



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAPÁ
CAMPUS LARANJAL DO JARI
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ADENILTON DE SOUZA PINHO
ELIAN REIS DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HOOPE

Laranjal do Jari
2022

ADENILTON DE SOUZA PINHO
ELIAN REIS DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HOOPE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Bacharelado em
Administração como requisito avaliativo para
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador(a): Prof. Dr. Edilon Mendes Nunes

Laranjal do Jari

2022

Biblioteca Institucional - IFAP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S586p Silva, Elian Reis da
 Plano de Negócio da Empresa Hoope / Elian Reis da Silva, Adenilton de
 Souza Pinho. - Laranjal do Jari, 2022.
 64 f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -- Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá, Campus Laranjal do Jari,
Curso de Bacharelado em Administração, 2022.

Orientador: Edilon Mendes Nunes.

1. Plano de negócio. 2. Plataforma de digital. 3. freelancer. I. Pinho,
Adenilton de Souza. I. Nunes, Edilon Mendes, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do IFAP
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

ADENILTON DE SOUZA PINHO
ELIAN REIS DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HOOPE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Bacharelado em
Administração como requisito avaliativo para
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof. Dr. Edilon Mendes Nunes

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Edilon Mendes Nunes

Orientador

IFAP - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

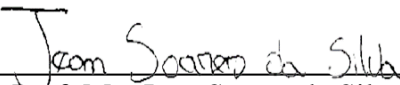
Campus Laranjal do Jari


Prof. Me. Alain Roel Rodrigues dos Santos

Examinador

IFAP - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

Campus Laranjal do Jari



Prof. Me. Jean Soares da Silva

Examinador

IFAP - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá

Campus Laranjal do Jari

Defendida em: 09 / 12 / 2022.

Conceito/Nota: 91

Laranjal do Jari

2022

Dedico este trabalho à minha família pela fé e confiança demonstrada. Que sempre me apoiou a não desistir desse sonho acadêmico.

Adenilton de Souza Pinho

AGRADECIMENTOS

A Deus pela incondicional presença durante mais essa etapa da minha vida, onde ele tem me sustentado debaixo de suas mãos poderosa.

A minha esposa e meus filhos que sempre estiveram ao meu lado, me apoiando e incentivando nessa grande caminhada acadêmica, acreditando nos frutos que virão como resultados dessa grande conquista em nossas vidas.

Ao amigo de curso Elian Reis da Silva, que ao longo desse curso se tornou mais que um amigo, um irmão. Com sua parceira, inteligência e determinação, agregou grandes conhecimentos aos quais me ajudaram a chegar ao final dessa jornada acadêmica.

Ao professor e coordenador do meu curso de Bacharelado em Administração, Alain Roel Rodrigues dos Santos, pela dedicação inabalável e compromisso com à arte de ensinar. Obrigado por sempre se colocar à disposição.

Ao meu orientador Edilon Mendes, por acreditar, por dedicar seu tempo e compartilhar seu conhecimento, pela alteridade de entender minhas dificuldades e contribuir com o meu crescimento acadêmico e pessoal.

Aos professores, pelo simples fato de estarem dispostos a ensinar, sem os quais eu não teria atingido meus objetivos acadêmicos de forma tão consistente.

Adenilton de Souza Pinho

“Porém eu e a minha família serviremos a Deus, o Senhor.”

(Josué 24:15b)

Dedico este trabalho a todos aqueles que acompanharam minha jornada, me incentivando a permanecer firme nessa caminhada e me motivando a acreditar sempre nos meus sonhos.

Elian Reis da Silva

AGRADECIMENTOS

A Deus, pois sem Ele não teria forças para completar cada etapa dessa jornada. Nas bênçãos e provações que fizeram parte dessa longa caminhada eu sentia as mãos de Deus me sustentando e moldando como profissional e como pessoa.

A minha equipe de trabalho formada pelos acadêmicos Adenilton de Souza Pinho, Caroline Silva Soares, Docicleide Correia de Castro, José Luiz Lima Mendes e Juciene dos Passos Martins Américo que, com muita dedicação e comprometimento, estiveram comigo buscando entregar os melhores resultados sempre e se tornaram amigos que vou levar para toda a vida. Em especial, aprofundo meus agradecimentos ao Adenilton que, se disponibilizou a está comigo na produção desse Plano de Negócio, se tornando referência para mim como profissional e pessoa por seu comprometimento, profissionalismo, disciplina e companheirismo.

A todos os professores que, com muita qualidade, foram fundamentais aos conduzir essa jornada. Em especial, agradeço a dois deles: ao nosso orientador Edilon Mendes Nunes que com toda sua sabedoria e conhecimento nos acolheu e soube nos guiar com excelência em nosso Trabalho de Conclusão de Curso; e ao nosso coordenador Alain Roel Rodrigues dos Santos que com mestria e empatia soube coordenar todos os esforços suficientes a promoção da qualidade do Curso Superior de Bacharelado em Administração do Instituto Federal do Amapá – Campus Laranjal do Jari.

A toda a minha família que esteve sempre nos bastidores dessa caminhada e foram fundamentais para eu sentir que tinha uma base e uma razão para vencer todas as adversidades enfrentadas. Em especial, agradeço a três pessoas na minha família: a minha mãe, senhora Maria das Dores da Silva Reis, que foi a primeira a acreditar sempre nos meus sonhos, enxergando sempre que eu podia chegar mais longe e alcançar aquilo que parecia ser impossível aos olhos de outras pessoas, faltam-me palavras para expressa-lhes o quanto sou grato e orgulhoso por ser seu filho; o meu pai; senhor Antônio Conceição da Silva, que mesmo com seu jeito endurecido, sempre deixou transparecer o quanto acreditava nos meus sonhos; e minha esposa, Eliana de Lima de Souza Reis, que chegou um pouco mais tarde nessa caminhada, porém se tornou minha principal parceira de caminhada, com toda sua paciência, carinho, humildade, simplicidade e amor me fez realçar as virtudes dos meus sonhos e foi a principal responsável pelo o controle emocional que tive nessa jornada.

Elian Reis da Silva

“Ainda que eu fale as línguas dos homens e dos anjos, se não tiver amor, eu serei como o bronze que soa ou como címbalo que retine.”

(1 Coríntios 13:1)

RESUMO

A ideia de negócio surgiu da necessidade, vista no mercado local, de uma ferramenta que conectasse profissionais a clientes que necessitam contratar *freelancer*¹ de diferentes áreas para expandir suas empresas ou para demandas pessoais. Foi desenvolvido um plano de venda desse serviço que inicialmente inclui apenas uma taxa de retorno sobre o serviço prestado pelo *freelancer*. Para a prestação do serviço a empresa pretende investir em uma plataforma digital que possibilitará, por exemplo, a comunicação e negociação entre clientes e prestadores autônomos de serviços de várias áreas. Foi realizado um levantamento de todos os investimentos financeiros necessários para a implementação e execução do negócio em um período de curto a médio prazo utilizando a plataforma PNBOX disponibilizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE). As análises permitiram identificar que será necessário um investimento inicial de R\$72.746,68 (setenta e dois mil setecentos e quarenta e seis reais e sessenta e oito centavos) e a taxa interna de retorno do investimento será de 61,92% ao ano, totalizando um *payback*² médio de 19 meses com uma rentabilidade de 33,40% ao ano.

Palavras-chave: plano de negócio; plataforma digital; *freelancer*.

ABSTRACT

The business idea arose from the need, seen in the local market, for a tool that would connect professionals to clients who need to hire freelancer from different areas to expand their companies or for personal demand. A sales plan for this services was developed, which initially only includes a return fee on the service provided by the freelancer. To provide the service, the company intends to invest in a digital platform that will enable, for example, communication and negotiation between customer and autonomous service provides in various areas. A survey was carried out of all the financial investment necessary for the implementation and execution of the business in a short to medium term period using the PNBOX platform provided by the Brazilian Support Service for Big and Small Companies (SEBRAE), As, analyzes allowed identifying which an initial investments of R\$72, 746.68 (seventy-two thousand, seven hundred and forty-six reais and sixty-eight cents) will be required and the internal rate of return on the investment will be 61.92% per year, totaling an average payback of 19 months with a return of 33.40% per year.

Keywords: business plan; digital platform; freelancer.

SUMÁRIO

1. RESUMO EXECUTIVO	15
1.1 Enunciado do projeto	15
1.2 Serviço e tecnologia	16
1.3 Mercado potencial	16
1.4 Previsão de serviços do projeto	22
1.5 Rentabilidade do projeto financeiro	22
1.6 Necessidade de financiamento ou capital	22
2. EMPRESA	23
2.1 Aspectos gerais da empresa	23
2.2 Participação Societária	24
2.3 Aspectos Legais	24
2.4 Negócio, Missão, Visão e Valores	24
2.4.1 NEGÓCIO.....	25
2.4.2 VISÃO	25
2.4.3 MISSÃO.....	25
2.4.4 VALORES	25
2.5 Estrutura organizacional	26
2.5.1 SINTESE DE RESPONSABILIDADE DOS ADMINISTRADORES	26
2.5.2 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES	27
2.6 Parcerias	27
3. SERVIÇO	28
3.1 Característica	29
3.2 Diferencial tecnológico	29
3.3 Responsabilidade Social Empresarial	30
3.4 Pesquisa e desenvolvimento	30
4. MERCADO	30
4.1 Clientes	31
4.2 Concorrentes	31
4.3 Fornecedores	32
4.4 Dimensionamento do mercado	32
5. ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO	32

5.1	Análise estratégica (SWOT)	33
5.1.1	ANÁLISE INTERNA	33
5.1.2	ANÁLISE EXTERNA	35
5.1.3	OBJETIVOS	36
5.1.3.1	Objetivo geral	36
5.1.3.2	Objetivo financeiro	36
5.1.3.3	Objetivo de marketing	36
5.1.4	ESTRATÉGIAS	36
6.	PLANO DE MARKETING	37
6.1	Estratégias de vendas	37
6.1.1	PLANEJAMENTO	38
6.1.2	ORGANIZAÇÃO	38
6.2	Serviço e diferencial competitivo	38
6.2.1	ESTRATÉGIA DE MARKETING NO ESTÁGIO DE INTRODUÇÃO	39
6.2.2	ESTRATÉGIA DE MARKETING NO ESTÁGIO DE CRESCIMENTO	39
6.2.3	ESTRATÉGIA DE MARKETING NO ESTÁGIO DE MATURIDADE.....	40
6.3	Preço/políticas de preços	40
6.4	Comunicação e propaganda	40
6.4.1	FIXAÇÃO DE OBJETIVOS	40
6.4.2	PUBLICIDADE	41
6.4.3	RELAÇÕES PÚBLICAS.....	41
6.5	Material de Comunicação	41
6.6	Pós-venda	41
7.	PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	42
7.1	Situação Atual	42
7.2	Contingência	42
8.	PLANEJAMENTO FINANCEIRO	42
8.1	Plano de investimento	42
8.1.1	INVESTIMENTO INICIAL	43
8.1.2	RECURSOS	44
8.1.3	REGIME DE TRIBUTAÇÃO	44
8.1.4	INVESTIMENTO FIXO.....	44
8.1.5	INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	46
8.1.6	PROJEÇÃO DE RECEITA	46

8.1.7 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO INICIAL	47
8.2 Plano econômico financeiro	48
8.2.1 PREÇO DE CUSTO POR FREELANCER.....	48
8.2.2 NECESSIDADE DE MÃO DE OBRA MENSAL/ANUAL.....	51
8.2.3 ENCARGOS SOCIAIS.....	52
8.2.4 ESTRUTURA DE CUSTOS E DESPESAS FIXAS	52
8.2.5 ESTRUTURA DE CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS	54
8.2.6 FLUXO DE CAIXA	55
8.2.7 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO	56
8.2.8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO E T.I.R PARA O PERÍODO DE 3 ANOS	60
8.2.9 PORTE DA EMPRESA E INDICADORES FINANCEIROS	60
8.2.10 ANÁLISES DE CENÁRIOS.....	62
REFERÊNCIAS	66

PLANO DE NEGÓCIO

HOOPE

ADENILTON DE SOUZA PINHO (adepinho0612@gmail.com)

ELIAN REIS DA SILVA (elianreise778@gmail.com)

INFORMAÇÕES DOS SÓCIOS



Adenilton de Souza Pinho – Diretor presidente

Nascido em Laranjal do Jari - AP, graduado em Tecnologia em Gestão Ambiental, Técnico em Informática e acadêmico de Administração, cursando o penúltimo semestre do curso de Bacharelado em Administração no Instituto Federal do Amapá (IFAP).



