$37.700,00	R\$18.050,00	R\$22.700,00
Aporte de Capital	R\$10.000,00	R\$30.000,00	R\$40.000,00	R\$50.000,00
CAIXA LÍQUIDO	-R\$48.965,36	R\$107.763,88	R\$386.512,65	R\$473.009,20

Fonte: Elaborada pelo autor

9.1 Memória de Cálculo da Receita

PROJEÇÃO FINANCEIRA

RECEITA OPERACIONAL BRUTA

TOTAL DE LOJAS POR ESTADO



Figura 8 – Projeção financeira da receita operacional bruta

Fonte: Elaborada pelo autor

A receita foi estimada a partir de valores pagos mensalmente pelos clientes, tomando como base a adesão do nosso plano mensal que custa R\$ 99,00 reais, durante o período de 12 meses, com pretensão de venda em cima de 55% de lojas da Paraíba no primeiro ano, 35% de lojas do Pernambuco mais a Paraíba no segundo ano, 30% de lojas do Rio Grande do Norte mais a Paraíba e o Pernambuco no terceiro ano, e 20% de lojas do Ceará mais a Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte no quarto ano como está exemplificado na figura 8.

9.2 Memória dos Custos



Figura 9 – Custos previstos dos primeiros quatro anos do empreendimento

Fonte: Elaborada pelo autor

Para chegar os respectivos valores apresentados acima, foram feitos cálculos a partir da soma dos custos identificados do empreendimento que estão listados a seguir:

- Imposto sobre faturamento
- Custo dos produtos e serviços de terceiros
- Gastos com pessoal alocado aos projetos
- Comissão de vendas sobre faturamento
- Gastos diretos com viagens
- Despesas gerais e administrativas
- Gastos com colaboradores comerciais
- Gastos com pró-labore
- Aquisição de ativos permanentes
- Aumento de capital social

9.3 Memória de Gastos Diretos com Pessoal

Os gastos com pessoal alocados aos projetos e atividade afins da empresa, foram feitos com base nos respectivos salários do mercado atual de tecnologia, desenvolvimento, vendas, finanças, recursos humanos e incentivos aos estudantes que estão ingressando no mercado de trabalho. Segue a relação de cargos e suas devidas remunerações já com os custos empregatícios inclusos:

- **Analista de RH** - R\$3.200,00
- **Desenvolvedor Júnior** - R\$5.440,00
- **Desenvolvedor Pleno** - R\$6.360,00
- **Desenvolvedor Sênior** - R\$7.584,00
- **Diretor de Finanças** - R\$3.200,00
- **Estagiário** - R\$800,00
- **Executivo de Vendas** - R\$7.644,80
- **Secretária** - R\$1.360,00

Tabela 2 – Gastos diretos com pessoal no 1º ano

ANO BASE: 2017					
Função	Quant.	Valor da Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Secretária	1	8,50	160	12	16.320,00
Estagiário	1	10,00	80	12	9.600,00
Desenvolvedor Júnior	1	34,00	160	12	65.280,00
Desenvolvedor Pleno	1	39,75	160	12	76.320,00
Desenvolvedor Sênior	1	47,40	160	12	91.008,00
Total					258.528,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 3 –Gastos diretos com pessoal no 2º ano

ANO BASE: 2018					
Função	Quant.	Valor da Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Secretária	1	8,50	160	12	16.320,00
Estagiário	1	10,00	80	12	9.600,00
Desenvolvedor Júnior	1	34,00	160	12	65.280,00
Desenvolvedor Pleno	1	39,75	160	12	76.320,00
Desenvolvedor Sênior	1	47,40	160	12	91.008,00
Diretor de Finanças	1	20,00	160	12	38.400,00
Analista de RH	1	20,00	160	12	38.400,00
Executivo de Vendas	1	47,80	160	12	91.737,60
Total					427.065,60

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 4 –Gastos diretos com pessoal no 3º ano

ANO BASE: 2019					
Função	Quant.	Valor da Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Secretária	1	8,50	160	12	16.320,00
Estagiário	2	10,00	80	12	19.200,00
Desenvolvedor Júnior	2	34,00	160	12	130.560,00
Desenvolvedor Pleno	2	39,75	160	12	152.640,00
Desenvolvedor Sênior	1	47,40	160	12	91.008,00
Diretor de Finanças	1	20,00	160	12	38.400,00
Analista de RH	1	20,00	160	12	38.400,00
Executivo de Vendas	1	47,80	160	12	91.737,60
Total					578.265,60

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 5 – Gastos diretos com pessoal no 4º ano

ANO BASE: 2020					
Função	Quant.	Valor da Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Secretária	1	8,50	160	12	16.320,00
Estagiário	2	10,00	80	12	19.200,00
Desenvolvedor Júnior	2	34,00	160	12	130.560,00
Desenvolvedor Pleno	2	39,75	160	12	152.640,00
Desenvolvedor Sênior	2	47,40	160	12	182.016,00
Diretor de Finanças	1	20,00	160	12	38.400,00
Analista de RH	1	20,00	160	12	38.400,00
Executivo de Vendas	1	47,80	160	12	91.737,60
Total					669.273,60

Fonte: Elaborada pelo autor

9.4 Memória das Despesas Operacionais

As despesas gerais e administrativas foram classificadas como fixas e variáveis, não diferenciando o cálculo entre as duas. Já os valores foram estimados de acordo com os preços locais da cidade de João Pessoa, tendo em vista reajustes pequenos a cada ano subsequente, durante os primeiros quatro anos.

