



UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS – EAE

RAQUEL SALES CERQUEIRA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
PLANO DE NEGÓCIOS – WORKS

SALVADOR

2021

UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS – EAE

RAQUEL SALES CERQUEIRA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIOS - WORKS

Plano de negócios apresentado à disciplina Trabalho de Conclusão de Curso II, da aluna Raquel Sales Cerqueira, do curso de Bacharelado em Administração de Empresas, da Universidade Católica do Salvador (UCSAL), como exigência para aprovação na matéria e conclusão do curso.

Docente: Mônica Mendes de Carvalho Gantois

SALVADOR

2021

ÍNDICES DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1: Organograma.....	13
Figura 2: Lista dos Produtos.....	17
Figura 3: Cobertura Geográfica.....	27
Figura 4: Participação no Mercado de cada Concorrente.....	35
Figura 5: Logomarca.....	41
Figura 6: Equipe de Vendas.....	43
Figura 7: Fluxo Operacional.....	47

GRÁFICOS

Gráfico 1: Interesse do Público nos Concorrentes.....	36
Gráfico 2: Market Share dos Concorrentes.....	36
Gráfico 3: Efeitos da Sazonalidade.....	45

TABELAS

Tabela 1: Cargos e Salários.....	15
Tabela 2: Tempo de Entrada no Mercado Alvo.....	28
Tabela 3: Composição dos Preços por Serviço.....	44
Tabela 4: Projeção de Faturamento.....	44
Tabela 5: Projeção de investimentos.....	52
Tabela 6: Parâmetros Financeiros.....	54
Tabela 7: Projeção das vendas.....	54
Tabela 8: Projeções de faturamento.....	57
Tabela 9: Projeção dos custos por produto.....	60
Tabela 10: Projeção de custos com despesas.....	62
Tabela 11: Projeção dos resultados.....	63
Tabela 12: Fluxo de caixa.....	64
Tabela 13: Necessidade de Capital de Giro.....	64

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.....	9
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	11
2.1 Estrutura Legal do Negócio	11
2.1.1 Estrutura Legal do Negócio.....	11
2.2 Gerência e Estrutura Organizacional	12
2.2.1 Descrição do Organograma.....	12
2.2.2 Descrição e Experiência dos Executivos Chaves.....	13
2.3 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.....	16
3 Produtos e Serviços	16
3.1 Descrição dos Produtos	16
3.1.1 Descrição dos Produtos.....	16
3.1.2 Especificação e Requisitos Técnicos.....	18
3.1.3 Uso e Apelo.....	19
3.1.4 Estágio Evolutivo de cada linha.....	19
3.1.5 Potencial e Vantagens Competitivas dos Produtos.....	19

3.1.6 Propriedade Intelectual Associada.....	20
3.1.7 Habilidade de Atender às Necessidades dos Clientes.....	20
3.2 Descrição dos Novos Produtos (não aplicável).....	20
3.2.1 Descrição dos Novos Produtos.....	20
3.2.2 Especificações e Requisitos Técnicos.....	21
3.2.3 Uso e Apelo.....	21
3.2.4 Potencial e Vantagens Competitivas.....	21
3.2.5 Propriedade Intelectual Associada.....	21
3.2.6 Habilidade de Atender Necessidades dos Clientes.....	21
3.3 Atividades de Pesquisas e Desenvolvidimentos.....	21
3.3.1 Atividades Correntes.....	21
3.3.2 Atividades Futuras.....	22
3.3.3 Tecnologia Aplicada aos Produtos.....	22
4 Plano de Marketing.....	22
4.1 Descrição do Setor da Economia.....	22
4.1.1 Características do Setor da Economia.....	22
4.1.2 Limitações e Entraves do Setor da Economia.....	23
4.1.3 Panorama Atual e Principais Tendências do Setor da Economia.....	24
4.1.4 Segmentação no Setor da Economia.....	25
4.2 Mercado Alvo.....	25
4.2.1 Características do Mercado Alvo e seus Segmentos.....	25
4.2.2 Tamanho do Mercado Alvo.....	26
4.2.3 Cobertura Geográfica.....	27
4.2.4 Segmentação.....	28
4.2.5 Tempo de Entrada no Mercado Alvo.....	28
4.2.6 Pesquisa de Mercado.....	29
4.2.7 Potencial de Entrada no Mercado Alvo.....	29
4.2.8 Tendências e mudanças previstas no mercado alvo.....	30
4.2.9 Perfil dos clientes.....	30
4.2.10 Necessidades dos Consumidores.....	31
4.2.11 Mercados-alvo secundários.....	31
4.2.12 Oportunidades, Ameaças e Fatores Críticos de Sucesso.....	32
4.3 Concorrência.....	32
4.3.1 Descrição dos Concorrentes por Produto.....	32