Elian Reis da Silva – Diretor de Desenvolvimento e Pesquisa

Nascido em Almeirim - PA, acadêmico de Administração, cursando o penúltimo semestre do curso de Bacharelado em Administração no Instituto Federal do Amapá (IFAP).

1. RESUMO EXECUTIVO

A ideia de negócio surgiu da necessidade, vista no mercado local, de uma ferramenta que conectasse profissionais a clientes que necessitam contratar *freelancer*³ de diferentes áreas para expandir suas empresas ou para demandas pessoais. Foi desenvolvido um plano de venda desse serviço que inicialmente inclui apenas uma taxa de retorno sobre o serviço prestado pelo *freelancer*.

Para a prestação do serviço a empresa pretende investir em uma plataforma digital que possibilitará, por exemplo, a comunicação e negociação entre clientes e prestadores autônomos de serviços de várias áreas. A empresa trabalhará com dois tipos de clientes: o direto que serão os *freelancers*, esses receberão todo o suporte da empresa, inclusive para a criação e divulgação de portfólios de serviços dentro da plataforma; e os indiretos, que serão os demandantes de serviços.

Foi realizado um levantamento de todos os investimentos financeiros necessários para a implementação e execução do negócio em um período de curto a médio prazo utilizando a plataforma PNBOX disponibilizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE). As análises permitiram identificar que será necessário um investimento inicial de R\$72.746,68 (setenta e dois mil setecentos e quarenta e seis reais e sessenta e oito centavos) e a taxa interna de retorno do investimento será de 61,92% ao ano, totalizando um *payback*⁴ médio de 1 anos e 7 meses (19 meses) com uma rentabilidade de 33,40% ao ano.

1.1 Enunciado do projeto

A Hoope será uma empresa de serviços que, através de uma Plataforma Digital, vai conectar usuários que desejam diferentes tipos de serviços e prestadores de serviços (*freelancers*) a trabalhadores e profissionais autônomos, focando em atender com qualidade e segurança a fim de garantir a satisfação nos serviços solicitados pelos usuários.

A plataforma digital pretende promover uma verdadeira mudança nas relações de prestação de serviços locais, levando inúmeras vantagens como comodidade e ausência de

³ *Freelancer* é um termo inglês utilizado para denominar o profissional autônomo que trabalha para diferentes pessoas e empresas de forma independente.

² *Payback* é um indicador financeiro que aponta o tempo de retorno do valor investido no negócio.

burocracia. A flexibilidade de acesso e a mobilidade serão características vantajosas dessa plataforma, pois poderá ser acessada em qualquer lugar do Vale do Jari, pelo celular ou pelo computador, bastando ter uma conexão com a internet.

1.2 Serviço e tecnologia

A empresa será especializada na mediação de serviços contratados pela internet e a plataforma digital será o diferencial da empresa no mercado local. Nela o cliente poderá realizar seu cadastro e solicitar o serviço que necessita através de um catálogo de serviços e profissionais disponibilizado no site ou por meio de um pequeno questionário que após preenchido se tornará uma publicação dentro da plataforma com uma breve descrição e média de preço do serviço.

Uma vez publicada as demandas de serviços, os profissionais previamente cadastrados na plataforma poderão mandar suas propostas comentando na publicação, incluindo o valor do serviço, o tempo para a conclusão e o que mais o cliente solicitar. Contudo, eles poderão visualizar apenas o quantitativo de propostas feitas na publicação e seu próprio comentário, não podendo visualizar comentários de outros profissionais, pois serão direcionados apenas para o cliente.

Além do site, a empresa estará investimento em uma plataforma terceirizada de gestão de atendimento via WhatsApp para funcionar como um canal secundário de atendimento aos *freelancers* e seus clientes. Esta opção funcionará como suporte à plataforma e, caso haja instabilidade no funcionamento do site, funcionará também como uma estratégia de contingência para evitar que todo o negócio fique inoperante.

1.3 Mercado potencial

A pandemia de Covid-19 trouxe consigo tendências e rotinas que impulsionaram o mercado de *freelancers* no Brasil. De acordo com o G1 (portal de notícias da empresa Globo) sobre os dados a respeito da busca por profissionais autônomos e *freelancers* no Brasil e os serviços com maior demanda na pandemia em 2020, ocorreu um aumento significativo na procura de profissionais autônomos e de cadastros de novos *freelancers* nas plataformas Workana e GetNinjas (plataformas que conectam usuários a prestadores de serviços).

FIGURA 01 - Busca por profissionais autônomos e freelancers nos Brasil e os serviços com maior demanda na pandemia, 2020.

The image shows a screenshot of a news article on the G1 website. The page has a red header with the G1 logo and the word 'ECONOMIA'. Below the header, there is a blue banner with an image of two people smiling and a box of LACTA cheese. The main headline reads: 'Pandemia aumenta busca por profissionais autônomos e freelancers no país; veja serviços com maior demanda'. Below the headline, the text states: 'Workana registrou 293 mil novos freelancers brasileiros desde o início da pandemia; GetNinjas aponta cerca de 400 mil profissionais autônomos cadastrados entre março e setembro.' The author is listed as 'Por Marta Cavallini, G1' and the date is '25/10/2020 09h43 · Atualizado há 2 anos'. There are social media sharing icons at the bottom right of the article.

Fonte: G1.globo.com, 2020.

A pesquisa mencionada mostrou um aumento de 32% no número de cadastros de profissionais brasileiros na plataforma Workana (maior plataforma de serviços *freelancers* da América Latina) durante a pandemia em 2020, passando a conter mais de 3,2 milhões de *freelancers* cadastrados na plataforma. Já o aplicativo GetNinjas registrou 400 mil novos profissionais entre março e setembro deste mesmo ano, totalizando um aumento de 62% em relação ao ano anterior.

Além disso, a mesma pesquisa registrou os seguintes dados a respeito dos profissionais mais demandados entre março e setembro desse mesmo ano:

Tabela 01 - Ranking dos 10 profissionais mais demandados entre março e setembro de 2020.

Ranking	Profissionais
1	Pedreiro
2	Mudanças e carretos
3	Técnico de celular
4	Técnico de televisão
5	Montador de móveis
6	Eletricista
7	Diarista
8	Técnico de geladeira e freezer
9	Advogado
10	Encanador

Fonte: G1.globo.com, 2020.

Além dessa pesquisa, os números da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad Contínua) divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no ano de 2021 mostrou que no Brasil a quantidade de trabalhadores autônomos alcançou o número de 24,8 milhões de pessoas no segundo trimestre desse ano. Esse número representou um crescimento de 4,2% em relação ao trimestre anterior, correspondendo 28,3% de toda a população ativa no mercado.

Outra pesquisa realizada em 2019 com 2.094 profissionais cadastrado na Workana, apontou que 61,5% (mais da metade) dos entrevistados pretendiam começar a trabalhar como *freelancers*, enquanto que a busca pelo retorno ao emprego pela CLT (Consolidação das Leis Trabalhista) foi apontado por apenas 5,8% dos entrevistados.

FIGURA 02 - Pesquisa Workana sobre o trabalho freelancer em 2019.



Fonte: Blog Workana, 2019.

A plataforma Workana possui uma média de 30 mil projetos mensais de demanda de serviços, ou seja, cerca de mil projetos por dia. Atualmente, ela já conta com mais de 3 milhões de *freelancers* cadastrados e afirma que durante a pandemia ocorreu um aumento de 42% de cadastro de novos *freelancers* em toda a América Latina e de 32% no Brasil.

Partindo para a uma realidade mais próxima, temos as informações a respeito do trabalho no Estado de acordo com a PNAD realizada pelo IBGE no 3º trimestre do ano de 2022 que mostrou os seguintes dados na tabela abaixo onde é possível observar o potencial do mercado de trabalhadores autônomos no estado do Amapá.

Tabela 02 - Mercado de trabalho no Estado do Amapá de acordo com o IBGE, 2022.

Dados	Descrição	Análise
415 mil pessoas na força de trabalho	Compreende as pessoas de 14 anos ou mais de idade ocupadas ou desocupadas na semana da referência.	Indica o volume de pessoas ativas no estado.
181 mil pessoas ocupadas informalmente. (43,61% das pessoas na força de trabalho).	Pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência como empregado no setor privado sem carteira assinada; ou trabalhador por conta própria sem CNPJ; ou empregador sem CNPJ; ou trabalhador doméstico sem carteira assinada; ou trabalhador familiar auxiliar.	Indicado a grande parcela de pessoas que estão ganhando sua renda sem um vínculo formal. Representando uma oportunidade de se tornarem clientes da plataforma por uma renda extra.
45 mil pessoas desocupadas (10,84% das pessoas na força de trabalho).	Pessoas de 14 anos ou mais de idade sem trabalho em ocupação na semana de referência, que tomaram alguma providência efetiva para consegui-lo no período de referência de 30 dias, e que estavam disponíveis para assumi-lo na semana de referência. Consideram-se, também, como desocupadas as pessoas sem trabalho em ocupação na semana de referência que não tomaram providência efetiva para consegui-lo no período de referência de 30 dias porque já o haviam conseguido e iriam começá-lo em menos de quatro meses após o último dia da semana de referência.	Indica o volume de potenciais clientes no estado, pois geralmente são pessoas que necessitam de oportunidades para gerarem renda extra ou integral.

Fonte: IBGE, 2022.

Já no município de Laranjal do Jari temos os seguintes dados de acordo com as informações disponibilizada pelo IBGE na sua pesquisa que se baseou no Cadastro Central de

Empresas no ano de 2020, da população estimada de 52.302 pessoas no município, apenas 2.975 pessoas (5,8%) constavam como ocupadas. Apesar de parecer um número abaixo do que costumamos imaginar, é possível justificar o registro no grande número de pessoas observadas que trabalham na informalidade ou que moram no município, mas são empregadas no estado do Pará.