Tabela 6 – Despesas gerais e administrativas no 1º ano

ANO BASE: 2017				
Despesa	Tipo	Nº de Meses	Valor Mês (R\$)	Valor Total (R\$)
Aluguel	Fixa	12	1.200,00	14.400,00
Condomínio	Fixa	12	200,00	2.400,00
Faxina	Fixa	12	150,00	1.800,00
Contador	Fixa	12	200,00	2.400,00
Segurança Eletrônica	Fixa	12	200,00	2.400,00
Energia	Variável	12	200,00	2.400,00
Água	Variável	12	70,00	840,00
Internet	Variável	12	150,00	1.800,00
Telefone	Variável	12	100,00	1.200,00
Material de escritório	Variável	12	50,00	600,00
Material de Consumo	Variável	12	100,00	1.200,00
Material de Limpeza	Variável	12	70,00	840,00
TOTAL:				32.280,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 7 – Despesas gerais e administrativas no 2º ano

ANO BASE: 2018				
Despesa	Tipo	Nº de Meses	Valor Mês (R\$)	Valor Total (R\$)
Aluguel	Fixa	12	1.320,00	15.840,00
Condomínio	Fixa	12	200,00	2.400,00
Faxina	Fixa	12	150,00	1.800,00
Contador	Fixa	12	600,00	7.200,00
Segurança Eletrônica	Fixa	12	200,00	2.400,00

Energia	Variável	12	200,00	2.400,00
Água	Variável	12	70,00	840,00
Internet	Variável	12	150,00	1.800,00
Telefone	Variável	12	100,00	1.200,00
Material de escritório	Variável	12	100,00	1.200,00
Material de Consumo	Variável	12	200,00	2.400,00
Material de Limpeza	Variável	12	150,00	1.800,00
			TOTAL:	41.280,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 8 – Despesas gerais e administrativas no 3º ano

ANO BASE: 2019				
Despesa	Tipo	Nº de Meses	Valor Mês (R\$)	Valor Total (R\$)
Aluguel	Fixa	12	1.452,00	17.424,00
Condomínio	Fixa	12	200,00	2.400,00
Faxina	Fixa	12	165,00	1.980,00
Contador	Fixa	12	880,00	10.560,00
Segurança Eletrônica	Fixa	12	300,00	3.600,00
Energia	Variável	12	250,00	3.000,00
Água	Variável	12	84,00	1.008,00
Internet	Variável	12	200,00	2.400,00
Telefone	Variável	12	100,00	1.200,00
Material de escritório	Variável	12	150,00	1.800,00
Material de Consumo	Variável	12	250,00	3.000,00
Material de Limpeza	Variável	12	200,00	2.400,00
			TOTAL:	50.772,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 9 – Despesas gerais e administrativas no 4º ano

ANO BASE: 2020				
Despesa	Tipo	Nº de Meses	Valor Mês (R\$)	Valor Total (R\$)
Aluguel	Fixa	12	1.600,00	19.200,00
Condomínio	Fixa	12	200,00	2.400,00
Faxina	Fixa	12	180,00	2.160,00
Contador	Fixa	12	880,00	10.560,00
Segurança Eletrônica	Fixa	12	300,00	3.600,00
Energia	Variável	12	250,00	3.000,00
Água	Variável	12	84,00	1.008,00
Internet	Variável	12	200,00	2.400,00
Telefone	Variável	12	100,00	1.200,00
Material de escritório	Variável	12	200,00	2.400,00
Material de Consumo	Variável	12	300,00	3.600,00
Material de Limpeza	Variável	12	200,00	2.400,00
			TOTAL:	53.928,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Despesas com os colaboradores da área comercial foram feitas com base nos salários de representantes de vendas ofertados no mercado nacional. O representante comercial custará para a empresa o valor de R\$ 3.840,00 já com os custos empregatícios inclusos.

