



UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR – UCSAL

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS - EAE

NATALIZ DE OLIVEIRA AMORIM

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIO - GESTCON

Salvador

2021

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIO - GESTCON

Plano de negócios apresentado à disciplina Trabalho de conclusão de curso II, da discente Nataliz de Oliveira Amorim, do curso de bacharelado em Administração de Empresas da Universidade Católica do Salvador (UCSAL), como exigência para aprovação da matéria e conclusão do curso.

Docente: Mônica Mendes de Carvalho Gantois

Salvador

2021

Sumário

1	Descrição da Empresa	8
1.1	Dados da Empresa	8
1.1.1	Natureza do Negócio	8
1.1.2	Missão e Visão	8
1.1.3	Objetivos Estratégicos	8
1.1.4	Abrangência de Atuação	9
1.1.5	Estágio Atual da Empresa	9
1.1.6	Diferenciais Competitivos	10
1.1.7	Localização Geográfica	10
1.1.8	Exigências Legais para o funcionamento da empresa	10
1.1.9	Alianças Estratégicas	11
1.1.10	Responsabilidade Social	11
2	Estrutura Organizacional	12
2.1	Estrutura Legal do Negócio	12
2.1.1	Estrutura Legal do Negócio	12
2.2	Gerência e Estrutura Organizacional	12
2.2.1	Descrição do Organograma	12
2.2.2	Descrição e Experiência dos Executivos Chaves	14
2.3	Descrição e Experiência do Comitê Diretivo	14
2.3.1	Descrição e Experiência do Comitê Diretivo	14
2.4	Política de Recursos Humanos	14
2.4.1	Plano de Carreira e Compensação	14
2.4.2	Plano de Incentivo	15
2.4.3	Recrutamento e Seleção	15
2.4.4	Avaliação de Desempenho	15
2.4.5	Treinamento e Desenvolvimento	15
3	Produtos e Serviços	16

3.1	Descrição dos Produtos	16
3.1.1	Descrição dos Produtos	16
3.1.2	Especificações e Requisitos Técnicos	16
3.1.3	Uso e Apelo	16
3.1.4	Estágio evolutivo de cada linha	17
3.1.5	Potencial e Vantagens competitivas dos Produtos	17
3.1.6	Propriedade Intelectual Associada	17
3.1.7	Habilidade de Atender as Necessidades dos Clientes	17
3.2	Descrição dos Novos Produtos	18
3.3	Atividades de Pesquisas e Desenvolvidimentos	18
3.3.1	Atividades Correntes	18
3.3.2	Atividades Futuras	18
3.3.3	Tecnologia aplicada aos Produtos	18
4	Plano de Marketing	19
4.1	Descrição do Setor da Economia	19
4.1.1	Características do Setor da Economia	19
4.1.2	Limitações e Entraves do Setor da Economia	20
4.1.3	Panorama Atual e Principais Tendências do Setor	20
4.1.4	Tamanho e Taxa de Crescimento do Setor da Economia	21
4.1.5	Segmentação no Setor da Economia	21
4.2	Mercado Alvo	22
4.2.1	Características do Mercado Alvo e seus Segmentos	22
4.2.2	Tamanho do Mercado Alvo	22
4.2.3	Cobertura Geográfica	23
4.2.4	Segmentação	23
4.2.5	Tempo de Entrada no Mercado Alvo	24
4.2.6	Pesquisa de Mercado	24

4.2.7	Potencial de Entrada no Mercado Alvo	24
4.2.8	Tendências e Mudanças previstas no mercado-alvo	25
4.2.9	Perfil dos Clientes	25
4.2.10	Necessidades dos Consumidores	26
4.2.11	Mercados-alvo secundários	26
4.2.12	Oportunidades, Ameaças e Fatores Críticos de Sucesso	27
4.3	Concorrência	27
4.3.1	Descrição dos Concorrentes por Produto	27
4.3.2	Concorrentes Indiretos	28
4.3.3	Participação de Mercado de cada Concorrente	28
4.3.4	Forças e Fraquezas dos Concorrentes	29
4.3.5	Importância do Mercado Alvo para os Concorrentes	29
4.3.6	Barreiras à entrada no Mercado	30
4.4	Estratégia de Marketing	30
4.4.1	Estratégia de Entrada no Mercado	30
4.4.2	Estratégia de Crescimento	30
4.4.3	Canais de Distribuição	30
4.4.4	Estratégia de Marca	31
4.4.5	Estratégia de Comunicação	32
4.5	Estratégia de Comercialização	32
4.5.1	Força de Vendas	32
4.5.2	Composição de Preços	32
4.5.3	Projeção de Faturamento	33
4.5.4	Efeitos de Sazonalidades	33
4.5.5	Tempo de Entrega dos Produtos/Serviços	34
4.5.6	Processos de Pós-venda	34
5	Plano Operacional	35

5.1	Fluxo Operacional	35
5.1.1	Descrição do Fluxo Operacional	35
5.2	Planejamento da Capacidade de Produção	36
5.2.1	Capacidade de Produção	36
5.2.2	Capacidade de Entrega Interna e Externa	37
5.2.3	Procedimentos de Entrega de Produtos	37
5.2.4	Previsão de Aumento de Capacidade	37
5.2.5	Vantagens Competitivas nas Operações	37
5.3	Fornecedores e Terceiros	38
5.3.1	Identificação de Fornecedores críticos	38
5.3.2	Descrição de Parceiros	38
5.3.3	Requisitos de Tempo	39
5.4	Sistema de Gestão	39
5.4.1	Gestão de Estoque e Inventário	39
5.4.2	Gestão da Qualidade	39
5.4.3	Gestão de Segurança e Saúde	40
5.4.4	Gestão do Impacto Ambiental	40
5.4.5	Sistemas de Informação e Automação	41
6	Plano Financeiro	41
6.1	Investimentos	41
6.2	Projeção de Vendas	43
6.3	Projeção de Faturamento	44
6.4	Projeção de Custos e Despesas	45
6.5	Projeção dos Custos Fixos e Despesas	46
6.6	Projeção de Resultados - DRE	48
6.7	Projeção do Fluxo de Caixa	49
6.8	Necessidade de Capital de Giro	50

6.9	Análise de Sensibilidade	50
7	Referências	51

1 Descrição da Empresa

1.1 Dados da Empresa

1.1.1 Natureza do Negócio

A Gestcon é uma empresa de tecnologia com produtos voltados para gestão condominial, a fim de facilitar o dia a dia do síndico e o administrador condominial. Tendo em vista que cada dia o mercado imobiliário vem crescendo principalmente no que tange aos condomínios, nada mais justo que trazer uma tecnologia de ponta para seus clientes e colaboradores. O nosso principal objetivo é possuir em um só sistema, toda parte burocrática de um condomínio desde a prestação de contas até a comunicação rápida e eficaz com os condôminos.

1.1.2 Missão e Visão

Missão:

Nossa principal missão é oferecer soluções definitivas para gestão condominial, trazendo um preço justo e qualidade de serviço, proporcionando aos nossos clientes segurança e confidencialidade em seus dados.

Visão:

Se tornar uma das maiores startup brasileiras no ramo da gestão condominial, proporcionando tecnologia, praticidade, agilidade e controle para clientes, colaboradores, comunidade, fornecedores e investidores.

1.1.3 Objetivos Estratégicos

Partindo para perspectivas estratégicas, sabemos que que a Gestcon possui uma concorrência alta, portanto as estratégias de penetração no mercado são de extrema importância, definimos as seguintes metas:

Perspectiva Cliente

O alcance dos clientes são os pilares para o sucesso da organização, inicialmente tentaremos nos estabelecer no mercado com a meta de atingir 918 clientes em um ano.

2º ano crescimento de 12%

3º ano crescimento de 14%

4º ano crescimento de 15%

5º ano crescimento de 15%

Perspectiva financeira

O capital investido é consideravelmente baixo, porém com despesas altas, portanto, as projeções de retorno será a partir do 2º ano.

Perspectiva de processos internos

O olhar interno na organização é conhecer o que se pode melhorar, para se manter efetivo no mercado, partindo deste princípio a atualizações do Software, desenvolvimento de novos produtos e a atualização constante do mercado tecnológico serão os nossos principais pilares.

1.1.4 Abrangência de Atuação

Por se tratar de Software poderá ser utilizado em todo o mundo, portanto inicialmente o nosso foco será o território nacional brasileiro.

1.1.5 Estágio Atual da Empresa

A empresa se encontra no estado de ideação, nada saiu do papel. O planejamento é de extrema importância neste ramo uma vez que o mercado é bastante competitivo.