Analisando os números divulgados pelas pesquisas e a realidade observada para quem convive na região do vale do Jari é possível verificar duas vertentes que favorecem a criação do modelo de negócio proposto. De um lado temos um enorme número de pessoas que necessitam de uma oportunidade para gerarem uma renda integral ou extra e que, na maioria das vezes, obrigam-se a migrarem para outros estados em busca de oportunidade. De um outro lado, temos pessoas e empresas que necessitam frequentemente da contratação de profissionais autônomos e enfrentam, na maioria das vezes, experiências ruins, como: não conseguem encontrar profissionais específicos; são explorados por charlatões que monopolizam o valor do serviço; recebem uma péssima prestação de serviços por não conhecerem tecnicamente do serviço; não podem acessar as informações sobre o histórico profissional do prestador; recebem um péssimo atendimento e aceitam mesmo assim devido não poder contar com um banco de dados de profissionais da área; entre outras.

Dessa forma, a empresa Hoope, impulsionada pela tecnologia digital adaptada à realidade social local, identifica-se nesses dados uma oportunidade de criar um negócio que possa gerar mais oportunidades no Vale do Jari, principalmente para essa grande parcela de pessoas que constam na estimativa como desempregadas ou em situação de informalidade necessitando de uma renda extra. Objetiva-se criar um ambiente onde todos os *freelancer* terão uma atenção especial, desde o seu cadastro até a manutenção e divulgação dos portfólios dos seus serviços, adicionando principalmente a opção da prestação do serviço de forma presencial, focando principalmente na garantia da qualidade dos serviços prestados.

O modelo de negócio é inspirado principalmente em modelos de negócios inovadores, como: Workana (conecta usuários com *freelancers* para projetos *online*); GetNinjas (conecta profissionais com pessoas que precisam de seus serviços); Uber (conecta usuários como motoristas parceiros), Ifood (atua no ramo de entrega de comida por meio da internet); Netshoes (conecta marcas esportivas com clientes do segmento), Me Salva (conecta pré-vestibulandos com professores); entre outros.

1.4 Previsão de serviços do projeto

Os serviços prestados pela empresa serão todos focados na comodidade para os usuários da plataforma, segurança das negociações, suporte aos *freelancers*, divulgação e garantia dos serviços prestados aos clientes. Dessa forma, a empresa realizará: constantes ajustes e manutenção na plataforma, trabalhando em cima do feedback dos usuários; criará novas categorias de serviços à medida que novos profissionais se cadastrarem na plataforma; intermediará todas as transações financeiras entre os *freelancers* e os clientes; ajudará na criação e manutenção dos *portifólio* dos profissionais; realizará todos os trabalhos de marketing dos serviços prestados; e dará todas as instruções necessárias para a execução dos serviços prestados pelos *freelancers*.

1.5 Rentabilidade do projeto financeiro

Baseado nos estudos de viabilidade do projeto, a empresa pretende operar com a seguinte rentabilidade:

- TIR (Taxa Interna de Retorno): 61,92%
- Rentabilidade: 33,40%
- VPL (Valor Presente Líquido) (TMA: 13,75% - período: 3 anos): 84.538,37
- *Payback* simples: 1 ano e 7 meses (19 meses)

1.6 Necessidade de financiamento ou capital

O capital necessário para a criação do negócio é de R\$ 72.746,68 (setenta e dois mil setecentos e quarenta e seis reais e sessenta e oito centavos).

2. EMPRESA

A empresa ainda está em fase de projeto. Contudo, espera-se que a implementação do negócio provoque uma verdadeira revolução no comportamento dos consumidores no mercado local. Em curto prazo estima-se uma abrangência do negócio apenas no Vale do Jari, mas a longo prazo, pretende-se expandir o negócio para todo o território do estado do Amapá.

2.1 Aspectos gerais da empresa

A Hoope será uma empresa de serviços que, através de uma plataforma digital, vai conectar clientes que desejam diferentes tipos de serviços e prestadores de serviços a profissionais autônomos.

- Razão Social: Hoope Serviços ME
- Nome Fantasia: Hoope Serviços
- Slogan: “Evoluindo o seu jeito de trabalhar”

FIGURA 03 - Slogan e logotipo da empresa.



Hoope

Evoluindo o seu jeito de trabalhar.

O nome da empresa foi inspirado no termo “*Hope*” da língua inglesa, essa palavra traduzida para o português significa “esperança”.

2.2 Participação Societária

A tabela a seguir apresenta os sócios da empresa, valor a ser investido e participação societária dos sócios.

Tabela 03 - Sócios da empresa Hoope.

Sócios	Valor Investido	Participação Societária
Adenilton de Souza Pinho	R\$ 36.373,34	50%
Elian Reis da Silva	R\$ 36.373,34	50%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

2.3 Aspectos Legais

De acordo com a Lei nº 9317/96, artigo 3º e inciso I, alterada pela Lei Complementar nº 123/06, que institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte que diz: no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Dessa forma, prevê-se a classificação da empresa como microempresa, pois sua receita bruta anual não ultrapassa o limite previsto por essa lei.

2.4 Negócio, Missão, Visão e Valores

Abaixo está descrito o modelo de negócio juntamente com a missão, a visão e valores propostos para empresa.

2.4.1 NEGÓCIO

A Hoope será uma empresa que atuará através de uma plataforma digital, na mediação de prestação de serviços contratados através da internet, conectando usuários (clientes) com vários tipos de necessidades de serviços a profissionais autônomos com competências e habilidades para sanar essas demandas.

A proposta da empresa é atender à necessidade dos clientes no Vale do Jari, cadastrando *freelancers* que prestaram serviços em diversas categorias, como: TI (tecnologia da informação) e programação, design e multimídia, marketing e vendas, suporte administrativo, jardinagem, assistência de técnica diversas, manutenção de equipamentos diversos, *personal trainer*, dedetização, entre outras.

2.4.2 VISÃO

Ser a mais completa plataforma digital do Vale do Jari na mediação da contratação de serviços de *freelancers* pela internet.

2.4.3 MISSÃO

Criar um ambiente digital favorável ao encontro e negociação de demandantes de serviços e profissionais autônomos.

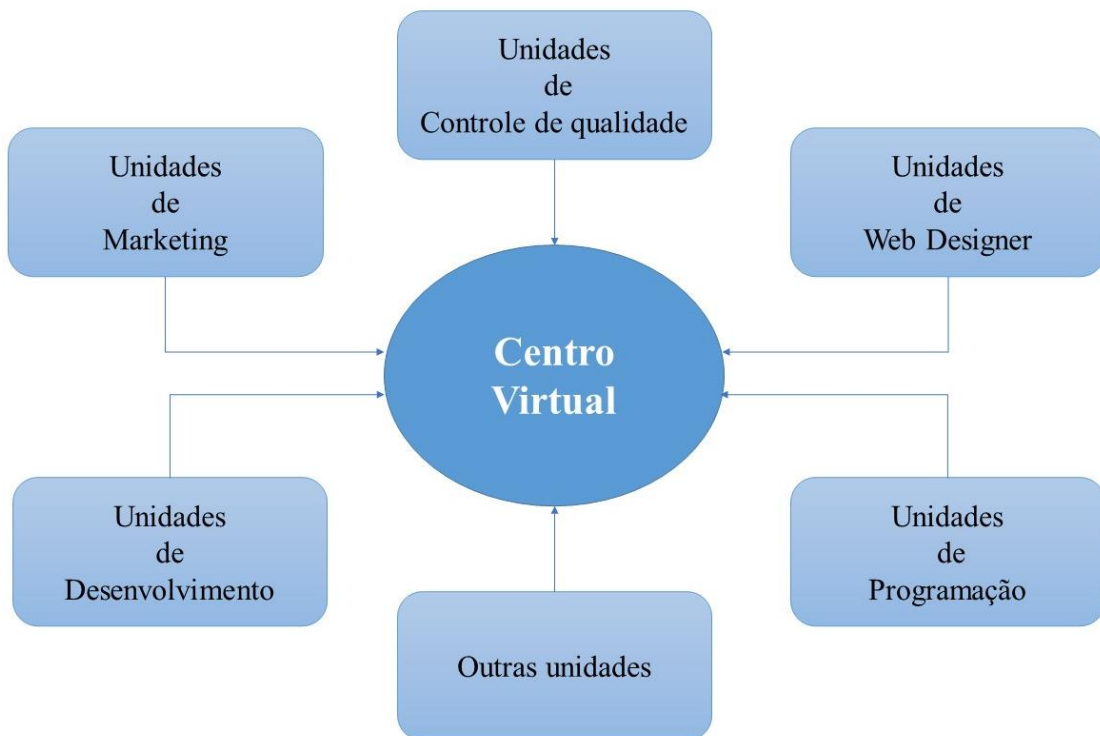
2.4.4 VALORES

Honestidade, qualidade, segurança, compromisso, empatia e liberdade.

2.5 Estrutura organizacional

A Hoope apresentará uma estrutura de negócio consideravelmente nova por muitos autores conceituados da Administração, a estrutura em redes. Entre vários motivos, o principal que justifica a escolha desse modelo é o fato da empresa necessitar do apoio de equipes de profissionais e empresas que estão presente em outras regiões do Brasil e do mundo, tornando mais viável a terceirização da execução de projetos do que ter que contratar esses profissionais para atuar em um polo local.

Figura 04 – Organograma da empresa Hoope



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

2.5.1 SINTESE DE RESPONSABILIDADE DOS ADMINISTRADORES

Abaixo está listada uma síntese de responsabilidade dos administradores da empresa:

- Formular e implementar o planejamento estratégico da empresa;
- Implementar ou modificar processos dentro da empresa ou setores;
- Gerenciar os recursos e operações gerais da empresa;

- Observar cenário externo e interno competitivo, oportunidades de expansão, clientes, mercados, novos desenvolvimentos e padrões tecnológicos;
- Demonstrar a liderança necessária para tornar a missão da organização um sucesso. Esta liderança inclui proporcionar uma visão que atraia seguidores e todos os outros aspectos;
- Analisar balanços patrimoniais, demonstrativos de resultados e relatórios de gestão.
- Realizar o recrutamento de colaboradores (*freelancer*);
- Elaborar e implantar o plano de capacitação e treinamento dos colaboradores;
- Buscar parcerias; e
- Outras.

2.5.2 SÍNTESE DAS RESPONSABILIDADES

Segue listado abaixo, de forma sintetizada, as responsabilidades do Diretor Presidente, do Diretor de desenvolvimento e projetos.

- Diretor presidente: Traça a estratégia, planeja, organiza, controla e assessora a conexão entre os freelances e clientes. Planeja, analisa e atualiza as informações. Acompanha o mercado e suas melhores práticas. Elaborar e apresenta o resultado e os relatórios gerenciais. Avalia e aperfeiçoa continuamente o processo, gerencia os bens, as metas, os custos, os índices e as produções.
- Diretor de desenvolvimento e projetos: Traça a estratégia, planeja, organiza, controla e assessora os projetos da organização. Planeja, analisa e atualiza as informações. Acompanha o mercado e suas melhores práticas. Elaborar e apresenta o resultado e os relatórios gerenciais.