Tabela 10 – Despesas com colaboradores da área comercial no 1º ano

ANO BASE: 2017					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Representante Comercial	0	24,00	160	12	92.160,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 11 – Despesas com colaboradores da área comercial no 2º ano

ANO BASE: 2018					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Representante Comercial	3	24,00	160	12	138.240,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 12 – Despesas com colaboradores da área comercial no 3º ano

ANO BASE: 2019					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Representante Comercial	4	24,00	160	12	184.320,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 13 – Despesas com colaboradores da área comercial no 4º ano

ANO BASE: 2020					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Representante Comercial	5	24,00	160	12	230.400,00

Fonte: Elaborada pelo autor

As despesas com pessoal não alocado às atividades afins da empresa, foram feitas com base no pró-labore que os sócios determinaram. O pró-labore terá um aumento de 100% a cada ano subsequente, durante os primeiros quatro anos.

Segue a relação de cargos exercidos pelos sócios e seus devidos custos de remunerações:

- **Diretor Técnico** - R\$7.040,00
- **Diretor Administrativo** - R\$7.040,00

Tabela 14 – Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 1º ano

ANO BASE: 2017					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Diretor Técnico	1	44,00	80	12	42.240,00
Diretor Administrativo	1	44,00	80	12	42.240,00
Total					84.480,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 15 – Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 2º ano

ANO BASE: 2018					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Diretor Técnico	1	44,00	160	12	84.480,00
Diretor Administrativo	1	44,00	160	12	84.480,00
Total					168.960,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 16 – Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 3º ano

ANO BASE: 2019					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Diretor Técnico	1	44,00	160	12	84.480,00
Diretor Administrativo	1	44,00	160	12	84.480,00
Total					168.960,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 17 – Despesas com pessoal não alocado às atividades fins da empresa no 4º ano

ANO BASE: 2020					
Função	Quant.	Valor Hora (R\$)	Horas/Mês	Nº de Meses	Valor(R\$)
Diretor Técnico	1	44,00	160	12	84.480,00
Diretor Administrativo	1	44,00	160	12	84.480,00
Total					168.960,00

Fonte: Elaborada pelo autor

9.5 Memória de Investimentos em P&D

Inicialmente nos quatro primeiros anos não incluímos perspectivas de investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D) no planejamento financeiro da Kaztor, o valor posto nas projeções foi de R\$ 0,00 até que surja no futuro a necessidade de investir em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias para agregar valor e vantagem competitiva ao projeto.

9.6 Memória de Investimentos CAPEX

Os valores apresentados do investimento CAPEX foram feitos a partir das projeções de investimentos em bens de capital de longa duração, aquisição de ativos permanentes, como, reforma da sede e equipamentos necessários para manter o funcionamento da empresa.

Tabela 18 – Investimento CAPEX no 1º ano

ANO BASE: 2017			
Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Reforma da sede da empresa	1	10.000,00	10.000,00
Computadores	7	4.000,00	28.000,00
Mesas	7	500,00	3.500,00
Cadeiras	7	750,00	5.250,00
Armários	1	600,00	600,00
Ar condicionados	2	1.700,00	3.400,00
Purificador de Água	1	800,00	800,00
Quadro Branco	1	400,00	400,00
Impressora	1	700,00	700,00
TOTAL:			52.650,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 19 – Investimento CAPEX no 2º ano

ANO BASE: 2018			
Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Notebook para vendedores	3	3.000,00	9.000,00
Computadores	2	4.000,00	8.000,00
Mesas	2	500,00	1.000,00
Cadeiras	2	750,00	1.500,00
Quadro Branco	1	400,00	400,00
Mesa de Reuniões	1	5.000,00	5.000,00
Cadeiras para reuniões	10	750,00	7.500,00
TVs de 50 polegadas	1	3.000,00	3.000,00
Armários	1	600,00	600,00
Ar condicionados	1	1.700,00	1.700,00
TOTAL:			37.700,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 20 – Investimento CAPEX no 3º ano

ANO BASE: 2019			
Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Computadores	2	4.000,00	8.000,00
Mesas	2	500,00	1.000,00
Cadeiras	2	750,00	1.500,00
Armários	1	600,00	600,00
Ar condicionados	1	1.700,00	1.700,00
Notebook para vendedores	1	3.000,00	3.000,00
Cadeiras para reuniões	3	750,00	2.250,00
TOTAL:			18.050,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Tabela 21 – Investimento CAPEX no 4º ano

ANO BASE: 2020			
Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Computadores	1	4.000,00	4.000,00
Mesas	1	500,00	500,00
Cadeiras	1	750,00	750,00
Notebook para vendedores	1	3.000,00	3.000,00
Mesa de Reuniões	1	5.000,00	5.000,00
Cadeiras para reuniões	5	750,00	3.750,00
TVs de 50 polegadas	1	3.000,00	3.000,00
Armários	1	600,00	600,00
Ar condicionados	1	1.700,00	1.700,00
Quadro Branco	1	400,00	400,00
TOTAL:			22.700,00