1.1.6 Diferenciais Competitivos

Sabemos que em um mercado competitivo e de alta concorrência, nem sempre é fácil alcançar diferenciais para o negócio, portanto para Gestcon isso nada mais é que um desafio a ser superado, traremos aos nossos clientes que possuem fidelização com a empresa, parceiros que oferecerão consultorias totalmente grátis nas principais áreas de atuação da gestão condominial, que são: Jurídica, contábil, administrativa e operacional. Além das consultorias proporcionamos um suporte online em horário comercial com treinamento para os utilizadores do sistema, proporcionando também um sistema de cobrança com taxas mais acessíveis que as dos bancos comuns.

1.1.7 Localização Geográfica

Com sede estabelecida em Salvador, Endereço: Rua São Rafael, Edifício Evolution, Sala 408, São Marcos, Salvador-BA.

1.1.8 Exigências Legais para o funcionamento da empresa

Sabemos que no Brasil para criação de uma empresa é um período burocrático, portanto para funcionamento da Gestcon deve-se seguir algumas exigências legais nas quais são:

1. Elaboração do Contrato social- contendo nome dos sócios, atividade da empresa, capital social, endereço de atuação, etc.
2. Registro na Junta comercial- é a partir desta fase que a empresa começará a existir para os órgãos federais, municipais e estaduais, é com o registro que se alcança o NIRE– Número de Identificação de Registro de Empresa, número base para constituição do CNPJ.
3. CNPJ- Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica junto a Receita Federal.
4. Alvará de funcionamento que é emitido pela prefeitura municipal, com ele você já poderá abrir as portas da organização.

5. Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra.
6. Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "conectividade social - INSS/FGTS";
7. Registro no Corpo de Bombeiro Militar;
8. Patentear a marca e os produtos garantindo a propriedade.
9. Marco civil na internet- que garantirá a confidencialidade dos dados e os mesmos só poderão ser repassados mediante autorização.
10. Enquadramento no Simples Nacional

1.1.9 Alianças Estratégicas

Sabemos que as alianças estratégicas são de extrema importância para qualquer que seja a organização, por se tratar de uma empresa de tecnologia podemos pensar em parcerias com outras plataformas digitais, engenheiros de Software para confecção dos produtos (pensando também como sócios da organização), consideramos também que em um mundo cada vez mais digital investidores que buscam inovação, consultores para exercer a função dos diferenciais da empresa, fornecedores de estruturas tecnológicas e modernas e por fim uma boa equipe de marketing para efetivação da marca, parcerias também com publicações em revistas digitais e físicas, blogs, influencer e youtubes voltados para área condominial a fim de maximizar os lucros.

1.1.10 Responsabilidade Social

Dentro de uma organização o pensamento com o ambiente e a comunidade é uma questão de humanidade, uma vez que a cada dia vemos a depreciação da

natureza (por organizações irresponsáveis) e a pobreza extrema, a Gestcon visa a ideia de um ambiente cada vez mais consciente nosso principal projeto é focar em máquinas sustentáveis, energia limpa, e a conscientização dos nossos clientes através de campanhas, focando no investimento de energia limpa e na confecção de áreas verdes em seus condomínios, no que tange a comunidade carentes, oferecemos consultorias na educação financeira pessoal uma vez no mês.

2 Estrutura Organizacional

2.1 Estrutura Legal do Negócio

2.1.1 Estrutura Legal do Negócio

A Gestcon será uma sociedade limitada constituída por dois sócios, sendo dividida em 50% de propriedade para cada um. Por se tratar de uma Startup seu enquadramento partirá da ME (Micro empresa), com arrecadação através do simples nacional. Com responsabilidades partilhadas a sócia Nataliz de Oliveira Amorim, ficará responsável por todo setor administrativo e financeiro e o sócio Fernando Souza Bitencourt responsável pelo operacional e idealização do software.

2.2 Gerência e Estrutura Organizacional

2.2.1 Descrição do Organograma

O organograma é uma ferramenta utilizada para definição da hierarquia e os departamentos que a organização portará, na gestcon ela estará definida da seguinte forma:

Organograma GESTON

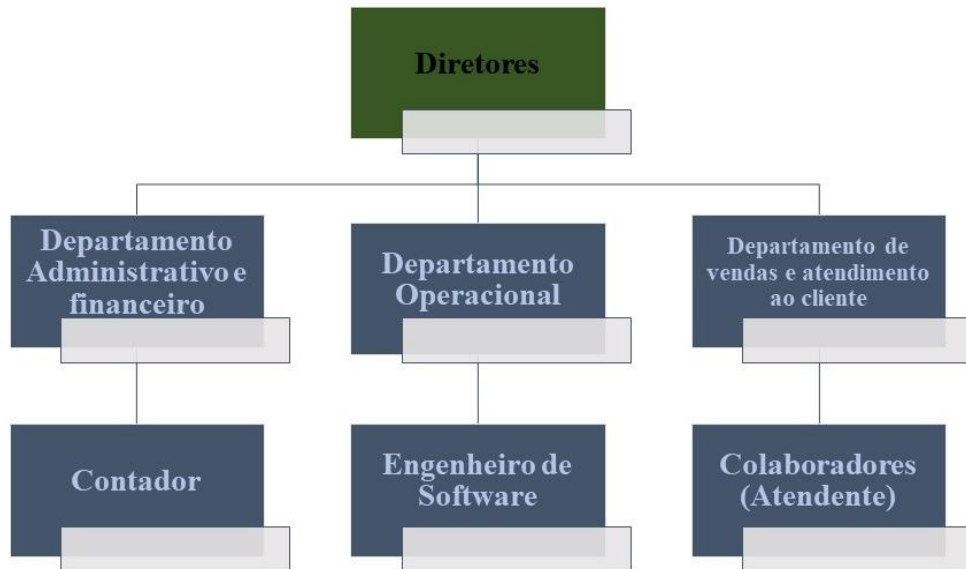


Figura 1

1. Teremos no topo da pirâmide os diretores compostos pelos sócios e fundadores da organização, porém por se tratar de um empreendimento inicial haverá todos os departamentos, porém com acúmulo de funções.

2. Departamento Administrativo e financeiro- Sendo responsável a sócia Nataliz Oliveira, encarregada de toda a rotina administrativa sendo pagamentos de despesas e custos operacionais e de mão de obra, realização de contratos, controle, além de controle financeiras, balanços, DRE, recolhimento de impostos e notas fiscais. Recebendo assim o título de contadora e administradora da organização.

3. Departamento Operacional- O responsável será o sócio Fernando, encarregado pela produção do aplicativo, garantia de funcionamento e atualizações, além de todo material necessário para garantia que prometemos aos nossos serviços.

4. Departamento de vendas e atendimento- esse é um dos pontos chaves para manutenção do negócio, portanto os dois sócios serão responsáveis, principalmente com o controle de como está sendo conduzida a venda, o treinamento e o atendimento ao cliente.

5. Colaboradores- serão os funcionários da organização eles serão responsáveis por todo o processo de venda, instalação, treinamento, feedbacks e o atendimento ao cliente através do chat do app, e-mail e telefones, ou seja, serão o

suporte.

2.2.2 Descrição e Experiência dos Executivos Chaves

Nataliz de Oliveira Amorim, sócia e coo fundadora da GESTCON, é formada em administração de empresas pela Universidade Católica do Salvador e iniciante na graduação em Ciências contábeis também pela universidade católica do Salvador, nascida em 07/05/1998, residente da cidade de Salvador-BA, possui experiência de 6 anos no gerenciamento administrativo, financeiro, RH, contábil, atendimento ao cliente, cobrança e jurídico da empresa COBMAR- Cobrança, administração e limpeza de condomínios, portanto um vasto conhecimento de todo o funcionamento do dia a dia do condomínio, e de como é a administração dele.

Fernando Souza Bitencourt, socio da GESTCON, é formado em engenharia de software pela Universidade Católica do Salvador, nascido em 10/06/1996, residente em Salvador-BA, possui experiência de confecção de aplicativos próprios além da efetivação da área de TI de uma empresa desenvolvedora de aplicativos e Software.

2.3 Descrição e Experiência do Comitê Diretivo

2.3.1 Descrição e Experiência do Comitê Diretivo

Por se tratar de uma empresa em idealização, o comitê diretivo será composto pelos dois sócios já citados anteriormente.

2.4 Política de Recursos Humanos

2.4.1 Plano de Carreira e Compensação

Os salários serão definidos através do piso salarial da área seguindo a convenção do sindicato de trabalhadores.

Nossos colaboradores serão versátil e estarão aptos a vender, treinar, atender o cliente e realizar as instalações.

Atendente e suporte técnico	R\$ 1.628,00
-----------------------------	--------------

2.4.2 Plano de Incentivo

Inicialmente não trabalharemos com planos de incentivo, devido a empresa está apenas no início e com recursos financeiros escassos, porém a longo prazo poderemos trabalhar com bonificação de vendas para equipe de vendas.