2.6 Parcerias

A empresa pretende desenvolver parcerias estratégicas com instituições de ensino superior local, órgãos públicos de apoio aos trabalhadores autônomos e empreendedores, e instituições privadas, como: o Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Amapá (IFAP); o

Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE); o Sistema Nacional de Emprego (SINE); outras instituições de ensino superior local; entre outras.

3. SERVIÇO

A plataforma permitirá dois tipos de cadastro: o do usuário como cliente e do usuário como o *freelancer*.

No primeiro, se o cliente optar por se cadastrar com seu e-mail ou rede social, o acesso será feito instantaneamente, sendo disponibilizado ao final do cadastro um botão de acesso caso o cliente necessite de algum serviço. Se ele clicar no botão, automaticamente abrirá um questionário que, ao ser preenchido, gerará uma publicação de uma demanda de serviço dentro da plataforma pronto para ser visualizada e comentada por qualquer profissional cadastrado dentro da plataforma.

Já no segundo, o profissional poderá utilizar e-mail ou rede social para cadastrar-se. Porém, este passará obrigatoriamente por um breve questionário que classificará suas competências e habilidades em categorias de serviços para criar seu perfil de freelancer. Além disso, ele só poderá comentar as publicações de demandas de serviços pelos clientes após ter seu perfil analisado, aprovado pela plataforma e ter se comunicado com um atendente da plataforma que entrará em contato logo após a aprovação para dar todas as instruções necessárias para a execução dos serviços e para a criação de seu portfólio de serviços.

Os clientes que optarem ou necessitarem acessar os serviços da empresa através do canal secundário via WhatsApp terão disponível os mesmos serviços oferecidos pela plataforma. Contudo, devido a limitação desse canal, ele terá uma abordagem diferente da plataforma, principalmente devido a necessidade de haver um intermediário entre os dois tipos de clientes de modo a evitar ruídos na comunicação e promover o bom funcionamento do processo de contratação e cadastro.

Através da plataforma UTalk será possível customizar e automatizar quase que totalmente o processo de atendimento via WhatsApp, isso porque essa ferramenta disponibiliza diversas funcionalidades para a gestão dos atendimentos da empresa, como: automação de conversas; mensagens programadas; um único contato para vários atendentes; segmentação de clientes; entre outras funções.

Dessa forma, ao acessar por esse canal, o cliente será respondido automaticamente por mensagens programadas que lhe recepcionará, segmentará, coletará informações e redirecionará para o atendente responsável por aquela categoria de serviços. Ao descrever sua demanda de serviços, o atendente sintetizará sua proposta e apresentará para os freelancers disponíveis para a aquela categoria de serviço, após ter suas contrapropostas, repassará para o cliente todas e deixará ao seu cargo escolher a que mais lhe agrada.

Além disso, será possível acessar o banco de dados de todos os freelancers cadastrados na plataforma através do WhatsApp. Essa opção permitirá que o cliente conheça antecipadamente o portfólio de serviços oferecido pelo profissional que irá lhe prestar os serviços, suas experiências, competências e habilidades.

A empresa pretende trabalhar com *freelancer* de diversas categorias e através de pesquisas de mercado, disponibilizará uma faixa de preço para cada categoria ou tipo de serviço prestado, visando evitar propostas abaixo ou acima do valor de mercado pelos profissionais e pelos clientes.

3.1 Característica

A Hoope será uma empresa de serviços que focará no uso de ferramentas digitais para a execução de seus serviços. Atualmente essas tecnologias tem mais facilidade de expansão e capacidade de definir tendências, com isso a empresa visualiza um caminho para revolucionar as formas de contratações de serviços no vale do Jari.

3.2 Diferencial tecnológico

A plataforma digital será o principal diferencial tecnológico da empresa no Vale do Jari, pois não existe nenhuma ferramenta no mercado local que trabalhe com algo tão específico. Essa plataforma permitirá a construção de uma comunidade de *freelancers* e clientes, e poderá ser acrescentada mais funções à medida que surgirem novas oportunidades ou necessidades dos usuários ou do mercado.

3.3 Responsabilidade Social Empresarial

A Hoope pretende trabalhar continuamente para promover a autonomia das pessoas, o desenvolvimento de talentos e a igualdade de oportunidades para todos. Com isso, visando principalmente a melhoria da qualidade de vida, o bem-estar dos profissionais autônomos e a satisfação de seus clientes, a empresa investirá em treinamentos e capacitações para desenvolver esses profissionais.

Além disso, para contribuir com o desenvolvimento social das comunidades locais, a empresa promoverá campanhas internas e externas que estimulem continuamente a adoção de práticas sustentáveis, como: consumo consciente, redução de desperdício, reciclagem e destinação de resíduos.

3.4 Pesquisa e desenvolvimento

Acompanhando sempre as tendências do mercado e as necessidades dos usuários, a Hoope estará sempre buscando inovar nos seus processos e serviços. Com isso, forçará continuamente em: disponibilizar novas ferramentas e recursos dentro da plataforma que permitirão maior conforto e agregação de valor aos usuários; monitorar concorrentes, produtos e tecnologias que possam trazer benefícios para a empresa; e desenvolver e treinar os *freelancers* para o aperfeiçoamento dos processos e melhorias na prestação dos serviços.

4. MERCADO

Como já citado, o número de trabalhadores autônomos no Brasil tem cada vez aumentado, felizmente a maioria desses prestadores de serviços está se adaptando à realidade e se apaixonando pela liberdade de poder explorar ao máximo o seu potencial ou conhecimento multidisciplinar dentro do mercado. Duas das grandes dificuldades desses profissionais é divulgação dos seus serviços ou a captação de clientes.

De um outro lado, existem clientes com necessidades específicas necessitando de profissionais qualificados que possam prestar esse serviço sem que haja muita burocracia.

Como já citado, esses clientes geralmente enfrentam muitas dificuldades no momento de contratar um profissional autônomo, principalmente pela falta de um núcleo específico que trabalhe o desenvolvimento dessa relação.

Dessa forma, a Hoope surgirá para criar um ambiente de encontro desses profissionais com seus clientes de uma forma que não haja nenhuma dessas experiências ruins já citadas por parte dos clientes. Apesar de já existirem empresas que disponibilizam plataformas semelhantes em outros locais do Brasil, a Hoope será a primeira a focar na realidade local do Vale do Jari, inserindo a possibilidade da prestação de diversas categorias de serviços tanto de forma remota como presencial.

4.1 Clientes

O principal cliente da empresa será o *freelancer*, esse receberá todo o suporte e direcionamento da plataforma para a promoção dos seus serviços, melhoria da qualidade, captação de clientes, segurança das transações financeiras, força da marca e retornará apenas uma taxa de 10% (dez por cento) descontada no valor dos serviços prestados.

Os clientes dos *freelancers*, apesar de cadastrados na plataforma, serão considerados como clientes indiretos pois, apesar de receberem benefícios na plataforma como segurança e garantia dos serviços prestados, esses não pagarão nada por isso, apenas o valor dos serviços contratados aos *freelancers*.

4.2 Concorrentes

Atualmente existem diversas plataformas que desempenham atividades semelhantes. Contudo, apenas para serviços prestados de forma totalmente virtual. Dessa forma, não existem concorrentes no Vale do Jari que prestam serviços nas características que a Hoope pretende prestar.

4.3 Fornecedores

Inicialmente a empresa demandará apenas do fornecimento de materiais de escritório, não necessitando de fornecedores específicos devido à gama de empresas que podem oferecer esses produtos no mercado por um preço competitivo.

4.4 Dimensionamento do mercado

Através de informações coletadas por meio de uma pesquisa de mercado, efetuada através da análise de dados estatístico sobre o mercado e empresas do ramo, observando-se a realidade e as tendências do mercado local, a Hoope buscará implementar um ambiente completo de divulgação, negociação e transações financeiras. O dimensionamento do mercado potencial indica um ambiente que pode proporcionar um quantitativo de 130 (cinquenta) *freelancers* ao final do primeiro ano, com uma demanda mínima capaz de gerar uma renda média mensal de R\$1.250,00 (mil e duzentos e cinquenta reais) para cada *freelancers*.

5. ESTRATÉGICO DO NEGÓCIO

De acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2008, p. 5-6) “o processo de administração estratégica é o conjunto de compromissos, decisões e ações necessários para que a empresa obtenha vantagem competitiva e retornos acima da média.” Os autores citam também que o primeiro passo a ser dado na sua elaboração é o diagnóstico de seus ambientes externos e internos com o objetivo de determinar seus recursos, suas capacitações e competências essenciais, ele será a fonte de informações estratégicas (Hitt, Ireland e Hoskisson, 2008).

Dessa forma, através de uma análise de SWOT, a Hoope realizou um diagnóstico objetivando-se localizar todas as informações estratégicas essenciais para a elaboração dessa primeira etapa do planejamento estratégico.

5.1 Análise estratégica (SWOT)

A análise SWOT é uma sigla do idioma inglês, na qual representa: Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*), sendo fundamentada por Kenneth Andrews e Roland Christensen. Também chamada de análise FOFA (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), é uma ferramenta estrutural da administração utilizada na análise do ambiente interno e externo, com a finalidade de formulação de estratégias da empresa.

5.1.1 ANÁLISE INTERNA

Análise interna objetiva-se identificar os pontos fortes e fracos da empresa, sendo o primeiro aquilo que a empresa faz bem ou que lhe dá características importantes, como: uma habilidade, um recurso ou um empreendimento que lhe garante vantagem no mercado. Já o segundo é o oposto, é aquilo que a empresa não faz muito bem ou não tem, como os mesmos elementos do primeiro.

Após um diagnóstico inicial do ambiente interno da Hoope, destacamos seus pontos fortes e fracos a seguir:

Tabela 04 – Forças e fraquezas da empresa Hoope.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<p>Infinitas categorias de <i>freelancers</i>: a plataforma redigirá as categorias de serviços de acordo com as especialidades do <i>freelancers</i> cadastrados.</p>	<p>Negócio revolucionário: a empresa pretende mudar a forma de comportamento de seus clientes.</p>
<p>Pioneirismo: a empresa será a primeira a prestar esse tipo de serviço no Vale do Jari.</p>	<p>Pouco capital: os sócios possuem pouco capital para investimento.</p>
<p>Custo relativamente baixo: a empresa apresenta um custo relativamente baixo devido a sua automação e estrutura.</p>	
<p>Split de pagamento: divisão automática do pagamento entre a Hoope e os <i>freelancers</i>.</p>	
<p>Network: os futuros gestores possuem uma grande rede de relacionamento ativa.</p>	
<p>Foco na popularidade: a Hoope será criada de acordo com a realidade da população do Vale do Jari e direcionará seus esforços para aproveitar-se das culturas de negócios locais.</p>	
<p>Marketing boca a boca: a empresa entende o tipo de marketing que funciona no município e pretende utilizar-se desse conhecimento.</p>	
<p>Inexistência de concorrente local: a empresa é a primeira a cogitar implantar uma estrutura de negócio desse segmento focado a realidade de pequenos municípios.</p>	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

5.1.2 ANÁLISE EXTERNA

A análise externa, por sua vez, objetiva-se identificar as oportunidades e ameaças no mercado. A primeira busca condições do ambiente que, se exploradas, ajudará a empresa a ter competitividade e bons resultados, como: ganhar espaço no mercado; aumentar a lucratividade; e criar hábitos de consumo. Já a segunda, busca condições do ambiente que, poderá representar uma relativa ameaça para a empresa, merecendo uma atenção especial por parte dos gestores.