Fonte: Elaborada pelo autor

9.7 Análise do Valor Presente

Tabela 22 – Valor dos fluxos financeiros trazidos à data zero

Fluxo de Caixa	Ano 2017	Ano 2018	Ano 2019	Ano 2020
Custos Operacionais e Desenvolvimento	-R\$1.110.740,36	-R\$2.583.531,32	-R\$2.951.648,55	-R\$3.793.455,20
Valor Presente	R\$1,00	R\$0,88	R\$0,77	R\$0,67
Custos ajustados no tempo	-R\$1.110.740,36	-R\$2.266.255,54	-R\$2.271.197,72	-R\$2.560.474,21
Custos ajustados no tempo acumulados (A)	-R\$1.110.740,36	-R\$3.376.995,90	-R\$5.648.193,62	-R\$8.208.667,82
Receita Operacional	R\$1.061.775,00	R\$2.691.295,20	R\$3.338.161,20	R\$4.266.464,40
Valor Presente	R\$1,00	R\$0,88	R\$0,77	R\$0,67
Receitas ajustadas no tempo	R\$1.061.775,00	R\$2.360.785,26	R\$2.568.606,65	R\$2.879.741,94
Receitas ajustadas no tempo acumuladas (B)	R\$1.061.775,00	R\$3.422.560,26	R\$5.991.166,91	R\$8.870.908,86
Custos + Receitas ajustados acumulados (A+B)	-R\$48.965,36	R\$45.564,36	R\$342.973,30	R\$662.241,03

Fonte: Elaborada pelo autor

9.8 Break Even

Temos uma meta ousada para o primeiro ano de funcionamento, vamos trabalhar para atingir o montante de 893 empresas, investindo inicialmente no estado da Paraíba, mas não excluindo clientes de diferentes regiões que podem tomar conhecimento sobre o nosso produto através de sites, notícias e redes sociais. Desta forma, atingiremos o nosso ponto de equilíbrio ao final do primeiro semestre de 2018, a exatamente 18 meses após o lançamento do produto no mercado.

9.9 Análise do Período de Payback

A empresa foi contemplada pelo Edital Sebrae de Inovação e entrará para o mercado com um montante de R\$ 120.000,00 para desenvolvimento da plataforma, ao qual em formato de contrapartida financeira a empresa terá que custear o valor de R\$ 80.000,00 que será financiado pelo banco do Nordeste em um total de 2 anos, formando o investimento inicial no valor de R\$ 200.000,00. Em suma, teremos um retorno sobre esse investimento após o segundo semestre de 2019, ponto esse em que a rentabilidade do projeto se iguala ao custo do mesmo, o ponto de equilíbrio já acontece e então começa a dar lucro para a empresa.

9.10 Análise do Retorno do Investimento (ROI)

O retorno sobre o investimento acontecerá com a rentabilidade de acordo com as alternativas de soluções do projeto, ao longo de 4 anos, gerando uma taxa percentual de 8,80% que mensura a relação entre o retorno financeiro do projeto e o investimento.

Tabela 23 – Retorno do investimento ROI

Receita Ajustada	Custos Ajustados
R\$ 11.357.695,80	R\$ 10.439.375,43
ROI (4 Anos)	
8,80%	

Fonte: Elaborada pelo autor

KAZTOR



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



10

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANAMACO - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS COMERCIANTES DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO. **Varejo de material de construção cresceu 8% no último quadrimestre.** Disponível em: <<http://novo.anamaco.com.br/noticia-interna.aspx?uid=4428/>>. Acesso em: 01 de nov. 2016.

CARLOS MARTINS. **Ponto De equilíbrio contábil.** Disponível em: <http://www.carlosmartins.com.br/_bizplan/bizplan23.htm/>. Acesso em: 10 de nov. 2016.

DANIEL FERNANDES. **Barreiras de Entrada.** Disponível em: <<https://gestao.wordpress.com/2009/04/27/barreiras-de-entrada/>>. Acesso em: 09 de out. 2016.

GILLES B. DE PAULA. **ROI (Retorno Sobre o Investimento): a palavra de ordem no ambiente empresarial!** Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/roi-retorno-sobre-o-investimento#O-que-e-ROI>>. Acesso em: 15 de nov. 2016.

JULIO CESAR S. SANTOS. **Principais canais de distribuição.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/principais-canais-de-distribuicao/56942/>>. Acesso em: 18 de out. 2016.

INSTITUTO DE PESQUISAS DA UNIVERSIDADE ANAMACO. **Fórum pesquisa ANAMACO 2015.** Disponível em: <http://novo.anamaco.com.br/arquivos/dadosSetor/Forum_2105%20V1.pdf/>. Acesso em: 01 de nov. 2016.

ITCG – INCUBADORA TECNOLÓGICA DE CAMPINA GRANDE. **Roteiro de plano de negócios Instruções preliminares.** Disponível em: <http://www.paqtc.org.br/portal_novo/listDocumento.action/>. Acesso em: 15 de nov. 2016.

MATHEUS. **Análise de investimento com Payback: Conheça!** Disponível em: <<http://www.novonegocio.com.br/financas/payback/>>. Acesso em: 14 de nov. 2016.