2.4.3 Recrutamento e Seleção

O recrutamento e seleção será realizado pelos sócios da organização, abriremos as vagas em sites dessa área e redes sociais, os candidatos enviarão seus currículos na qual serão filtrados e posteriormente passarão por uma entrevista e um teste de habilidade da competência e utilização dos recursos que serão submetidos a trabalhar.

2.4.4 Avaliação de Desempenho

O desempenho da equipe será avaliado através dos feedbacks dos clientes através de pesquisas de satisfação com questionários que serão enviados, mas também no desempenho financeiro da organização o seu crescimento, o cumprimento de suas metas no tempo determinado, ou seja, o alcance dos orçamentos planejado, serão fatores primordiais de avaliação da organização.

2.4.5 Treinamento e Desenvolvimento

Todos os treinamentos de utilização da ferramenta serão realizados pelo sócio idealizador do software, porém trabalharemos com parcerias para desenvolvimento de carreira, cursos online de aperfeiçoamento em vendas, TI e atendimento ao cliente.

No que tange a utilização do sistema o sócio fará um treinamento personalizado com cada colaborador.

3 Produtos e Serviços

3.1 Descrição dos Produtos

3.1.1 Descrição dos Produtos

A Gestcon prestará um serviço para administradores de síndicos condominiais com uma plataforma totalmente moderna e eficaz no que tange a todos os serviços burocráticos, comunicativos e corriqueiros do dia a dia de um condomínio residencial e comercial.

A plataforma estará voltada para cadastro de condomínios e condôminos, emissão de boletos, relatórios em geral (Inadimplência, DRE, Livro diário, plano de contas, fornecedores, fluxos financeiros, contas a pagar, contas a receber, provisão orçamentária, controle de funcionários, locação de área comum, acordos), enviar comunicados, e-mails, além do software que será direcionado aos gestores, a empresa portará de um aplicativo disponível a IOS e Android para que os condôminos possa tirar segunda via de boleto, fazer agendamentos, solicitações, ter acesso a todas as prestações de conta, documentações do condomínio, inadimplencia, chat para entrar em contato com seus gestores. A agilidade dos processos será o principal foco da empresa.

3.1.2 Especificações e Requisitos Técnicos

Por se tratar de uma empresa de tecnologia e com um vasto armazenamento de dados. A regulamentação da LGPD- Lei Geral de Proteção de Dados é um ponto crucial para o funcionamento do software, proporcionando mais segurança de dados tanto para empresa como para os nossos clientes.

Um ponto em destaque é a SRS (Especificação de Requisitos de Software) que nada mais é que o projeto de idealização do sistema, contendo todas as normas, idealização e informações que constituirão o projeto.

3.1.3 Uso e Apelo

A GESTCON é uma poderosa ferramenta para uma gestão eficiente e com agilidade de síndicos e administradores, uma vez que, o seu principal objetivo é a

automatização de diversos processos até então realizados de formas manuais, concedendo uma experiência de comodidade e conforto aos condôminos na qual refletirá diretamente em feedbacks da sua gestão, otimizando o seu tempo para alcançar novos clientes, ou seja, novas gestões de condomínios.

3.1.4 Estágio evolutivo de cada linha

O projeto da Gestcon está em fase de idealização e conclusão de seus estudos, analisando a viabilidade do negócio.

3.1.5 Potencial e Vantagens competitivas dos Produtos

Apesar de estarmos tratando de um produto já existente no mercado, nossa principal meta de vantagem competitiva, será na prestação do serviço e na qualidade do atendimento, fazendo com que o cliente se sinta tão satisfeito que não sentirá necessidade na busca de uma nova plataforma.

3.1.6 Propriedade Intelectual Associada

A Gestcon terá sua marca registrada junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), efetivando a segurança e propriedade da marca e ideia por um período de 10 anos, além do registro do contrato social da empresa junto a JUCEB (Junta Comercial da Bahia), dando criação e efetivação da organização e seus respectivos sócios.

3.1.7 Habilidade de Atender as Necessidades dos Clientes

Nosso foco será o cliente, oferecendo a ele a melhor experiência que pode haver com nossa tecnologia, buscando sempre aprimorar nosso software com melhorias conforme solicitações dos clientes. Seletaremos essas sugestões através dos nossos canais de atendimento.

3.2 Descrição dos Novos Produtos

Por se tratar de um sistema complexo a atender a vários públicos, inicialmente não há possibilidades de criação de novos produtos apenas o aprimoramento do já existente.

3.3 Atividades de Pesquisas e Desenvolvidos

3.3.1 Atividades Correntes

Iremos sempre solicitar aos clientes feedbacks das experiências que estão tendo com o software, aplicativo e com o atendimento prestado, a fim de garantir o 100% de qualidade e satisfação aos nossos clientes.

3.3.2 Atividades Futuras

As atividades futuras estarão voltadas para os feedbacks dos clientes, na busca constante das melhores performances do software atendendo as demandas posteriormente existentes para cada um dos nossos públicos, sejam os síndicos e administradores ou aos condôminos que serão os clientes indiretos, ou seja, o CRM (Customer relationship management) será nosso principal aliado.

3.3.3 Tecnologia aplicada aos Produtos

A empresa já é voltada para o ramo tecnológico, portanto sua base de equipamentos modernos deverão ser o foco com computadores modernos com memória e processamento rápido e sistemas operacionais modernos, além da mão de obra para idealização do produto, outro ponto a se utilizar as tecnologias serão nos atendimentos com bons sistemas telefônicos e as comunicações através das redes sociais.

4 Plano de Marketing

4.1 Descrição do Setor da Economia

4.1.1 Características do Setor da Economia

O momento atual em que vivemos, tem sido instável tanto para o Brasil como para o mundo, vivemos uma crise de saúde que tem refletido fortemente na economia do país, segundo o G1(2020): O isolamento social para conter o avanço da Covid-19 fez os principais setores da economia entrarem em colapso. A princípio, a indústria foi mais prejudicada, pois somou uma redução brusca de demanda com a paralisação da produção.

Mas, a partir do ponto mais crítico da crise, entre abril e maio, cada setor teve uma retomada em dinâmicas diferentes. Com as políticas de incentivo fiscal e preservação do emprego criadas pelo governo federal, beneficiaram-se a indústria e o comércio de bens. O grande vencedor foi o comércio eletrônico, que registrou altos recordes de faturamento mês a mês e a adesão de novos clientes em ambiente digital.” Trazendo assim esperança ao setor condominial.

G1(2020), alguns pontos a se analisar é a queda do PIB- Produto Interno Bruto que em 2020 teve uma queda de 4,1% e as projeções para 2021 são ainda maiores, uma vez que a pandemia só tem crescido e o comércio provavelmente voltará a fechar novamente. Outro ponto chave tem sido a inflação que fechou em 2020 com 4,52% a maior desde 2016, para 2021 esperamos uma inflação 3,60% sendo um dos mais otimistas dos cenários.

No setor em que se encontra o negócio especificado neste trabalho, vamos classificá-lo no setor terciário na qual é o campo da economia capitalista que mais cresce atualmente e onde se encontram os produtos de maior valor agregado. Por se tratar de uma empresa que prestará um serviço o que mais a agrega é o setor terciário nele destacamos a comercialização dos bens tangíveis e intangíveis (imateriais), como a oferta de serviços prestados às empresas ou a particulares.

No Brasil o setor terciário começou a ganhar força a partir da década de 70, hoje cada dia vemos mais o crescimento desta área principalmente após as devastas crises que o país enfrentou, e hoje a crise humanitária onde se viu diversas pessoas desempregadas e tendo que sobreviver da maneira que podem, o reflexo disso foi o aumento do empreendedorismo e cada dia mais a criação de MEI-

Microempreendedor Individual que são pequenas empresas que tentam sobreviver com seu serviço ou comercialização de algum produto.

4.1.2 Limitações e Entraves do Setor da Economia

A principal limitação que não é somente do setor terciário mais de todo mundo, foi o avanço da pandemia e a propagação do covid-19, que ocasionou uma crise sanitária e econômica, acredita-se que a principal dificuldade do setor tem sido a alta do dólar ocasionando no custo maior da aquisição de tecnologia para criação da organização e do software, principalmente que atualmente o que há de mais moderno no mundo tecnológico deve ser importado.

Outro ponto a salientar é a falta de perspectivas de alguns empresários do setor terciário com o avanço da pandemia segundo o Diário do comércio (2020) as áreas mais afetadas na economia formam o comércio e o serviço setores que representam cerca de 85% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro com a redução isso acaba impactando significativamente em todos os negócios que ainda sobrevivem e conseqüentemente na economia do país que já havia passado por um momento de recessão significativo durante os anos.