Após um diagnóstico inicial, destacamos as oportunidades e ameaças no mercado para a empresa Hoope:

Tabela 05 – Oportunidade e ameaças para a Hoope.

Oportunidades	Ameaças
Expansão do mercado de <i>freelancers</i> : após a pandemia ocorreu uma expansão do número de pessoas que enxergaram no trabalho autônomo uma oportunidade de crescimento ou de adotar atividades de renda extra.	Concorrentes em outras regiões: o sucesso do negócio é suscetível à atração de concorrentes existente em outras regiões do Brasil.
Alta taxa de trabalhadores autônomos no Amapá: de acordo com os últimos dados do IBGE no ano de 2022, existe uma grande parcela de trabalhadores autônomos no estado do Amapá.	Resistência à mudança dos <i>freelancers</i> : podem apresentar resistência para aderir ao ambiente de negociação.
Grande demanda de serviços: a plataforma possibilitará a solução de uma carência muito grande existente na região, um ambiente de negociação para trabalhadores autônomos e clientes.	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

5.1.3 OBJETIVOS

A seguir, será disposto o objetivo geral, financeiro e de marketing da empresa de modo a ter um melhor direcionamento do negócio.

5.1.3.1 Objetivo geral

Conectar os melhores *freelancer* a clientes que necessitam de diferentes tipos de serviços.

5.1.3.2 Objetivo financeiro

Utilizar modelo de Split de Pagamento nas transações financeiras que permite realizar a divisão na transferência automática da porcentagem devida aos serviços realizados pelos *freelancers*. Dessa forma, só será creditada na conta da empresa a porcentagem negociada previamente com os *freelancer*.

5.1.3.3 Objetivo de marketing

Investir no marketing boca a boca para popularizar a empresa em todo Vale do Jari em um prazo de 01 mês com intuito de captar 20 (cinquenta) profissionais autônomos para a plataforma antes do início no negócio.

5.1.4 ESTRATÉGIAS

De acordo com as informações levantados na Matriz SWOT, a Hoop pretende implantar as estratégias a seguir:

- Parcerias estratégicas: desenvolver parcerias com especialistas, instituições de ensino superior, organizações trabalhistas e órgãos de apoio a empreendedores e trabalhadores será um dos focos da empresa visando potencializar o desenvolvimento do negócio com a captação de cliente e a geração de conhecimento;
- Benchmarking: implantar e adaptar à realidade do Vale do Jari sistemas, ferramentas e estratégias de empresas do mesmo setor já consolidadas no mercado, como: Workana, GetNinjas; Freelancer.com, entre outras.
- Melhores tecnologias: implantar as melhores tecnologias disponíveis no mercado para elevar o desempenho do ambiente de negociação.
- Foco no cliente direto e indireto: desenvolver mecanismos de divulgação, capacitação e suporte para freelancers e de segurança e comodidade para os clientes deles.
- Campanhas de incentivos: desenvolver projetos de incentivos a engajamento dos freelancers, melhoria na prestação dos serviços, captação de novos clientes diretos e indiretos.

6. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é uma ferramenta estratégica de suma importância para uma empresa desenvolver e/ou manter sua competitividade no mercado. A Hoope compreende essa importância, por isso focará em combinar estratégias que costumam funcionar com o público alvo do Vale do Jari às estratégias novas desenvolvidas por especialistas para o mercado atual.

6.1 Estratégias de vendas

As estratégias de venda irão direcionar todos os esforços de marketing, desde a definição do serviço, até o planejamento de como irá vender, com o objetivo de converter todas essas ações em retorno financeiro. A Hoope organizará suas estratégias de vendas em duas frentes, uma foca no cliente direto e outra focada no cliente indireto.

Na busca de atrair mais *freelancers* para a plataforma, a empresa utilizará principalmente o *marketing* boca a boca e o marketing de fidelização, através de divulgações, palestras em instituições parceiras e abordagem direta. Já para a cativar os clientes indiretos,

devido ao grande número, a empresa disporá mais de estratégias focadas em grandes massas como redes sociais, rádios, tráfego pago, eventos e canais televisivos.

6.1.1 PLANEJAMENTO

As estratégias adotadas pela empresa serão focadas nas particularidades de seus clientes diretos e indiretos. O primeiro busca obter lucro, segurança e suporte ao seu negócio, já o segundo busca uma prestação de serviço com custo acessível, qualidade, comodidade e segurança. A Hoop pretende sanar todas essas necessidades, oferecendo uma proposta de um ambiente de negociação digital simples, acessível, chamativo, intuitivo e seguro.

6.1.2 ORGANIZAÇÃO

A empresa organizará seu planejamento através da elaboração de cronogramas e planos de ações analisando sempre o impacto da execução desses planejamentos a fim de propor melhorias futuras.

6.2 Serviço e diferencial competitivo

A plataforma digital que a empresa pretende implantar faz parte de uma categoria de prestação de serviço consideravelmente nova para a região, aumentando o risco de insucesso do negócio. Contudo, a elaboração de um bom planejamento assegurará que esses riscos serão corridos de forma calculada.

Ferramentas semelhantes tem se popularizado em outras regiões e ganhado o mercado, é com base nesses negócios amadurecidos que a organização pretende embasar suas estratégias de marketing e persuadir seus clientes para a inovação.

Além disso, a empresa pretende divulgar suas vantagens competitivas e suas proposições de valores, que aliados a uma política de vendas, buscará expandir seu mercado e alcançar sua meta de curto, médio e longo prazo.

6.2.1 ESTRATÉGIA DE MARKETING NO ESTÁGIO DE INTRODUÇÃO

No primeiro ano, a empresa trabalhará com uma estratégia de marketing de fidelização se concentrando no crescimento e retenção dos clientes existentes através de programas de fidelidades e incentivos. Esses programas serão focados em descontos, privilégios, segmentação, brindes, entre outras promoções que serão desenvolvidos através de um campanhas de reinvestimento que retornará para os clientes 10% do faturamento da empresa.

- **Serviços:** A empresa investirá em uma plataforma 100% funcional, simples e acessível com ferramentas de suporte ao *freelancer*, com segurança e comodidade aos seus clientes.
- **Preço:** Inicialmente a taxa será de 10% para cada serviço prestado pelo *freelancer*.
- **Promoção:** a empresa pretende utilizar principalmente o marketing boca a boca e o marketing de fidelização para captar e manter seus clientes diretos e o marketing B2C para alcançar seus clientes indiretos.
- **Praça:** A facilidade de se ter acesso à educação profissional no Vale do Jari, trazida principalmente pelos institutos federais, acarretou em uma grande demanda de mão de obra extremamente capacitada disponível no mercado. Concomitantemente, a ausência de um órgão que se preocupe com a qualidade da prestação de serviços realizadas por trabalhadores autônomos abre espaço para diversas problemáticas na prestação dos serviços. É emergente a necessidade de um núcleo que reúna esses *freelancers*, desenvolva políticas de qualidade e segurança na prestação desses serviços e atraia clientes para esses profissionais com o intuito de promover essa classe de trabalhadores tão carente de oportunidade.

6.2.2 ESTRATÉGIA DE MARKETING NO ESTÁGIO DE CRESCIMENTO

Na fase de crescimento, a empresa pretende desenvolver parcerias estratégicas com instituições públicas e privadas para impulsionar a ampliação dos serviços e gerar mais valor competitivo para a empresa.

6.2.3 ESTRATÉGIA DE MARKETING NO ESTÁGIO DE MATURIDADE

Com a consolidação do serviço no mercado local e o alcance de sua maturidade, a empresa buscará desenvolver novos canais de comunicação, ampliar o mercado e aumentar o escopo dos serviços prestados, trabalhando em cima das necessidades e oportunidades emergentes do mercado local.

6.3 Preço/políticas de preços

A Hoope tem por objetivo comercial de criar um ambiente digital de comunicação, negociação e transação financeira entre *freelancers* e seus clientes, então disporá de uma política de preço equitativa a essa classe de trabalhadores, de modo que sua rentabilidade financeira não afete o desempenho e lucro deles, garantindo a qualidade e segurança para o cliente final. O preço inicial do serviço está abaixo dos praticados por empresas do ramo e foi calculada apenas sobre os custos e despesas necessários para o bom funcionamento do negócio.

6.4 Comunicação e propaganda

A maioria das propagandas serão vinculadas por veículos de impensas popularmente utilizados no mercado local e seu conteúdo disporá principalmente sobre as proposições de valores da empresa e dos benefícios para os clientes diretos e indiretos.

6.4.1 FIXAÇÃO DE OBJETIVOS

O objetivo da empresa é oferecer seus serviços com segurança e qualidade, com foco na satisfação dos clientes diretos e indiretos, gerando um cenário inovador de negócios no mercado local, provendo uma verdadeira revolução na forma como os serviços são prestados pelos *freelancers* aos seus clientes.

6.4.2 PUBLICIDADE

A empresa pretende utilizar todas as mídias populares em Laranjal do Jari, como canais televisivos e programas radialistas. Além dessas, cogita-se utilizar outras ferramentas, como: panfletagens, palestras, *workshops*, tráfego orgânico, tráfego pago, entre outras.

6.4.3 RELAÇÕES PÚBLICAS

O serviço prestado pela Hoope possibilitará a ascensão e valorização de uma classe de trabalhadores que são geralmente desvalorizados pela sociedade. Com a plataforma eles terão a oportunidade de ter seu serviço valorizado pelo cliente, desenvolver uma identidade no mercado e principalmente gerar mais lucros com o alcance de mais clientes.

Mais do que prestar mais um serviço para a sociedade, a empresa proporcionará uma verdadeira revolução na maneira de como os serviços são prestados por esses profissionais e contratados pelos clientes. Dessa forma, será vista pela sociedade como uma oportunidade de poder ter uma renda fixa com uma certa autonomia de horário e serviços, podendo ser uma renda extra ou integral.

6.5 Material de Comunicação

A plataforma e o WhatsApp serão as principais ferramentas de comunicação com os clientes. Além dessas ferramentas, a empresa investirá em sua presença digital, utilizando redes sociais populares, como: WhatsApp; Instagram; Facebook; LinkedIn; entre outras.

6.6 Pós-venda

A empresa pretende implantar diversos canais de comunicação para sanar qualquer problema relacionados à prestação dos seus serviços, como: telefone, Whatsapp e e-mail.

7. PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

O planejamento e desenvolvimento corresponde ao tópico que descreve todas as fases do projeto. Abaixo é possível visualizar a situação atual do projeto, cronograma e o plano de contingência.