PAULO NUNES. **CAPEX.** Disponível em: <<http://know.net/cienciaconempr/gestao/capex/>>. Acesso em: 10 de nov. 2016.

PEDRO QUINTANILHA. **Promoção em Marketing Digital.** Disponível em: <<http://www.pedroquintanilha.com.br/8ps/promocao-em-marketing-digital/>>. Acesso em: 24 de out. 2016.

YURI GITAHY. **Startup: entenda o que é modelo de negócios.** Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/startup-entenda-o-que-e-modelo-de-negocios,5b3bb2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD/>>. Acesso em: 5 de out. 2016.

SEBRAE NACIONAL. **Use a matriz F.O.F.A para corrigir deficiências e melhorar a empresa.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD/>>. Acesso em: 15 de out. 2016.

SEBRAE NACIONAL. **O que é e como funciona o capital de giro?** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD/>>. Acesso em: 4 de nov. 2016.

KAZTOR

APÊNDICES



11. APÊNDICES

11.1 Business Model Canvas



11.2 Print de tela das projeções financeiras no Excel

PLANEJAMENTO FINANCEIRO 2019

Item	Descrição	Valor
2	RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 338.191,20
3	Impostos sobre o faturamento	R\$ 47.431,44
4	RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 290.759,76
5	Custo de produção/serviço vendido	R\$ 125.100,00
6	Ganhos extras com pessoal	R\$ 276.205,00
7	Comissões de vendas	R\$ 333.816,12
8	Outros Ganhos Diversos	R\$ 193.800,00
9	LUCCO BRUTO	R\$ 174.775,74
10	Despesas gerais	R\$ 50.772,00
11	Despesa de manutenção	R\$ 100.000,00
12	Despesa com P&D	R\$ 200.000,00
13	Despesa com pessoal	R\$ 500.000,00
14	LUCCO (+) PRELÍMIO (LÍQUIDO)	R\$ 66.775,74
15	Capital de Giro	R\$ 66.775,74
16	Investimentos em P&D	R\$ 200.000,00
17	Investimentos CAPEX	R\$ 400.000,00
18	Aplicação de Capital	R\$ 300.000,00
19	CAMBALÍO	R\$ 386.812,26

PLANEJAMENTO FINANCEIRO 2017

Item	Descrição	Valor
2	RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 101.775,00
3	Impostos sobre o faturamento	R\$ 17.131,10
4	RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 84.643,90
5	Custo de produção/serviço vendido	R\$ 39.795,76
6	Ganhos extras com pessoal	R\$ 209.520,00
7	Comissões de vendas	R\$ 109.177,50
8	Outros Ganhos Diversos	R\$ 180.000,00
9	LUCCO BRUTO	R\$ 449.292,64
10	Despesas gerais	R\$ 32.200,00
11	Despesa de manutenção	R\$ 100.000,00
12	Despesa com P&D	R\$ 400.000,00
13	Despesa com pessoal	R\$ 400.000,00
14	LUCCO (+) PRELÍMIO (LÍQUIDO)	R\$ 32.092,64
15	Capital de Giro	R\$ 32.092,64
16	Investimentos em P&D	R\$ 200.000,00
17	Investimentos CAPEX	R\$ 100.000,00
18	Aplicação de Capital	R\$ 100.000,00
19	CAMBALÍO	R\$ 44.092,64

PLANEJAMENTO FINANCEIRO 2020

Item	Descrição	Valor
2	RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 256.464,40
3	Impostos sobre o faturamento	R\$ 69.700,19
4	RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 186.764,21
5	Custo de produção/serviço vendido	R\$ 159.008,11
6	Ganhos extras com pessoal	R\$ 699.270,00
7	Comissões de vendas	R\$ 400.000,00
8	Outros Ganhos Diversos	R\$ 300.000,00
9	LUCCO BRUTO	R\$ 1.248.969,10
10	Despesas gerais	R\$ 200.000,00
11	Despesa de manutenção	R\$ 200.000,00
12	Despesa com P&D	R\$ 200.000,00
13	Despesa com pessoal	R\$ 700.000,00
14	LUCCO (+) PRELÍMIO (LÍQUIDO)	R\$ 1.148.969,10
15	Capital de Giro	R\$ 1.148.969,10
16	Investimentos em P&D	R\$ 200.000,00
17	Investimentos CAPEX	R\$ 200.000,00
18	Aplicação de Capital	R\$ 200.000,00
19	CAMBALÍO	R\$ 1.148.969,10