4.1.3 Panorama Atual e Principais Tendências do Setor

Diante do cenário atual na qual as pessoas estão isoladas em seus lares e o aumento do Home Office, a área tecnológica tem crescido constantemente, por se tratar deste ramo temos projeções de crescimento, segundo a infor Chanel, (2021): “Atuante em inteligência de mercado, serviços de consultoria e eventos para os mercados de tecnologia da informação, telecomunicações e tecnologia de consumo, IDC, projeta que, em 2020, o setor teve crescimento de 5,5%, em um cenário de dólar constante, e seguirá crescendo em 2021, com previsão anual de alta de 7,7%. Os dados foram apresentados durante o webinar “IDC FutureScope – Previsões para 2021 e implicações na região”.

Observa-se também o crescimento no setor imobiliário, principalmente com as taxas de juros baixas se viu cada vez mais pessoas com a intenção na compra da casa própria, fazendo assim as construtoras criarem cada vez mais condomínios

residenciais e comerciais na qual são públicos alvos da nossa organização que visa facilitar a vida do síndico e do administrador condominial.

Com a pandemia houve uma tendência forte nos condomínios no que tange a implementação de tecnologias segundo Figueiredos, Rosali (2020, houve uma adaptação dos condomínios com criação de áreas para home office, porteiros eletrônicos para entrada e saída de veículos em estacionamentos, a chamada portaria virtual, ou seja, a pandemia trouxe a necessidade da modernização dos condomínios e não seria diferente para sua gestão principal foco da Gestcon.

4.1.4 Tamanho e Taxa de Crescimento do Setor da Economia

A área condominial é um universo bastante vasto e promissor uma vez que nas grandes metrópoles há diversos condomínios residenciais e comerciais, no Brasil este número só aumenta, oportunidade esta para implementação da nossa tecnologia no mercado. Trazendo um exemplo do crescimento deste setor é investigarmos o mercado imobiliário segundo pesquisas realizadas pela SECOVI SP constatou que somente em São Paulo apurou em janeiro de 2021 a comercialização de 3.362 unidades residenciais novas na cidade de São Paulo. O resultado foi 61,8% inferior às vendas registradas em dezembro de 2020 (8.799 unidades), mas 23,9% acima das 2.713 unidades comercializadas em janeiro de 2020. Portanto mesmo em meio a crise e somente com uma parcela do público destacamos um mercado um tanto promissor, principalmente com a redução das taxas de financiamentos imobiliários, ocasionando em mais condomínios e conseqüentemente em mais síndicos e administradores condominiais.

4.1.5 Segmentação no Setor da Economia

Os segmentos do setor terciário são inúmeros podemos destacar comércio, os serviços em geral, mercados, lojas de material de construção, TI, bancos, ramo alimentício, entre outros. O foco principal da GESTCON será a prestação de serviço, pois ela portará uma plataforma e por um valor mensal o cliente utilizará para suas demandas.

Ela será uma plataforma voltada para gestão condominial no âmbito, financeiro, comunicativo, pessoal, jurídico e burocrático que rege toda a administração

condominial. Com o constante crescimento deste mercado e a dificuldade que este setor enfrenta principalmente no que tange aos conhecimentos administrativos necessários para o funcionamento deste trabalho, sabemos que esta idéia já existe no mercado e em grande escala, porém estamos falando em tecnologia há sempre uma necessidade de mudança e de inovação constante, agilidade é ponto chave para efetivação deste negócio no mercado.

4.2 Mercado Alvo

4.2.1 Características do Mercado Alvo e seus Segmentos

Partindo do pressuposto que nosso público alvo são os condomínios, verificamos que temos um vasto caminho a se observar, no que tange o funcionamento e comportamentos das empresas de gestão condominial e síndicos. O foco principal será alcançá-los a fim de oferecê-los uma ferramenta na facilitação da gestão condominial do seu edifício ou empreendimento, portanto hoje ainda há dificuldades competitivas com ferramentas auxiliares destes processos, como excel, contadores, dentre outros.

Hoje portamos de diferentes condomínios, populares, de luxo, de apartamentos, de casas, comerciais, nosso foco é que como todos os processos são parecidos, assim como as normatizações queremos oferecer um software que atenda todos estes públicos com agilidade e transparência na palma da sua mão.

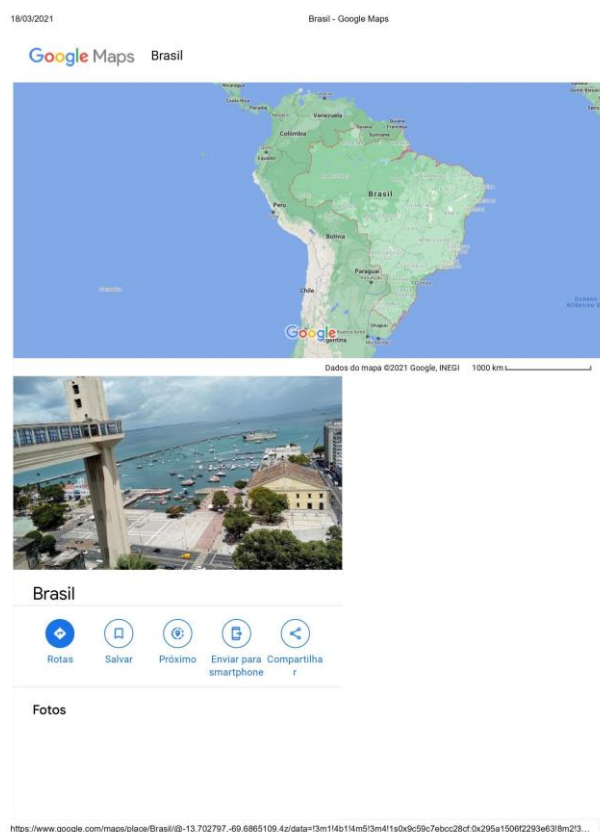
4.2.2 Tamanho do Mercado Alvo

Sabemos que o nosso mercado alvo são os condomínios residenciais e comerciais, segundo o IBGE (2012), através do senso podemos estimar que em 2012 exista aproximadamente 440 mil condomínios edifícios verticais (de prédios) no Brasil, valor este estimado com base último Censo Demográfico de 2010, de lá para cá não obtivermos novas informações precisas porém podemos imaginar que o número seja de um aumento de 20% deste valor, uma vez que o número crescente de imóveis tem sido cada vez maior, um grande exemplo tem sido a cidade de Salvador que a cada dia vemos a construção de edifícios populares e luxuosos em diferentes áreas da cidade.

4.2.3 Cobertura Geográfica

Por se tratar de uma ferramenta online podemos atuar em todo território nacional, com planejamento de expansão posteriormente até ao exterior. Hoje com sua sede em Salvador- Ba a meta é alcançar cada vez mais um público diversificado e de classes diferentes.

Mapa



Fonte:

<https://www.google.com.br/maps/place/Brasil/>

4.2.4 Segmentação

Para segmentação do mercado adotaremos três pontos-chaves: zonas geográficas pelo país (Norte, Sul, Nordeste, Sudeste, Centro-oeste), posteriormente condomínios residenciais de pequeno porte e grande porte e condomínios comerciais do mesmo segmento e por último síndicos e administradores condominiais.

4.2.5 Tempo de Entrada no Mercado Alvo

Sabe-se que para idealização de um aplicativo utiliza-se em média 5 meses por todo o processo de criação, para estruturação do ambiente físico da empresa 2 meses, contratação de mão de obra para atendimento, suporte e treinamento (da seleção ao treinamento do funcionário e a efetivação) 3 meses e por fim as estratégias de inserir no mercado 1 mês, ocasionando em um tempo estimado de 11 meses para implementação do negócio no mercado.

4.2.6 Pesquisa de Mercado

A pesquisa foi realizada através de fontes secundárias sites como: IBGE, SEBRAE, SINDICONET. Não se esquecendo também do vasto conhecimento da área por parte da sócia da empresa. Trazendo dados relevantes ao processo de aprendizagem e conhecimento do mercado e seus segmentos, tais como as funcionalidades da rotina diária de um condomínio e seus gestores.

4.2.7 Potencial de Entrada no Mercado Alvo

O mercado condominial e de tecnologia oferece um grande potencial de entrada no mercado brasileiro, baseando-se nas necessidades reais dos síndicos e administradores no que tange às dificuldades com todo serviço burocráticos dos condomínios tais como falta de conhecimento contábeis ocasionando em erros em planilhas de inadimplentes, fluxos de caixas mensais, balanços anuais, além da alta taxa de inadimplência pela falta da cobrança bancária que reduz um percentual de 90% de alguns condomínios, sabemos que este mercado tem grande potencial em massa partindo do pressuposto de alto sucesso por parte da concorrência e pelo vasto crescimento da moradia vertical, além de ser um empreendimento mais barato aos

moradores a questão de espaço também são grandes causadores do aumento dos condomínios nas metrópoles. Portanto, se há mais condomínios se formando, há mais clientes em potencial. Inicialmente calcula-se um percentual de 5% do mercado condominial brasileiro.