7.1 Situação Atual

O projeto está em fase do planejamento e desenvolvimento.

7.2 Contingência

A empresa contará com suporte integral da agência responsável pela construção da plataforma, de forma que eventuais bugs e instabilidade venham ser corrigidos o mais breve possível. Além disso, a empresa contará com uma estrutura completa de atendimento via WhatsApp que será capaz de realizar o mesmo tipo de serviço oferecido pela plataforma tendo o intermédio de um atendente.

8. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento financeiro abaixo pretende refletir tudo o que foi dito até agora em números a fim de demonstrar a viabilidade do negócio.

8.1 Plano de investimento

A tabela 6 dispõe sobre o resumo do plano de investimento da empresa, com informações como: valor do crédito, capital de giro, valor presente líquido, entre outras.

Tabela 06 - Plano de Investimento.

Porte	Micro Empresa
Valor do crédito	R\$ 72.746,68
Capital de Giro	R\$ 40.502,46
Cap. Giro/Financeiro	55,68 %
Relação Crédito/Receita (Lucratividade):	21,60 %
Rentabilidade	33,40 %
Taxa Interna de Retorno - T.I.R.	61,925
Ponto de Equilíbrio Contábil	R\$ 83.577,29
Ponto de Equilíbrio Financeiro	R\$ 79.171,38
Ponto de Equilíbrio Econômico (Lucro desejado: R\$ 20.000,00)	R\$ 107.386,81
Valor Presente Líquido (TMA: 13,75%) (Período: 3 anos).	R\$ 84.538,37

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.1.1 INVESTIMENTO INICIAL

A tabela 7 dispõe sobre o investimento inicial, com informações do ativo fixo e do capital de giro.

Tabela 07 – Investimento inicial.

Valor	Valor (R\$)	%
Investimento fixo	28.784,22	39,57
Investimento pré-operacional	3.460,00	4,76
Capital de giro - (custos fixos e variáveis - período: 6 meses)	40.502,46	55,68
TOTAL	72.746,68	100

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.1.2 RECURSOS

A empresa será criada apenas com recursos de seus sócios, não cogitando a possibilidade de um financiamento bancário ou investimento de terceiros.

8.1.3 REGIME DE TRIBUTAÇÃO

A tabela 8 dispõe sobre o regime de tributação da empresa, com informações sobre tributações que a empresa terá que arcar.

Tabela 08 - Regime de Tributação.

Tributo	%	Incidente sobre
Simplex Nacional	6,0	Faturamento bruto

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.1.4 INVESTIMENTO FIXO

A tabela 9 abaixo dispõem sobre o investimento fixo da empresa considerando o levantamento dos móveis, utensílios e equipamentos necessários para o bom funcionamento da empresa.

Tabela 09 – Investimentos fixo.

Quant.	Preço unit. (R\$)	Descrição	Valor total (R\$)	Percentual (%)
01	298,00	Taxa de registro da marca (60 % de desconto para ME, MEI e EPP)	298,00	1.03
01	142,00	Registro de marca (60% de desconto para ME, MEI e EPP)	142,00	0.49
01	1.299,00	Impressora Epson L3150	1.299,00	4,51
01	15.000,00	Plataforma digital - Hoope (Preço médio para agências)	15.000,00	52.11
01	312,00	Purificador de água Consul – CPC31AB	312,00	1.09
02	3.723,20	Notebook Dell Inspiron i15-i1100-M40S 15.6 Full HD 11ª Geração Intel Core i5 8GB 256GB ssd Windows 1	7.446,40	25.87
01	1.527,00	Ar Condicionado Split Consul Hi Wall 9000 BTUs Frio CBN09CBBNA - 220V	1.527,00	5,30
01	389,00	Armário Aparador Buffet 4 Portas Veneza Multimóveis Branco	389,00	1,35
02	206,00	Cadeira Compacta Empilhável Fixa Escritório Preta	412,00	1,43
02	478,75	Cadeira de escritório Qualiflex com costura ergonômica preta com estofado de couro	957,50	3,33
02	500,21	Mesa Para Escritório Me4109 Tecno Mobili Amendoa A	1.000,42	3.48
TOTAL			28.784,22	100

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.1.5 INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL

A tabela 10 dispõem sobre o investimento pré-operacional da empresa considerando o levantamento de todas as ações necessárias para iniciar os trabalhos da empresa.

Tabela 10 - Investimento Pré-operacional.

Descrição	Valor (R\$)	Porcentagem (%)
Abertura da Empresa (alvará de licença, taxa da junta comercial e treinamento)	1.260,00	36,42
Treinamento, cursos e capacitações.	1000,00	28,9
Marketing – divulgação inicial	1.200,00	34,68
Total	3.460,00	100

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.1.6 PROJEÇÃO DE RECEITA

Já a tabela 11 dispõem sobre a projeção de receita do primeiro ao terceiro ano da empresa. Para o cálculo estipulou um número inicial de 20 *freelancers* com um crescimento de 10 a mais a cada mês, tendo cada um deles um faturamento médio de 1250 reais. Lembrando que a empresa cobra uma taxa de 10% sobre o faturamento bruto de cada profissional.

Tabela 11 - Projeção de Receita do 1º ao 3º ano.

Mês	Quantidade de <i>freelancers</i>	Faturamento bruto de cada <i>freelancers</i> (R\$)	Faturamento da plataforma (10%) (R%)
Mês 1	20	25.000,00	2.500,00
Mês 2	30	37.500,00	3.750,00
Mês 3	40	50.000,00	5.000,00
Mês 4	50	62.500,00	6.250,00
Mês 5	60	75.000,00	7.500,00
Mês 6	70	87.500,00	8.750,00
Mês 7	80	100.000,00	10.000,00
Mês 8	90	112.500,00	11.250,00
Mês 9	100	125.000,00	12.500,00
Mês 10	110	137.500,00	13.750,00
Mês 11	120	150.000,00	15.000,00
Mês 12	130	162.500,00	16.250,00
1º ANO			112.500,00
2º ANO			195.000,00
3º ANO			195.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.1.7 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO INICIAL

Esse tópico apresenta dados relativos à necessidade de capital investido, dispondo na tabela 12 a necessidade de capital de giro considerando o capital necessário para pagar todas os custos e despesas da empresa em um período de 6 meses. Os custos e despesas são classificados e detalhados mais abaixo, onde será possível compreender melhor a necessidade desse valor para o capital de giro.

Tabela 12 - Necessidade de Capital de Giro- Custeio dos 6 primeiros meses de funcionamento da empresa.

Mês	Custos e despesas fixas	Custos e despesas	Total
	(R\$)	variáveis	
		(R\$)	(R\$)
Mês 1	5.850,41	400,00	6.250,41
Mês 2	5.850,41	600,00	6.450,41
Mês 3	5.850,41	800,00	6.650,41
Mês 4	5.850,41	1000,00	6.850,41
Mês 5	5.850,41	1200,00	7.050,41
Mês 6	5.850,41	1400,00	7.250,41
NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO			40.502,34

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2 Plano econômico financeiro

Esse tópico trata-se do planejamento financeiro da empresa, elemento fundamental para garantir a execução dos processos da empresa.

8.2.1 PREÇO DE CUSTO POR FREELANCER

A tabelas 13 apresenta o preço de custo por cada freelancers cadastrado na plataforma. Essa análise é fundamental, pois permite identificar o número ideal de *freelancers* (com faturamento individual de R\$ 1.250,00) que será necessário para que a empresa consiga honrar suas dívidas e consiga ter lucro.

Tabela 13: Preço de custo mensal e anual.

Mês	Quantidade de <i>freelancers</i>	Custo e despesas fixas (R\$)	Custos e despesas variáveis (R\$)	Preço de custo por <i>freelancers</i> (R\$)
Mês 1	20	292,52	20	312,52
Mês 2	30	195,01	20	215,01
Mês 3	40	146,26	20	166,26
Mês 4	50	117,01	20	137,01
Mês 5	60	97,51	20	117,51
Mês 6	70	83,58	20	103,58
Mês 7	80	73,13	20	93,13
Mês 8	90	65,00	20	85,00
Mês 9	100	58,50	20	78,50
Mês 10	110	53,19	20	73,19
Mês 11	120	48,76	20	68,75
Mês 12	130	45,00	20	65,00
ANO 1		70.204,92	18.000	88.204,92
ANO 2		70.204,92	31.200	101.404,92
ANO 3		70.204,92	31.200	101.404,92

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Já tabela 14 apresenta a relação do custo e despesas com o faturamento mensal e anual da empresa.

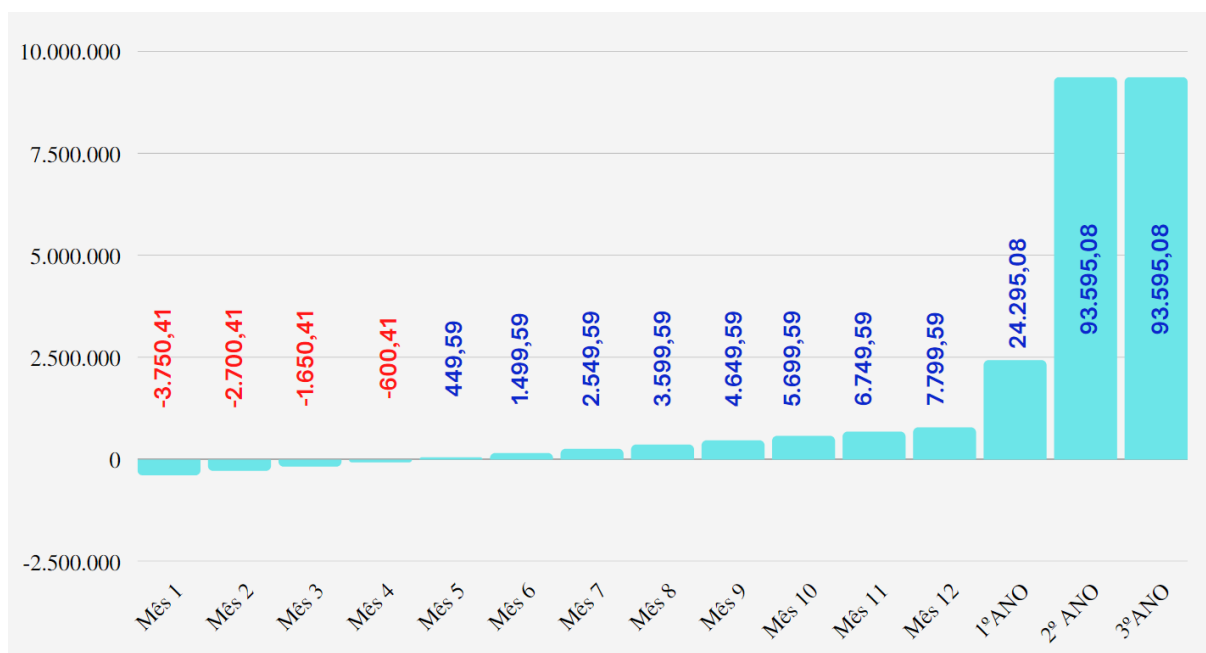
Tabela 14: Relação custo-despesa e receita mensal-anual.