PLANEJAMENTO FINANCEIRO 2018

Item	Descrição	Valor
2	RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 101.295,20
3	Impostos sobre o faturamento	R\$ 41.272,41
4	RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 60.022,79
5	Custo de produção/serviço vendido	R\$ 100.879,83
6	Ganhos extras com pessoal	R\$ 209.520,00
7	Comissões de vendas	R\$ 209.120,00
8	Outros Ganhos Diversos	R\$ 140.000,00
9	LUCCO BRUTO	R\$ 449.292,64
10	Despesas gerais	R\$ 44.200,00
11	Despesa de manutenção	R\$ 100.000,00
12	Despesa com P&D	R\$ 200.000,00
13	Despesa com pessoal	R\$ 300.000,00
14	LUCCO (+) PRELÍMIO (LÍQUIDO)	R\$ 145.092,64
15	Capital de Giro	R\$ 145.092,64
16	Investimentos em P&D	R\$ 200.000,00
17	Investimentos CAPEX	R\$ 200.000,00
18	Aplicação de Capital	R\$ 200.000,00
19	CAMBALÍO	R\$ 145.092,64

11.3 Print de tela das projeções financeiras de gastos diretos com pessoal no Excel

GASTOS DIRETOS COM PESSOAL 2019

Função	Quantidade	Valor de Hora (R\$) (Hora/Mês)	Número de Meses	Valor (R\$)	Número de Meses	Número de Horas
Secretaria	1	8,50	12	10.200,00	12	1020
Limpeza	2	20,00	12	24.000,00	12	2400
Desenvolvedor Júnior	1	10,00	12	12.000,00	12	1200
Desenvolvedor Pleno	1	39,71	12	47.652,00	12	4765,20
Desenvolvedor Sênior	1	47,45	12	56.940,00	12	5694,00
Analista de Recursos Humanos	1	20,00	12	24.000,00	12	2400
Executivo de Vendas	1	47,78	12	57.336,00	12	5733,60
Total Celular				178.928,00		

GASTOS DIRETOS COM PESSOAL 2017

Função	Quantidade	Valor de Hora (R\$) (Hora/Mês)	Número de Meses	Valor (R\$)	Número de Meses	Número de Horas
Secretaria	1	8,50	12	10.200,00	12	1020
Limpeza	2	20,00	12	24.000,00	12	2400
Desenvolvedor Júnior	1	10,00	12	12.000,00	12	1200
Desenvolvedor Pleno	1	39,71	12	47.652,00	12	4765,20
Desenvolvedor Sênior	1	47,45	12	56.940,00	12	5694,00
Analista de Recursos Humanos	1	20,00	12	24.000,00	12	2400
Executivo de Vendas	1	47,78	12	57.336,00	12	5733,60
Total Celular				206.128,00		

GASTOS DIRETOS COM PESSOAL 2020

Função	Quantidade	Valor de Hora (R\$) (Hora/Mês)	Número de Meses	Valor (R\$)	Número de Meses	Número de Horas
Secretaria	1	8,50	12	10.200,00	12	1020
Limpeza	2	20,00	12	24.000,00	12	2400
Desenvolvedor Júnior	1	10,00	12	12.000,00	12	1200
Desenvolvedor Pleno	1	39,71	12	47.652,00	12	4765,20
Desenvolvedor Sênior	2	47,45	12	113.880,00	12	11388,00
Analista de Recursos Humanos	1	20,00	12	24.000,00	12	2400
Executivo de Vendas	1	47,78	12	57.336,00	12	5733,60
Total Celular				269.078,00		

GASTOS DIRETOS COM PESSOAL 2018

Função	Quantidade	Valor de Hora (R\$) (Hora/Mês)	Número de Meses	Valor (R\$)	Número de Meses	Número de Horas
Secretaria	1	8,50	12	10.200,00	12	1020
Limpeza	2	20,00	12	24.000,00	12	2400
Desenvolvedor Júnior	1	10,00	12	12.000,00	12	1200
Desenvolvedor Pleno	1	39,71	12	47.652,00	12	4765,20
Desenvolvedor Sênior	1	47,45	12	56.940,00	12	5694,00
Analista de Recursos Humanos	1	20,00	12	24.000,00	12	2400
Executivo de Vendas	1	47,78	12	57.336,00	12	5733,60
Total Celular				206.128,00		

11.4 Print de tela das projeções financeiras de gastos diretos com viagens no Excel

Planejamento Financeiro [Modo de Compatibilidade] - Microsoft Excel

ARQUIVO PÁGINA INICIAL INSERIR LAYOUT DA PÁGINA FÓRMULAS DADOS REVISÃO EXIBIÇÃO

Calibri 11

Quebrar Texto Automaticamente

Personalizado

Formatar como Estilos de Tabela

Inserir Excluir Formatar

Classificar Localizar e Filtrar Selecionar Edição

Área de Transf...