4.2.8 Tendências e Mudanças previstas no mercado-alvo

Com a pandemia e o aumento da covid-19, sabemos que nossos hábitos, orçamentos e a maneira de nos comunicar se transformou, segundo o IBGE(2020) hoje o país possui um índice de 11,9% de desemprego no Brasil, muitas pessoas tiveram a diminuição significativa em seu orçamento assim como o fechamento de estabelecimentos comerciais, impactando assim na gestão condominial principalmente com o aumento da inadimplência por parte de alguns condôminos, mesmo sabendo que o condomínio é uma despesa fixa e de cunho essencial muitas pessoas a deixam como secundária ocasionando um déficit de caixa significativo para que os síndicos e administradores resolvam, segundo Karpát, Rodrigo (2020) houve um crescimento de 19,3% de ações judiciais por falta de pagamento das taxas condominiais durante a pandemia, efetivando assim a necessidade do nosso produto e serviço no que tange a organização financeira através de relatórios e cobranças bancárias, fazendo assim com que diminua um pouco este problema que será decorrente em alguns condomínios. A longo prazo podemos destacar o aumento da concorrência, porém nosso empreendimento está também ligado ao mercado imobiliário qualquer mudança de déficit impactará também no negócio.

4.2.9 Perfil dos Clientes

Os clientes que a empresa pretende alcançar como citado nos tópicos anteriores se segmentam da seguinte forma:

Síndicos e administradores condominiais de condomínios residenciais e comerciais, de grande ou pequeno porte. Faixa etária de 18 à 60 anos, homens e mulheres, residente no Brasil, administradores condominiais de empresas de pequeno e grande porte.

4.2.10 Necessidades dos Consumidores

Grandes são os pontos de dificuldades do nosso público-alvo o mais recorrente é a dificuldade com os serviços burocráticos nos condomínios ocasionando em baixa eficiência na gestão por parte dos síndicos e administradores, outro ponto a salientar é a dificuldade de controle e conhecimento contábil no que tange a inadimplência e o controle de fluxos de caixa, contas a pagar e a receber, comunicação com os condôminos, cobrança das taxas condominiais e extras, aluguel do salão de festa, utilização das áreas de lazer, realização de assembleias ordinárias e extraordinárias, confecção de atas, contratação e fiscalização dos funcionários tais como (porteiros, zeladores, etc.), portanto o sistema virá justamente para isso trazendo a mecanização dos processos, cabendo assim ao cliente somente o conhecimento para interpretação dos relatórios e manuseio do sistema.

4.2.11 Mercados-alvo secundários

Nosso público é bem definido, porém podemos obter adaptações do sistema para utilização em shoppings com controle de lojas e segmentos, deixando claro que isso é um projeto a longo prazo.

4.2.12 Oportunidades, Ameaças e Fatores Críticos de Sucesso

<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Aumento do número de construções verticais;• Aumento no número de imóveis;• Pandemia;	<p>Pontos forte</p> <ul style="list-style-type: none">• Tecnologia de ponta;• Sistema simples;• Treinamento personalizado;• Qualidade no serviço e atendimento;• Agilidade nos processos.
<p>Ameaça</p> <ul style="list-style-type: none">• Alta concorrência direta;• Consultores contábeis;• Consultores jurídicos.	<p>Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none">• Alto custo de implementação;• Falta de Mão de obra especializada;

Planilha 1

4.3 Concorrência

4.3.1 Descrição dos Concorrentes por Produto

Em todos os mercados de atuação acha-se concorrentes indiretos e diretos e não seria diferente para Gestcon, com um mercado bastante extenso e competitivos, a nossa ideia não se parte de um conceito novo, sim existem várias empresas que atuam hoje no mercado desenvolvendo software para o ramo administrativo condominial.

No sul é onde encontramos as maiores startups que atuam neste ramo, porém vemos empresas espalhadas por todo o Brasil, em Salvador destacamos a Vilope porém pouco ainda conhecida e com uma estrutura bastante ineficiente ao utilizar a plataforma através do site, a BR condomínio que também é de Salvador e tem matriz no Rio Vermelho ainda tem alguns pontos fortes no que tange à utilização da

ferramenta através do google, particularmente já utilizei a mesma e ainda há muitos pontos fracos, principalmente no que tange ao atendimento ao cliente.

Partindo para outros estados temos também a ICONDEV uma startup e bom exemplo a ser copiado sua estrutura é através de nuvem portanto não se perde dados, possui suporte em todo horário comercial através de chats, a busca pela satisfação do cliente na agilidade dos processos, são uma marca registrada da organização, além de obter uma competitividade nos preços através de pacotes promocionais por grandes quantidades de condomínios, vantagem está para as empresas de administração condominial.

Verificamos também o Grupo Software que porta de um portfólio não somente para gestão condominial, como imobiliária e de shoppings, através de pesquisas destacamos que sua matriz se encontra em Belo Horizonte, Minas Gerais, porém por se tratar de um mercado digital podemos tê-la como concorrente em todo o território nacional. Seu marketing nos traz uma visão moderna e bem estruturada da organização.

Hoje como líder de mercado temos a destacar a fusão da ATHOS e GOSOFT, empresas que se tornaram uma só levando assim boa parte do mercado, a mesma é responsável por cerca de 25 mil condomínios em todo o território nacional.

4.3.2 Concorrentes Indiretos

Os concorrentes indiretos mais propícios são word, Excel e derivados, por facilitar ao síndico e ao administrador formas de realizarem esses serviços burocráticos de forma mais manual. Outro ponto são contadores que podem realizar as planilhas de prestações de contas, abstendo assim a necessidade de atuação do síndico.

4.3.3 Participação de Mercado de cada Concorrente

Bom por se tratar de um mercado bastante extenso, destacamos a líder do mercado ATHOS e GOSOFT possui 10% de participação do território nacional, partindo daí vamos subdividindo as demais, por ter muitos concorrentes fica difícil alcançar os valores exatos de participação de cada uma, além da busca pela

confidencialidade dos dados por parte das empresas. Porém o que se observa é que temos um mercado vasto a se explorar.

4.3.4 Forças e Fraquezas dos Concorrentes

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">• Estrutura organizacional definida;• Carteira de clientes fixa;• Mão de obra especializada;• Atendimento ao cliente de qualidade;• Atuação em outros mercados parecidos, tais como shopping.• Blogs e redes sociais estruturadas.	<ul style="list-style-type: none">• Plataformas mal estruturadas;• Falta de Tecnologia de ponta;• Falta de consultoria especializadas;• Deficiência no atendimento ao cliente por parte de algumas;

Planilha 2

4.3.5 Importância do Mercado Alvo para os Concorrentes

Temos um mercado vasto, porém competitivo, portanto, será uma disputa constante pelos clientes vencendo quem prestará um serviço de maior qualidade buscando sempre inovação e preços competitivos.

O mercado tem crescido significativamente, portanto cada nova aquisição será importante para organização.

4.3.6 Barreiras à entrada no Mercado

A principal barreira enfrentada pelos entrantes no mercado de software tem sido o alto custo de idealização e manutenção da tecnologia, uma vez que manter um sistema funcionando e com uma boa qualidade não é fácil, porém não impossível.

Outro ponto a se analisar é a alta concorrência, apesar do mercado competitivo o foco em estratégias de diferenciais deve ser considerado em escala maior.

4.4 Estratégia de Marketing

4.4.1 Estratégia de Entrada no Mercado

Usaremos estratégias de marketing e divulgação em todos os meios tecnológicos possíveis tais como site, redes sociais, revistas online, entre outros, iremos oferecer uma experimentação gratuita do aplicativo por um determinado tempo e buscaremos pacotes para alcançar um preço competitivo abaixo dos concorrentes.

4.4.2 Estratégia de Crescimento

A organização irá focar em um serviço de excelência com preços acessíveis, principalmente a clientes com quantidades mais elevadas de condomínios, dando destaque a distribuição e promoção em longa escala de nossos serviços.

4.4.3 Canais de Distribuição

Todos os nossos clientes serão atendidos de forma remota, toda a implementação do sistema, treinamento, solicitações, reclamações, serão através de e-mail, telefone, whatsapp e um chat direto do software. Todas as aberturas de protocolo, reclamação terão um prazo máximo de 24hs úteis para os clientes, dando qualidade e agilidade nos processos. Já para adquirir o produto o cliente terá acesso através do site da loja, canal primário, porém também poderão ser adquiridos pelo instagram e facebook com link na biografia da página da empresa.