Mês	Quantidade de <i>freelancers</i>	Faturamento da empresa (10%) (R\$)	Custos e despesas (R\$)	Resultado (R\$)
Mês 1	20	2.500,00	6.250,41	- 3.750,41
Mês 2	30	3.750,00	6.450,41	- 2.700,41
Mês 3	40	5.000,00	6.650,41	- 1.650,41
Mês 4	50	6.250,00	6.850,41	- 600,41
Mês 5	60	7.500,00	7.050,41	449,59
Mês 6	70	8.750,00	7.250,41	1.449,59
Mês 7	80	10.000,00	7.450,41	2.549,59
Mês 8	90	11.250,00	7.650,41	3.599,59
Mês 9	100	12.500,00	7.850,41	4.649,59
Mês 10	110	13.750,00	8.050,41	5.699,59
Mês 11	120	15.000,00	8.250,41	6.749,59
Mês 12	130	16.250,00	8.450,41	7.799,59
1º ANO		112.500,00	88.204,00	24.295,08
2º ANO		195.000,00	101.404,92	93,595,08
3º ANO		195.000,00	101.404,92	93,595,08

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

De acordo com a tabela é possível verificar que o faturamento estimado para empresa não será suficiente para cobrir os custos e despesas da empresa até seu quarto mês, o que justifica a escolha de um capital de giro que cubra o período mínimo de seis meses. Essa relação é apresentada melhor no gráfico abaixo.

Figura 05 – Resultado financeiro da empresa até seu 3º ano.



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.2 NECESSIDADE DE MÃO DE OBRA MENSAL/ANUAL

A tabela 15 a seguir calcula a mão de obra necessárias para a empresa para os períodos mensais, semestrais e anuais.

Tabela 15 - Necessidade de mão-de-obra.

Função	Quant.	Valores (R\$)			
		Mensal	1º Ano	2º Ano	3º Ano
1- Honorário/Pró-labore					
Contador	1	300,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Mão-de-obra Fixa					
Diretor Geral (Pró-labore)	1	1.000,00	12.000	12.000	12.000
Diretor de Desenvolvimento de Projetos (Pró-labore)	1	1.000,00	12.000	12.000	12.000
Total		2.300,00	27.600,00	27.600,00	27.600,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.3 ENCARGOS SOCIAIS

A tabela 16 descreve os encargos sociais que a empresa estará sujeita, sendo apenas os honorários e o pró-labore dos sócios.

Tabela 16 - Encargos Sociais.

Incidência sobre	%	Valores (R\$)			
		Mensal	1º ano	2º ano	3º ano
Honorários	21,43	60,00	720,00	720,00	720,00
Mão-de-obra (Pró-labores)	78,57	220,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00
Total	100	280,00	3.410,00	3.410,00	3.410,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.4 ESTRUTURA DE CUSTOS E DESPESAS FIXAS

A tabela 17 detalha a estrutura dos custos anuais da empresa, classificando os custos e despesas fixas.

Tabela 17 - Estruturas de Custos e despesas fixas.

Especificação	Valores (R\$)				
	Mensal	%	1º ANO	2º ANO	3º ANO
Custos fixos	1920,41	32,83	23.044,92	23.044,92	23.044,92
Aluguel condomínio e IPTU	1000,00	17,09	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Depreciação	308,41	5,27	3.700,92	3.700,92	3.700,92
Energia elétrica	250,00	4,27	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Hospedagem e domínio	25,00	0,43	300,00	300,00	300,00
Plano de internet	139,00	2,38	1.668,00	1.668,00	1.668,00
Plataforma Utalk - Plano profissional (2 atendentes)	198,00	3,38	2.376,00	2.376,00	2.376,00
Despesas fixas	3.930,00	67,17	47.160,00	47.160,00	47.160,00
Água	50,00	0,85	600,00	600,00	600,00
Encargos sociais sobre honorários	60,00	1,03	720,00	720,00	720,00
Encargos sociais sobre pró-labore	220,00	3,76	2.640,00	2.640,00	2.640,00
Honorários contábeis	300,00	5,13	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Materiais de limpeza	50,00	0,85	600,00	600,00	600,00
Material de escritório	150,00	2,56	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Op. de pagamentos (Split de pagamento, Gateway, etc)	500,00	8,55	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Pró-labore	2.000,00	34,19	24.000,00	24.000,00	24.000,00
Marketing e propaganda	600,00	8,55	7.200,00	7.200,00	7.200,00
TOTAL	5.850,41	100	70.204,92	70.204,92	70.204,92

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.5 ESTRUTURA DE CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS

A tabela 18 detalha os tipos de custos e despesas variáveis anuais da empresa.

Tabela 18 – Tipos custos e despesas variáveis.

Custos variáveis		
Descrição	Incidência	Porcentagem
Imposto – Simples Nacional	Faturamento bruto anual	6%
Despesas variável		
Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente. (bônus, sorteios, etc)	Faturamento dos serviços vendidos.	10%
TOTAL		16%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Já a tabela 19 detalha o total desses custos e despesas incidente sobre o faturamento da empresa nos meses do primeiro ano e anualmente até o terceiro ano

Tabela 19 – Total de custos e despesas variáveis.

Mês	Faturamento mensal (R\$)	6% do Simples Nac. (R\$)	10% de taxas de campanhas de Incentivos (R\$)	TOTAL (16%) (R\$)
Mês 1	2.500	150,00	250,00	400,00
Mês 2	3.750,00	225,00	375,00	600,00
Mês 3	5.000,00	300,00	500,00	800,00
Mês 4	6.250,00	375,00	625,00	1000,00
Mês 5	7.500,00	450,00	750,00	1200,00
Mês 6	8.750,00	525,00	875,00	1400,00
Mês 7	10.000,00	600,00	1000,00	1600,00
Mês 8	11.250,00	675,00	1125,00	1800,00
Mês 9	12.500,00	750,00	1250,00	2000,00
Mês 10	13.750,00	825,00	1375,00	2200,00
Mês 11	15.000,00	900,00	1500,00	2400,00
Mês 12	16.250,00	975,00	1625,00	2600,00
ANO 1		6.750,00	11.250,00	18.000
ANO 2		11.700,00	19500	31.200,00
ANO 3		11.700,00	19500	31.200,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.6 FLUXO DE CAIXA

A tabela 20 detalha o fluxo de caixa necessário para o funcionamento da empresa do primeiro até o terceiro ano de funcionamento.

Tabela 20 - Fluxo de Caixa.

Descrição	Valores (R\$)		
	1º ano	2º ano	3º ano
USOS	72.746,68	-	-
Investimento fixo	28.784,22	-	-
Investimento financeiro	40.502,46	-	-
Invest. Pré operacionais	3.460,00	-	-
TOTAL DOS USOS	72.746,68	-	-
FONTES	72.746,68	-	-
Custos e despesas fixas. Operacionais	70.204,92	70.204,92	70.204,92
Custos e despesas variáveis.	18.000,00	31.200,00	31.200,00
Receitas operacionais	112.500,00	195.000,00	195.000,00
Investimento financeiro	-	-	-
Total das fontes	112.500,00	195.000,00	195.000,00
Fluxo de Caixa (Resultado)	24.295,00	93.595,08	93.595,08

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.7 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

Nas tabelas 21, 22 e 23 estão dispostas a projeção dos demonstrativos dos resultados da empresa do seu primeiro ao terceiro ano de funcionamento.

Tabela 21 - Demonstrativo de Resultado no 1º ano.

Discriminação	1º ano	1º ano
	Valores (R\$)	%
1 - Receita Operacional Bruta	112.500,00	100,00
2 - Custos Fixos	23.044,92	20,48
2.2 - Aluguel, condomínio e IPTU	12.000,00	10,67
2.3 - Depreciação	3.700,92	3,29
2.6 – Energia elétrica	3.000,00	2,67
2.8 – Hospedagem e domínio	300,00	0,27
2.12 - Plano de internet	1.668,00	1,48
2.13 - Plataforma Utalk - Plano profissional (2 atendentes	2.376,00	2,11
3 – Despesas fixas	47.160,00	41,92
3.1 - Água	600,00	0,53
3.2 - Encargos sociais sobre honorários	720,00	0,64
3.3 - Encargos sociais sobre pró-labore	2.640,00	2,35
3.4 – Honorários contábeis	3.600,00	3,2
3.5 – Materiais de limpeza	600,00	0,53
3.6 – Materiais de escritório	1.800,00	1,6
3.7 - Pró-labore	24.000,00	21,33
3.8 - Operadora de pagamentos (Split de pagamento, Gateway, etc)	6.000,00	5,33
3.9 - Marketing e propaganda	7.200,00	6,4
4 - Margem de Contribuição	94.500,00	84
5 – Custos variáveis	6.750,00	6,0
5.1 - Imposto – Simples Nacional	6.750,00	6,0
6 – Despesas variáveis	11.250,00	10,0
6.1 - Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente. (bônus, sorteios, etc)	11.250,00	10,0
7 - Resultado Operacional	24.295,00	21,60
8 - Resultado Líquido	24.295,00	21,60
9 – Disponibilidade	24.295,00	21,60

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tabela 22 - Demonstrativo de Resultado no 2º ano.

Discriminação	2º ano	2º ano
	Valores (R\$)	%
1 - Receita Operacional Bruta	195.000,00	100,00
2 - Custos Fixos	23.044,92	11,82
2.2 - Aluguel, condomínio e IPTU	12.000,00	6,15
2.3 - Depreciação	3.700,92	1,9
2.6 – Energia elétrica	3.000,00	1,54
2.8 – Hospedagem e domínio	300,00	0,15
2.12 - Plano de internet	1.668,00	0,86
2.13 - Plataforma Utalk - Plano profissional (2 atendentes)	2.376,00	1,22
3 – Despesas fixas	47.160,00	24,18
3.1 - Água	600,00	0,31
3.2 - Encargos sociais sobre honorários	720,00	0,37
3.3 - Encargos sociais sobre pró-labore	2.640,00	1,35
3.4 – Honorários contábeis	3.600,00	1,85
3.5 – Materiais de limpeza	600,00	0,31
3.6 – Materiais de escritório	1.800,00	0,92
3.7 - Pró-labore	24.000,00	12,31
3.8 – Op. de pagamentos (Split de pagamento, Gateway, etc)	6.000,00	3,08
3.9 - Marketing e propaganda	7.200,00	3,69
4 - Margem de Contribuição	163.800,00	84
5 – Custos variáveis	11.700,00	6
5.1 - Imposto – Simples Nacional	11.700,00	6
6 – Despesas variáveis	19.500,00	10
6.1 - Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente (bônus, sorteios, etc).	19.500,00	10
7 - Resultado Operacional	93.595,08	48,0
8 - Resultado Líquido	93.595,08	48,0
9 – Disponibilidade	93.595,08	48,0

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tabela 23 - Demonstrativo de Resultado no 3º ano.