Fonte Alinhamento Número Estilo Células

H52

Origem	Destino	Objetivo	N. Dias	N. de pessoas	Hotel	Transporte	Combustível	Refeição	Entretenimento
João Pessoa-PB	Sertão	Prospecção de Clientes	15	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$2.400,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Borborema	Prospecção de Clientes	15	2	R\$90,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$2.400,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Agreste	Prospecção de Clientes	15	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$2.400,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Litoral	Prospecção de Clientes	15	2	R\$120,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$2.400,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Recife	ra do Segmento de materiais de construç	4	2	R\$150,00	R\$0,00	R\$200,00	R\$640,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	CASE - Evento de Startup	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
TOTAL INDIVIDUAL:					R\$720,00	R\$300,00	R\$1.500,00	R\$11.360,00	R\$0,00
					TOTAL GERAL:		R\$13.880,00		

Viagens ao estado de Pernambuco - 2018

Origem	Destino	Objetivo	N. Dias	N. de pessoas	Hotel	Transporte	Combustível	Refeição	Entretenimento
João Pessoa-PB	Sertão	Prospecção de Clientes	20	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Borborema	Prospecção de Clientes	20	2	R\$90,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Agreste	Prospecção de Clientes	20	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Litoral	Prospecção de Clientes	20	2	R\$120,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Recife	ra do Segmento de materiais de construç	4	2	R\$150,00	R\$0,00	R\$200,00	R\$640,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	ra do Segmento de materiais de construç	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	CASE - Evento de Startup	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
TOTAL INDIVIDUAL:					R\$920,00	R\$600,00	R\$1.600,00	R\$15.680,00	R\$0,00
					TOTAL GERAL:		R\$18.800,00		

Viagens ao estado de Rio Grande do Norte - 2019

Origem	Destino	Objetivo	N. Dias	N. de pessoas	Hotel	Transporte	Combustível	Refeição	Entretenimento
João Pessoa-PB	Sertão	Prospecção de Clientes	20	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Borborema	Prospecção de Clientes	20	2	R\$90,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Agreste	Prospecção de Clientes	20	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Litoral	Prospecção de Clientes	20	2	R\$120,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Recife	ra do Segmento de materiais de construç	4	2	R\$150,00	R\$0,00	R\$200,00	R\$640,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	ra do Segmento de materiais de construç	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	CASE - Evento de Startup	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
TOTAL INDIVIDUAL:					R\$920,00	R\$600,00	R\$1.600,00	R\$15.680,00	R\$0,00
					TOTAL GERAL:		R\$18.800,00		

Viagens ao estado do Ceará - 2020

Origem	Destino	Objetivo	N. Dias	N. de pessoas	Hotel	Transporte	Combustível	Refeição	Entretenimento
João Pessoa-PB	Sertão	Prospecção de Clientes	20	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Borborema	Prospecção de Clientes	20	2	R\$90,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Agreste	Prospecção de Clientes	20	2	R\$80,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Litoral	Prospecção de Clientes	20	2	R\$120,00	R\$0,00	R\$300,00	R\$3.200,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	Recife	ra do Segmento de materiais de construç	4	2	R\$150,00	R\$0,00	R\$200,00	R\$640,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	ra do Segmento de materiais de construç	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
João Pessoa-PB	São Paulo	CASE - Evento de Startup	7	2	R\$200,00	R\$300,00	R\$100,00	R\$1.120,00	R\$0,00
TOTAL INDIVIDUAL:					R\$920,00	R\$600,00	R\$1.600,00	R\$15.680,00	R\$0,00
					TOTAL GERAL:		R\$18.800,00		

Projeto 2019 Projeto 2020 Tabela Cargos **Viagens** Balanço CAPEX Despesas Fluxo ...

PRONTO

11.5 Print de tela das projeções financeiras de investimento CAPEX no Excel

ANO BASE: 2017				ANO BASE: 2019			
Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário	Valor Total	Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário	Valor Total
Reforma da sede da empresa	1	R\$10.000,00	R\$10.000,00	Computadores	2	R\$4.000,00	R\$8.000,00
Computadores	7	R\$4.000,00	R\$28.000,00	Mesas	2	R\$500,00	R\$1.000,00
Mesas	7	R\$500,00	R\$3.500,00	Cadeiras	2	R\$750,00	R\$1.500,00
Cadeiras	7	R\$750,00	R\$5.250,00	Armários	1	R\$600,00	R\$600,00
Armários	1	R\$600,00	R\$600,00	Ar condicionados	1	R\$1.700,00	R\$1.700,00
Ar condicionados	2	R\$1.700,00	R\$3.400,00	Notebook para vendedores	1	R\$3.000,00	R\$3.000,00
Purificador de Água	1	R\$800,00	R\$800,00	Cadeiras para reuniões	3	R\$750,00	R\$2.250,00
Quadro Branco	1	R\$400,00	R\$400,00				
Impressora	1	R\$700,00	R\$700,00				
TOTAL:			R\$52.650,00	TOTAL:			R\$18.050,00