Redes sociais



Figura 2

4.4.4 Estratégia de Marca

Como toda organização a Gestcon portará de sua marca e logotipo, os mesmos deverão ser registrados e patenteados, nosso foco principal para divulgação da marca será através de um site totalmente moderno interativo com blogs, dicas, chats, portal do condômino, teste grátis do produto, orçamentos, entre outros. Porém vale destacar o poder que tem as mídias sociais hoje no que tange a divulgação de uma marca, estas também serão estratégias a se destacar, com a movimentação constante do instagram, facebook e whatsapp da empresa.

Logomarca



Figura 3

4.4.5 Estratégia de Comunicação

Por se tratar de um produto digital, devemos encontrar o nosso público alvo através do meio digital, toda nossa comunicação será através do site e mídias sociais. O investimento em redes display e o google ads também serão utilizados a fim de alcançar o número maior de clientes e de pessoas que conhecerão os nossos serviços.

O foco no atendimento deverá ser constante pois para implementação sempre a uma constância de dúvidas por parte dos clientes, nossa comunicação deve se manter clara, simples e acessível em todo horário comercial, a fim de viabilizar e solucionar as dores dos nossos clientes.

4.5 Estratégia de Comercialização

4.5.1 Força de Vendas

A força de vendas da Gestcon estará baseada na redução de custo impactando no preço aos clientes e portando um preço competitivo de mercado pois com sócios que possui vastos conhecimentos na administração e idealização do negócio reduzindo assim a mão de obra, na busca de atualização sempre do sistema trazendo qualidade e agilidade ao produto.

Toda equipe de vendas estará capacitada para oferecer todas as orientações aos clientes, mostrando todas as funcionalidades do sistema por meio de teste grátis remoto, garantindo ao cliente a total e parcial experimentação do serviço que ele estará contratando.

4.5.2 Composição de Preços

Para composição dos preços, na maioria dos casos os síndicos possuem apenas a gestão de um condomínio, já as empresas de administração fazem a gestão de vários condomínios portanto faremos pacotes diferenciados para cada público alvo.

Composição de preço			
Síndicos		Administradores	
1 à 5 condomínio	R\$ 99,99 mensal	1 à 20 condomínios	R\$ 286,90
		Após exceder os 20 cada condomínio acresce	R\$ 18,50

Planilha 3

Todos os preços foram baseados nos concorrentes.

4.5.3 Projeção de Faturamento

Produto		Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Excedente de condomínios a partir de 20	Receita	183.372	205.377	234.129	269.249	309.636
	Impostos	30.440	34.093	38.865	44.695	51.400
Pacote Empresa de administração (1 à 20 condomínios)	Receita	103.284	115.678	131.873	151.654	174.402
	Impostos	17.145	19.203	21.891	25.175	28.951
Pacote Síndico (1 à 5 condomínios)	Receita	56.394	63.162	72.004	82.805	95.226
	Impostos	9.361	10.485	11.953	13.746	15.807
Total Receita >>>>>>>>>>		343.050	384.216	438.006,70	503.708	579.264
Total Impostos >>>>>>>>>>		56.946	63.780	72.709	83.615	96.158

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

4.5.4 Efeitos de Sazonalidades

Por se tratar de um serviço básico na rotina dos condomínios, a empresa não terá picos de vendas durante o ano proveniente de alguma data, porém um fator

externo que pode influenciar é a economia ou como destacamos hoje a pandemia que influencia no aumento da inadimplência.

4.5.5 Tempo de Entrega dos Produtos/Serviços

Trabalharemos com a otimização de tempo, inicialmente será instituído 1 hora para instalação e configuração do sistema na máquina do cliente, posteriormente será agendado o treinamento via telefone e logado remotamente ao computador, todos os clientes terão um treinamento de 2 horas e meia, além disso será enviado via e-mail todo o manual de utilização e cadastros do sistema. Após a conclusão dessas etapas o tempo será determinado pelo cliente, uma vez que ele realizará o cadastro de todos os condomínios e os seus respectivos condôminos, posteriormente entraremos com o processo de homologação no banco, que leva um tempo médio de 3 dias úteis pois dependemos de outra organização. Após esta etapa o sistema estará totalmente disponível ao cliente.

4.5.6 Processos de Pós-venda

Vender somente não é a garantia de efetivação do negócio, a busca pela manutenção e fidelização do cliente é um desafio a toda e qualquer organização, portanto a GESTCON estará pautada no atendimento rápido e de qualidade aos clientes, todas as demandas serão através de tickets e registrados por e-mail, além de portar um chat em todo horário comercial com agilidade para esclarecer todas as dúvidas que os nossos clientes portar.

Outro ponto a se destacar será a bonificação de descontos a clientes fidelizados, bons pagadores e a estimulação da divulgação da nossa plataforma aos possíveis novos clientes, ou seja, o marketing boca a boca.

5 Plano Operacional

5.1 Fluxo Operacional

5.1.1 Descrição do Fluxo Operacional

Segundo Lucidchat, (2020) o fluxograma é um diagrama que descreve um processo, sistema ou algoritmo, portanto para operação de processamento de captação do cliente a execução final do serviço, faz -se necessário o diagrama descrito abaixo.

Para o fluxograma de como funcionará o processo de entrada do cliente, inicialmente ele solicita o produto através do site e automaticamente a solicitação entra em nosso banco de dados fazendo com que o nosso colaborador realize uma ligação para o nosso possível cliente, nesta ligação apresentaremos todo nosso sistema, como funciona, facilidades, uma breve apresentação, após este primeiro contato enviamos a proposta se aceita ou não? Se a resposta for negativa fazemos um breve cadastro de todos dados já coletados para daqui a algum tempo ligarmos novamente para este cliente, porém se a resposta for positiva desencadeamos o processo de implantação do nosso produto, com o sim, iniciamos a coleta de dados do nosso cliente: Perfil, quantidade de condomínio, forma de pagamento, dados pessoais, após coleta desses dados realizamos o contrato de forma digital para assinatura, contrato assinado passamos para parte de treinamento o mesmo deve ser agendado com no mínimo de 48hs úteis e cada cliente terá o direito de 2hs de treinamento inicial, todo o treinamento será realizado de forma remota e por telefone, após o treinamento estaremos disponíveis pelo chat, para quaisquer dúvidas pois terminada esta etapa é hora do nosso cliente realizar todos os cadastros, funcionários, condomínios, condôminos, etc. Conforme informação do fim do processo o cliente abrirá um protocolo por e-mail informando as informações para efetuarmos as homologações bancárias, feito a mesma o sistema está liberado 100% para utilização, com o fim do processo pediremos feedbacks de atendimento e do sistema utilizado.

Fluxograma

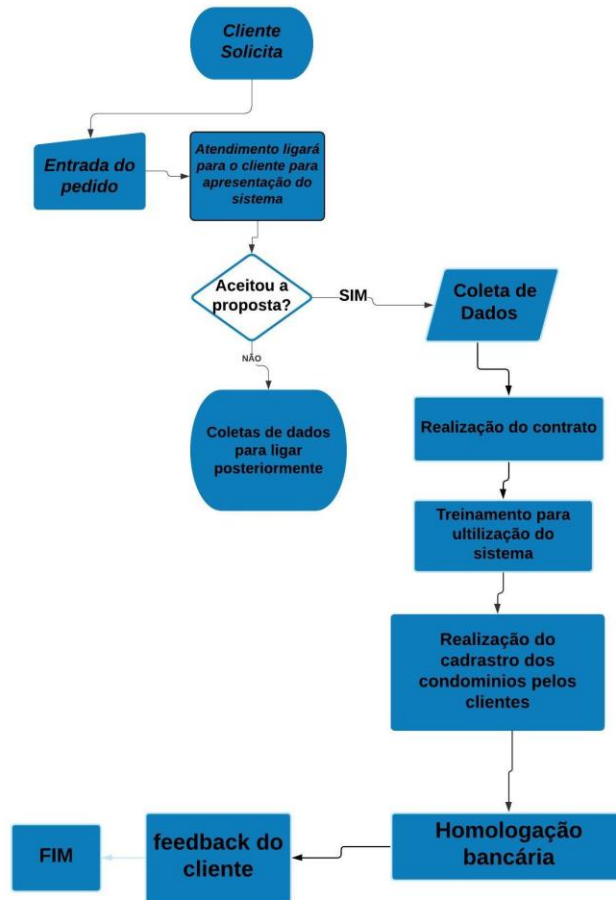


Figura 4

5.2 Planejamento da Capacidade de Produção

5.2.1 Capacidade de Produção

A capacidade de produção está ligada a capacidade de armazenamento dos nossos sistemas o objetivo é alcançar o número maior de condomínios sejam de grande ou pequeno porte, sabemos que quanto maior for o condomínio maior será a capacidade de armazenamento.