Discriminação	3º ano Valores (R\$)	3º ano %
1 - Receita Operacional Bruta	195.000,00	100,00
2 - Custos Fixos	23.044,92	11,82
2.2 - Aluguel, condomínio e IPTU	12.000,00	6,15
2.3 - Depreciação	3.700,92	1,9
2.6 – Energia elétrica	3.000,00	1,54
2.8 – Hospedagem e domínio	300,00	0,15
2.12 - Plano de internet	1.668,00	0,86
2.13 - Plataforma Utalk - Plano profissional (2 atendentes)	2.376,00	1,22
3 – Despesas fixas	47.160,00	24,18
3.1 - Água	600,00	0,31
3.2 - Encargos sociais sobre honorários	720,00	0,37
3.3 - Encargos sociais sobre pró-labore	2.640,00	1,35
3.4 – Honorários contábeis	3.600,00	1,85
3.5 – Materiais de limpeza	600,00	0,31
3.6 – Materiais de escritório	1.800,00	0,92
3.7 - Pró-labore	24.000,00	12,31
3.8 - Operadora de pagamentos (Split de pagamento, Gateway, etc)	6.000,00	3,08
3.9 - Marketing e propaganda	7.200,00	3,69
4 - Margem de Contribuição	163.800,00	84
5 – Custos variáveis	11.700,00	6
5.1 - Imposto – Simples Nacional	11.700,00	6
6 – Despesas variáveis	19.500,00	10
6.1 - Taxa de desconto para campanhas de incentivos ao cliente. (bônus, sorteios, etc)	19.500,00	10
7 - Resultado Operacional	93.595,08	48,0
8 - Resultado Líquido	93.595,08	48,0
9 – Disponibilidade	93.595,08	48,0

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.8 VALOR PRESENTE LÍQUIDO E T.I.R PARA O PERÍODO DE 3 ANOS

A tabela 24 a seguir utiliza o resultado do fluxo de caixa (FC) do fluxo de caixa dos três anos submetidos à fórmula que calcula Valor Presente (VP) para encontrar o Valor Presente Líquido (VPL) ao final do período de três anos. Para o cálculo considerou-se a taxa básica de juros (taxa Selic) vigente no ano de 2022 (Taxa = 13,75%) como sendo a Taxa Mínima de Atratividade (TMA).

Tabela 24 – Valor presente líquido.

ANO	Resultado anual (R\$)	TMA (Selic)	FC ÷ (1 + TMA) ¹	VP
1	24.295,08	13,75%	24.295,08 ÷ (1+0,1375) ¹	21.358,31
2	93.595,08	13,75%	93.595,08 ÷ (1+0,1375) ²	72.335,28
3	93.595,08	13,75%	93.595,08 ÷ (1+0,1375) ³	63.591,46
TOTAL				157.285,05
VPL		VPL = VP - Investimento Inicial VPL = 157.285,05 - 72.746,68 = 84.538,37 VPL = 84.538,37		
T.I.R			61,92%	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.9 PORTE DA EMPRESA E INDICADORES FINANCEIROS

A tabela 25 apresenta os dados relativos ao porte da empresa que, inicialmente de se enquadrará na categoria de Microempresa, e o resumo financeiro do negócio.

Tabela 25 – Resumo financeiro.

Descrição	1º ano	2º ano	3ºano
Receita anual	R\$ 112.500,00	R\$ 195.000,00	R\$ 195.000,00
Custos e despesas fixas	R\$ 70.204,92	R\$ 70.204,92	R\$ 70.204,92
Margem de contribuição	R\$ 94.500,00 (84%)	R\$ 163.800,00 (84%)	R\$ 163.800,00 (84%)
Custos e despesas variáveis	R\$ 18.000,00	R\$ 31.200,00	R\$ 31.200,00
Resultado operacional	R\$ 24.295,00 (21,6%)	R\$ 93.595,08 (48%)	R\$ 93.595,08 (48%)

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 26 apresenta os dados relativos aos indicadores financeiros do negócio que revelam a situação financeira da empresa com base em dados contábeis.

Tabela 26 – Indicadores financeiros.

Descrição	1º ano	2º ano	3ºano
Lucratividade anual	21,6%	48%	48%
Payback simples	19 meses (1 ano e 7 meses)		
Rentabilidade anual	33.40%		

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 27 apresenta os dados relativos ao ponto de equilíbrio que define o faturamento mínimo necessário para a empresa cobrir seus gastos e se manter funcionando.

Tabela 27 – Ponto de equilíbrio.

Ponto de equilíbrio	Cálculo	1º ano
Contábil	(custos e despesas fixas ÷ margem de contribuição)	R\$ 83.577,29
Financeiro	(custos e despesas fixas – depreciação ÷ margem de contribuição)	R\$ 79.171,43
Econômico (Lucro desejado: R\$ 20.000,00)	(receita necessária para cobrir todos os custos e despesas fixas + lucro desejado ÷ margem de contribuição)	R\$ 107.386,81

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

8.2.10 ANÁLISES DE CENÁRIOS

A tabela 28 apresenta uma simulação de resultados da empresa em um cenário otimista, no qual, o faturamento da empresa alcançou uma receita maior em 30%.

Tabela 28 – Resumo financeiro no cenário otimista.

Descrição	1º ano	2º ano	3º ano
Receita anual	R\$ 146.250,00	R\$ 253.500,00	R\$ 253.500,00
Custos e despesas fixas	R\$ 70.204,92	R\$ 70.204,92	R\$ 70.204,92
Margem de contribuição	R\$ 122.850,00 (84%)	R\$ 212.940,00 (84%)	R\$ 212.940,00 (84%)
Custos e despesas variáveis	R\$ 23.400,00	R\$ 40.560,00	R\$ 40.560,00
Resultado operacional	R\$ 52.645,00 (36%)	R\$ 142.735,08 (56,31)	R\$ 142.735,08 (56,31)

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 29 apresenta os dados relativos aos indicadores financeiros do negócio que revelam a situação financeira da empresa com base em dados contábeis em um cenário otimista.

Tabela 29 – Indicadores financeiros no cenário otimista.

Descrição	1º ano	2º ano	3ºano
Lucratividade anual	36%	56,31%	56,31%
Payback simples	14 meses (1 ano e 2 meses)		
Rentabilidade anual	72.37%		

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 30 apresenta os dados relativos ao ponto de equilíbrio que define o faturamento mínimo necessário para a empresa cobrir seus gastos e se manter funcionando em um cenário otimista.

Tabela 30 – Ponto de equilíbrio no cenário otimista.

Ponto de equilíbrio	Cálculo	1º ano
Contábil	(custos e despesas fixas ÷ margem de contribuição)	R\$ 83.577,29
Financeiro	(custos e despesas fixas – depreciação ÷ margem de contribuição)	R\$ 79.171,43
Econômico	(receita necessária para cobrir todos os custos e despesas fixas + lucro desejado ÷ margem de contribuição)	R\$ 107.386,81
(Lucro desejado: R\$ 20.000,00)		

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 31 abaixo apresenta uma simulação de resultados da empresa em um cenário pessimista, no qual, ocorreu a necessidade de investir mais R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) além

do proposto inicialmente. Essa simulação foi pensada em cada haja a necessidade de investir mais esse valor na construção da plataforma, passando seu orçamento para R\$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais).

Tabela 31 – Resumo financeiro no cenário pessimista.

Descrição	1º ano	2º ano	3ºano
Receita anual	R\$ 112.500,00	R\$ 195.000,00	R\$ 195.000,00
Custos e despesas fixas	R\$ 70.204,92	R\$ 70.204,92	R\$ 70.204,92
Margem de contribuição	R\$ 94.500,00 (84%)	R\$ 163.800,00 (84%)	R\$ 163.800,00 (84%)
Custos e despesas variáveis	R\$ 18.000,00	R\$ 31.200,00	R\$ 31.200,00
Resultado operacional	R\$ 24.295,00 (21,6%)	R\$ 93.595,08 (48%)	R\$ 93.595,08 (48%)

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 32 apresenta os dados relativos aos indicadores financeiros do negócio que revelam a situação financeira da empresa com base em dados contábeis em um cenário pessimista.

Tabela 32 – Indicadores financeiros no cenário pessimista.

Descrição	1º ano	2º ano	3ºano
Lucratividade anual	21,6%	48%	48%
Payback simples	21 meses (1 ano e 9 meses)		
Rentabilidade anual	25.92%		

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A tabela 33 apresenta os dados relativos ao ponto de equilíbrio que define o faturamento mínimo necessário para a empresa cobrir seus gastos e se manter funcionando em um cenário pessimista.

Tabela 33 – Ponto de equilíbrio no cenário pessimista.

Ponto de equilíbrio	Cálculo	1º ano
Contábil	(custos e despesas fixas ÷ margem de contribuição)	R\$ 83.577,29
Financeiro	(custos e despesas fixas – depreciação ÷ margem de contribuição)	R\$ 79.171,43
Econômico (Lucro desejado: R\$ 20.000,00)	(receita necessária para cobrir todos os custos e despesas fixas + lucro desejado ÷ margem de contribuição)	R\$ 107.386,81

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

REFERÊNCIAS

BARRETO, Rodrigo. Número de autônomos cresce no Brasil. **Blog mude**. 12 de dez de 2021. Disponível em: <<https://www.nube.com.br/blog/2021/12/15/numero-de-autonomos-cresce-no-brasil#:~:text=De%20acordo%20com%20os%20n%C3%BAmeros,S%C3%A3o%20os%20chamados%20profissionais%20aut%C3%B4nomos>> Acesso em: 09 de mai. 2022.

CABALLINI, Marta. Pandemia aumenta a busca por profissionais autônomos e freelancers no país; veja serviços com maior demanda. **g1**, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/10/25/pandemia-aumenta-busca-por-profissionais-autonomos-e-freelancers-no-pais-veja-servicos-com-maior-demanda.ghtml>> Acesso em: 28 de nov. 2022.

CIDADES from IBGE- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA: Banco de dados. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ap/laranjal-do-jari/panorama>> Acesso em 28 de nov. 2022.

HITTI, Michael A.; IRELAND, Duane R.; HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica: competitividade e globalização. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra a Domicílio, 2021. Disponível em<<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?edicao=30789&t=destaques>> Acesso em: 09 de mai. 2022.

Pinad Continua- Painel from IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <<https://painel.ibge.gov.br/pnadc/>> Acesso em 28 de nov. 2022

PLANO DE NEGÓCIO DO SEBRAE – PNBOX. Portal Sebrae, 2022. Disponível em: <<https://pnbox.sebrae.com.br/>> Acesso em 28 de nov 2022.

RELATÓRIO WORKANA: Porque cada vez mais profissionais estão optando pela vida freelancer?. Workana, 2019. Disponível em: <<https://blog.workana.com/pt/emprendimentopt/relatorio-workana-2019-por-que-cada-vez-mais-profissionais-estao-optando-pela-vida-freelancer/>> Acesso em: 28 de nov. 2022.

SARTOR, Isabela. 10 sites para trabalhar como freelancer: confira as opções. Blog talentnetwork. 17 de jul. 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/talent-blog/sites-para-trabalhar-como-freelancer/>> Acesso em 09 de mai. 2022.