ANO BASE: 2018				ANO BASE: 2020			
Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário	Valor Total	Item de Investimento	Quantidade	Valor unitário	Valor Total
Notebook para vendedores	3	R\$3.000,00	R\$9.000,00	Computadores	1	R\$4.000,00	R\$4.000,00
Computadores	2	R\$4.000,00	R\$8.000,00	Mesas	1	R\$500,00	R\$500,00
Mesas	2	R\$500,00	R\$1.000,00	Cadeiras	1	R\$750,00	R\$750,00
Cadeiras	2	R\$750,00	R\$1.500,00	Notebook para vendedores	1	R\$3.000,00	R\$3.000,00
Quadro Branco	1	R\$400,00	R\$400,00	Mesa de Reuniões	1	R\$5.000,00	R\$5.000,00
Mesa de Reuniões	1	R\$5.000,00	R\$5.000,00	Cadeiras para reuniões	5	R\$750,00	R\$3.750,00
Cadeiras para reuniões	10	R\$750,00	R\$7.500,00	TVs de 50 polegadas	1	R\$3.000,00	R\$3.000,00
TVs de 50 polegadas	1	R\$3.000,00	R\$3.000,00	Armários	1	R\$600,00	R\$600,00
Armários	1	R\$600,00	R\$600,00	Ar condicionados	1	R\$1.700,00	R\$1.700,00
Ar condicionados	1	R\$1.700,00	R\$1.700,00	Quadro Branco	1	R\$400,00	R\$400,00
TOTAL:			R\$37.700,00	TOTAL:			R\$22.700,00

11.6 Print de tela das projeções financeiras de despesas gerais e administrativas no Excel

ANO BASE: 2017					ANO BASE: 2019				
Despesa	Tipo de Despesa	Número de Meses	Valor Mensal	Valor Total	Despesa	Tipo de Despesa	Número de Meses	Valor Mensal	Valor Total
Aluguel	Fixa	12	R\$1.200,00	R\$14.400,00	Aluguel	Fixa	12	R\$1.452,00	R\$17.424,00
Condomínio	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Condomínio	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00
Faxina	Fixa	12	R\$150,00	R\$1.800,00	Faxina	Fixa	12	R\$165,00	R\$1.980,00
Contador	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Contador	Fixa	12	R\$880,00	R\$10.560,00
Segurança Eletrônica	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Segurança Eletrônica	Fixa	12	R\$300,00	R\$3.600,00
Energia	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Energia	Variável	12	R\$250,00	R\$3.000,00
Água	Variável	12	R\$70,00	R\$840,00	Água	Variável	12	R\$84,00	R\$1.008,00
Internet	Variável	12	R\$150,00	R\$1.800,00	Internet	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00
Telefone	Variável	12	R\$100,00	R\$1.200,00	Telefone	Variável	12	R\$100,00	R\$1.200,00
Material de escritório	Variável	12	R\$50,00	R\$600,00	Material de escritório	Variável	12	R\$150,00	R\$1.800,00
Material de Consumo	Variável	12	R\$100,00	R\$1.200,00	Material de Consumo	Variável	12	R\$250,00	R\$3.000,00
Material de Limpeza	Variável	12	R\$70,00	R\$840,00	Material de Limpeza	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00
TOTAL:			R\$32.280,00		TOTAL:			R\$50.772,00	

ANO BASE: 2018					ANO BASE: 2020				
Despesa	Tipo de Despesa	Número de Meses	Valor Mensal	Valor Total	Despesa	Tipo de Despesa	Número de Meses	Valor Mensal	Valor Total
Aluguel	Fixa	12	R\$1.320,00	R\$15.840,00	Aluguel	Fixa	12	R\$1.600,00	R\$19.200,00
Condomínio	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Condomínio	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00
Faxina	Fixa	12	R\$150,00	R\$1.800,00	Faxina	Fixa	12	R\$180,00	R\$2.160,00
Contador	Fixa	12	R\$600,00	R\$7.200,00	Contador	Fixa	12	R\$880,00	R\$10.560,00
Segurança Eletrônica	Fixa	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Segurança Eletrônica	Fixa	12	R\$300,00	R\$3.600,00
Energia	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Energia	Variável	12	R\$250,00	R\$3.000,00
Água	Variável	12	R\$70,00	R\$840,00	Água	Variável	12	R\$84,00	R\$1.008,00
Internet	Variável	12	R\$150,00	R\$1.800,00	Internet	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00
Telefone	Variável	12	R\$100,00	R\$1.200,00	Telefone	Variável	12	R\$100,00	R\$1.200,00
Material de escritório	Variável	12	R\$100,00	R\$1.200,00	Material de escritório	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00
Material de Consumo	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00	Material de Consumo	Variável	12	R\$300,00	R\$3.600,00
Material de Limpeza	Variável	12	R\$150,00	R\$1.800,00	Material de Limpeza	Variável	12	R\$200,00	R\$2.400,00
TOTAL:			R\$41.280,00		TOTAL:			R\$53.928,00	