Portanto faz-se necessário que seja investido em um armazenamento interno de dados (HD) de 5 cinco terabytes, outra ferramenta importante é a capacidade de armazenamento em nuvem, que deve-se ser investido no mínimo um terabyte para se manter todos os dados de forma segura, intensificando está a capacidade de produção do aplicativo. Portanto contrataremos Cloud server pro, Linux, de 32Gb de memória, espaço de disco de 470 Gb e 1999 GB de transferência, que atenderá o

meu público inicial de 1000 clientes, por se tratar de um contrato por nuvem conforme a demanda for aumentando faremos a contratação de novos pacotes de forma instantânea.

5.2.2 Capacidade de Entrega Interna e Externa

A gestcon terá capacidade de entrega interna e externa de forma instantânea, uma vez que se trata de um aplicativo já pronto, a demanda é atendida com a instalação do software por parte do colaborador. Por ser uma instalação simples nossa entrega será rápida e eficaz.

5.2.3 Procedimentos de Entrega de Produtos

O produto será entregue de forma remota a instalação será realizada por um de nossos colaboradores, após esta entrega nosso cliente receberá, código, login e senha e assim poderá começar utilizar todo o aplicativo. Por termos capacidade de operar e atender nossos clientes de forma totalmente remota, não utilizaremos os canais básicos logísticos para entrega de um produto tangível, reduzindo assim o custo com transporte, entre outros. Portanto o produto ainda necessitará de treinamento para utilização, porém este procedimento também será realizado de forma remota, nossa principal meta é fazer com que todo software seja altamente interativo e de fácil entendimento por parte do nosso cliente.

5.2.4 Previsão de Aumento de Capacidade

Vamos trabalhar com servidores por nuvem, portanto o aumento é simultâneo no fornecedor é só fazer a alteração do pacote, facilitando o aumento quanto tivermos atingido o inicial.

5.2.5 Vantagens Competitivas nas Operações

A gestcon focará em quatro pilares no que tange a entrega de seu produto

- Rapidez: Nosso foco será tanto na rapidez de entrega do produto, como

na rapidez de atendimento ao cliente quando houver qualquer problema ou dúvida;

- Flexibilidade: A depender do perfil do cliente (pagamento em dia, quantidade de inserir novos condomínios) poderemos conceder alguns descontos a partir de pontuação e contrato de no mínimo um ano;
- Qualidade: Sabemos que a qualidade é um dever da organização, porém queremos sempre manter o padrão alto de nossos produtos, serviços e atendimentos.
- Custo: O fato de podermos atuar totalmente de forma remota, além de poder atender públicos de todo o país é um fator de redução de custos.

5.3 Fornecedores e Terceiros

5.3.1 Identificação de Fornecedores críticos

Por se tratar de uma empresa tecnológica nossos principais fornecedores estarão voltados para esta área sendo eles:

- Fornecedores de tecnologia: maquinário e equipamentos, tais como computadores de alta performance de processamento, as melhores do mercado são intel, apple, acer e os servidores serão a LocaWeb.
- Fornecedores de serviços: como se trata de algo remoto e tecnológico uma boa conexão com a internet é de extrema importância, além de provedores de grandes capacidades de velocidade e tráficos de dados e uma companhia telefônica, tais como vivo, anatel, claro, tim, net, dentre outros.

5.3.2 Descrição de Parceiros

Nossos principais parceiros estarão voltados para a área de marketing, para divulgação constante da marca e do produto em si, tais como blogueiros com divulgações da marca no instagram, revistas voltadas para o ramo condominial, sites relacionados ao ramo tais como sindiconet, pois as demais funcionalidades sua carga societária possui experiência para maior parte do processo de idealização e funcionamento da organização.

5.3.3 Requisitos de Tempo

O tempo de entrega dos fornecedores dependerá do modo de compra, se optarmos pela compra de equipamentos de forma online o tempo de entrega varia de 7 à 15 dias úteis, porém se a opção for pela compra direto na loja física e aquisição é imediata. Já para os fornecedores de serviço as aquisições são imediatas em menos de 24hs a empresa já pode utilizar os serviços contratados.

5.4 Sistema de Gestão

5.4.1 Gestão de Estoque e Inventário

A gestcon não terá estoque físico uma vez que a atividade da empresa é totalmente digital. Haverá apenas demandas de estoques administrativos no que tange a papel e material de escritório, serão realizados pela sócia e serão efetuados em pequenas quantidades para evitar perda de espaço.

5.4.2 Gestão da Qualidade

A gestão da qualidade são pontos importantes de qualquer organização, para Gestcon é um ponto crucial para determinar como todas as operações estão sendo realizadas a fim de corrigir as fraquezas e otimizar as particularidades do sistema e do atendimento.

A qualidade será medida da seguinte forma:

- CRM- Customer relationship management, o relacionamento com o cliente é um pilar essencial, todos nossos atendimentos pediremos feedbacks, além de termos um canal de solicitação de sugestões de melhorias no aplicativo o mesmo deverá ser realizado por e-mail.
- Monitoramento de visitas no site e das instalações dos clientes, ou seja, quanto maior for o aumento dos clientes e o tempo que eles ficam com nosso produto será calculado a nossa qualidade e satisfação do cliente.
- Controle e supervisão da velocidade de funcionamento do software.
- Suporte técnico para os clientes em todo horário comercial, a fim de minimizar o máximo o tempo de espera de nossos clientes e resolução dos problemas

que possam surgir de forma mais rápida e eficaz possível.

- Além da padronização do funcionamento do aplicativo, oferecendo rapidez, segurança de dados e atualizações constantes para melhorias das necessidades geradas.

5.4.3 Gestão de Segurança e Saúde

A gestcon terá sua sede no Edifício Evolution, portanto toda segurança dos bens materiais será através da segurança do condomínio, partindo as normas de segurança NR's por se tratar de serviços administrativos e uma pequena empresa não será necessário instalação da cipa, e não terá atividades com grau de risco a saúde dos funcionários. Porém serão realizados exames admissionais, demissionais e periódicos (quando necessário) pelas clínicas de segurança do trabalho, e a busca de um ambiente a evitar a LER- Lesão por esforço repetitivo, na compra de mesa e cadeiras adequadas, luvas para digitação e apoio para os pés, além da preocupação constantes com as NR's neste momento pandêmico vale ressaltar todos os protocolos de saúde devido a COVID-19, distanciamento social, máscaras e a higienização das mãos e todos os equipamentos.

5.4.4 Gestão do Impacto Ambiental

A gestão dos impactos ambientais são pontos a se pensar por todas as organizações, a cada dia vemos a necessidade de um mundo sustentável e não seria diferente para GESTCON, principais tomadas de decisões:

- Coleta seletiva de recicláveis com instalações de lixeiras padronizadas: Papel, vidro, plástico e metal;

Lixeira



Fonte: <https://www.google.com/search?q=lixreira+coleta+seletiva+imagem&tbm>

Participação em ações de conservação e conscientização do meio ambiente;

- Descarte adequado dos materiais eletrônicos danificados da organização;
- Economizar e utilizar de forma consciente os recursos naturais, ou seja, água e energia;
- Aquisição de material administrativo recicláveis, tais como papel ofício, canetas, copos, dentre outros.

5.4.5 Sistemas de Informação e Automação

Inicialmente a Geston não investirá em automação de seus serviços administrativos os mesmos deverão ser realizados de forma manual através dos pacotes office. Porém no que tange ao CRM, e os monitoramentos do aplicativo os mesmos já estarão integrados ao sistema no momento de sua idealização, facilitando assim para os colaboradores realizarem as demandas de nossos clientes.

6 Plano Financeiro

6.1 Investimentos

A Gestcon determinou os seus investimentos para uma empresa de pequeno porte baseado pela área tecnológica para uma prestação de serviço de qualidade, foi

6.3 Projeção de Faturamento

Produto		Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Excedente de condomínios a partir de 20	Receita	183.372	205.377	234.129	269.249	309.636
	Impostos	30.440	34.093	38.865	44.695	51.400
Pacote Empresa de administração (1 à 20 condomínios)	Receita	103.284	115.678	131.873	151.654	174.402
	Impostos	17.145	19.203	21.891	25.175	28.951
Pacote Síndico (1 à 5 condomínios)	Receita	56.394	63.162	72.004	82.805	95.226
	Impostos	9.361	10.485	11.953	13.746	15.807
Total Receita >>>>>>>>>>		343.050	384.216	438.006,70	503.708	579.264
Total Impostos >>>>>>>>>>		56.946	63.780	72.709	83.615	96.158

Disponível em: https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021

Parâmetros Econômicos e Financeiros				
Indicadores de Atividade Econômica				
% De Crescimento De Vendas	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
	12,00	14,00	15,00	15,00
% De Crescimento das Despesas	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
	4,50	5,00	5,50	5,50
% De Reajuste Da Folha De Pagamento	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
	5,50	5,80	6,40	6,80

Disponível em: https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

Carga Tributária			
Impostos	% Sobre Faturamento	% Sobre o Lucro	% Sobre a Folha de Pagamento
	16,60	0,00	60,00

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

6.4 Projeção de Custos e Despesas

Aos custos, determinamos uma comissão de vendas de 5% por cada pacote aos nossos vendedores.

Produto	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Excedente de condomínios a partir de 20	9.218	10.324	11.770	13.535	15.565
Pacote Empresa de administração (1 à 20 condomínios)	5.166	5.786	6.596	7.585	8.723
Pacote Síndico (1 à 5 condomínios)	2.764	3.095	3.529	4.058	4.667
Total Custo Variável >>>>>>>>>	17.148	19.205	21.894	25.178	28.955

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

Produto	Item de Custo	Quantidade	Valor
Excedente de condomínios a partir de 20	Comissão de venda	1,00	0,93
Pacote Empresa de administração (1 à 20 condomínios)	Comissão de venda	1,00	14,35
Pacote Síndico (1 à 5 condomínios)	Comissão de venda	1,00	4,90

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

6.5 Projeção dos Custos Fixos e Despesas

Item da Despesa	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Água	636,00	665	698	736	777
Aluguel e IPTU	12.000,00	12.540	13.167	13.891	14.655
Alvará	120,00	125	132	139	147
Certificado digital	180,00	188	198	208	220
Condomínio	1.800,00	1.881	1.975	2.084	2.198
Contabilidade	13.200,00	13.794	14.484	15.280	16.121
Dominio	480,00	502	527	556	586
Energia	4.800,00	5.016	5.267	5.556	5.862
EPI (luvas para DORT e Apoio dos pés)	708,00	740	777	820	865
Internet e telefone	2.998,80	3.134	3.290	3.471	3.662
Manutenção de equipamentos	1.200,00	1.254	1.317	1.389	1.466
Marketing (divulgação e anúncios)	7.200,00	7.524	7.900	8.335	8.793
Material de escritório	960,00	1.003	1.053	1.111	1.172
Material de Higiene	1.440,00	1.505	1.580	1.667	1.759
Pró- labore sócia Nataliz	26.400,00	27.588	28.967	30.561	32.241
Pró- labore sócio Fernando	26.400,00	27.588	28.967	30.561	32.241
Servidor	22.596,00	23.613	24.793	26.157	27.596
TFF	1.038,96	1.086	1.140	1.203	1.269
Transporte	4.632,00	4.840	5.082	5.362	5.657
Total Das despesa >>>>>>>>>>	128.790	134.585	141.315	149.087	157.287

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

6.6 Projeção de Resultados - DRE

A DRE fechou positiva em todos os anos efetivando o negócio e o tornando viável.

Discriminação	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	Total
Receita Oper.I Bruta	343.050	384.216	438.007	503.708	579.264	2.248.245
Impostos S/ Vendas	56.946	63.780	72.709	83.615	96.158	373.209
Receita Oper.I Líquida	286.104	320.436	365.298	420.092	483.106	1.875.036
Custos dos Produtos	17.148	19.205	21.894	25.178	28.955	112.381
Lucro Bruto	268.956	301.231	343.403	394.914	454.151	1.762.655
Folha de Pagamento	93.773	98.930	104.668	111.367	118.940	527.678
Despesas Operacionais	128.790	134.585	141.315	149.087	157.287	711.063
Depreciação	2.736	2.736	2.736	2.736	2.736	13.682
Lucro Operacional	43.657	64.979	94.684	131.724	175.188	510.232
Impostos S/ Lucro	0	0	0	0	0	0
Resultado Líquido	43.657	64.979	94.684	131.724	175.188	510.232

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

6.7 Projeção do Fluxo de Caixa

Outro ponto a se destacar é que fechamos o fluxo de caixa positivo já a partir do segundo ano, estando na margem de inserção no negócio.

Discriminação	Ano 0	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Investimento Inicial	64.646					
(+) Entradas de Caixa						
Recebimentos		343.050	384.216	438.007	503.708	579.264
(-) Saídas						
Impostos S/Vendas		56.946	63.780	72.709	83.615	96.158
Custos dos Produtos		17.148	19.205	21.894	25.178	28.955
Folha de Pagamento		93.773	98.930	104.668	111.367	118.940
Despesas Operacionais		128.790	134.585	141.315	149.087	157.287
Imposto S/Lucro			0	0	0	0
(=) Saldo do Período	-64.646	46.394	67.715	97.421	134.460	177.924
(+) Saldo Inicial		-64.646	-18.252	49.463	146.884	281.343
(=) Saldo Final	-64.646	-18.252	49.463	146.884	281.343	459.268

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

6.8 Necessidade de Capital de Giro

Discriminação	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Necessidade de Capital de Giro	37.082	39.563	41.211	46.156	50.167

Disponível em:
https://brstart.com.br/tools/impressao_plano.asp?id=627. Acesso em: junho de 2021.

6.9 Análise de Sensibilidade

Após todos os fechamentos, determinamos as análises financeiras e de sensibilidade do negócio, calcula-se um Payback a partir no segundo ano no valor de R\$ 43.391,80, considerando o investimento inicial de R\$ 64.646,00, com o capital de giro, já o VPL (Valor presente líquido) chegou a um montante de R\$ 398.241,31 no quinto ano, outro ponto a destacar na efetivação do negócio foi a TIR (Taxa interna de retorno) em 102% ao fim do último ano. O Roi (Retorno sobre o investimento) fechou em 4,30. Toda base de cálculo foi realizada pela taxa Selic atual de 3,50%.

Com base nesses dados financeiros destacamos a viabilidade do projeto uma vez que no segundo ano seu payback é alcançado e no quinto ano tem-se uma TIR de 102%.

Taxa Interna de Retorno						
SALDO PERÍODO	-64.646	46.394	67.715	97.421	134.460	177.924
Taxa de juros	3,50%					
ANO	INVESTIMENTO	SALDO DO PERÍODO	SALDO DESCONTADO	SALDO A RECUPERAR		
0	-64.646			-64.646		
1		46.394	44.825,12	- 19.820,88		
2		67.715	63.212,68	43.391,80	PAYBACK NO 2 ANO	
3		97.421	87.868,16	131.259,96		
4		134.460	117.174,12	248.434,08		
5		177.924	149.807,23	398.241,31	VPL	
		TIR	102%			

Planilha 4

7 Referências

HORTA, Henrique. Confira 3 tecnologias essenciais na administração de condomínios. Grupos software. 23 de outubro de 2020. Disponível em: <<https://www.groupsoftware.com.br/blog/tecnologia-na-administracao-de-condominios/>>. Acesso em: 10 de março de 2021.

Software para condomínio: conheça a melhor solução do mercado. CondoBox, 2020. Disponível em: <<https://condobox.com.br/blog/software-para-condominio-conheca-a-melhor-solucao-do-mercado/>>. Acesso em: 10 de março de 2021.

GARCIA, Bárbara. Os principais indicadores de mercado para administradoras de condomínios monitorarem no novo cenário. Super lógica. 19 de maio de 2020. Disponível em: <<https://blog.superlogica.com/condominios/indicadores-de-mercado-administradoras/>>. Acesso em: 18 de março de 2021.

O setor de Economia Digital 2018-2020. Sebrae, 2018. Disponível em: <<https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/o-setor-de-economia-digital-2018-2020/>>. Acesso em: 21 de março de 2021.

BIANCHETTI, Mara. Comércio e serviços são mais impactados pela crise sanitária. Diário do Comércio. 31 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/economia/setores-se-reinventam-para-enfrentar-a-pandemia/>>. Acesso em: 21 de março de 2021.

FIGUEIREDO, Rosali. 2021, O que está por vir nos condomínios. Direcionais condomínios. Fevereiro 2021. Disponível em: <<https://www.direcionalcondominios.com.br/sindicos/materias/item/4887-2021-o-que-esta-por-vir-nos-condominios.html>>. Acesso em 04 de abril de 2021.

Definindo o seu aplicativo: o que são requisitos funcionais e não funcionais?. WeApps, 2020. Disponível em: <<https://www.weloveapps.com.br/aplicativos/definindo-o-seu-aplicativo-o-que-sao-requisitos-funcionais-e-nao-funcionais/>>. Acesso em 10 de abril de 2021.

O que é um fluxograma?. Lucidchart, 2019. Disponível em:
<https://www.lucidchart.com/pages/pt/o-que-e-um-fluxograma#discovery__top>.
Acesso em 30 de abril de 2021.