4.3.2 Concorrentes Indiretos.....	34
4.3.3 Participação de Mercado de cada Concorrente.....	35
4.3.4 Forças e Fraquezas dos Concorrentes.....	37
4.3.5 Importância do Mercado Alvo para os Concorrentes.....	38
4.3.6 Barreiras de entrada no mercado.....	38
4.4 Estratégia de Marketing.....	39
4.4.1 Estratégia de Entrada no Mercado.....	39
4.4.2 Estratégia de Crescimento.....	39
4.4.3 Canais de Distribuição.....	40
4.4.4 Estratégia de Marca.....	40
4.4.5 Estratégia de Comunicação.....	41
4.5 Estratégia de Comercialização.....	42
4.5.1 Força de Vendas.....	42
4.5.2 Composição de Preços.....	43
4.5.3 Projeção de Faturamento.....	44
4.5.4 Efeitos de Sazonalidades.....	44
4.5.5 Tempo de Entrega dos Produtos/Serviços.....	45
4.5.6 Processos de Pós-venda.....	46
5 Plano Operacional.....	47
5.1 Fluxo Operacional.....	47
5.1.1 Descrição do Fluxo Operacional.....	47
5.2 Planejamento da Capacidade de Produção.....	48
5.2.1 Capacidade de Produção.....	48
5.2.2 Capacidade de Entrega Interna e Externa.....	48
5.2.3 Procedimentos de Entrega dos Produtos.....	48
5.2.4 Previsão de Aumento de Capacidade.....	49
5.2.5 Vantagens Competitivas nas Operações.....	49
5.3 Fornecedores e Terceiros.....	49
5.3.1 Identificação de Fornecedores Críticos.....	49
5.3.2 Descrição de Parceiros.....	50
5.3.3 Requisitos de Tempo.....	50
5.4 Sistema de Gestão.....	50
5.4.1 Gestão de Estoque e Inventário.....	50
5.4.2 Gestão da Qualidade.....	51

5.4.3 Gestão de Segurança e Saúde.....	51
5.4.4 Gestão do Impacto Ambiental.....	51
5.4.5 Sistemas de Informação e Automação.....	52
6. Plano Financeiro.....	52
6.1 Investimentos.....	52
6.2 Projeção de Vendas.....	54
6.3 Projeção de Faturamento.....	57
6.4 Projeção de Custos e Despesas.....	60
6.5 Projeção de Resultados – DRE.....	62
6.6 Projeção de Fluxo de Caixa.....	63
6.7 Necessidade de Capital de Giro.....	63
6.8 Análise de Sensibilidade.....	64
Referências Bibliográficas.....	66

1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

1.1 Dados da Empresa

1.1.1 Natureza do Negócio

A Works visa intermediar contratações de prestadores de serviços através de uma plataforma digital, que tem como objetivo viabilizar a forma de como é divulgado trabalhos informais, a fim de aumentar a clientela de pequenos e médios empreendedores e proporcionar novas oportunidades àqueles que estão começando. O mundo está passando por uma grande crise que impactará negativamente no mercado de trabalho e a Works vem para minimizar esses impactos, gerando oportunidades a esses empreendimentos.

1.1.2 Missão e Visão

Sua missão é realizar intermediação de contratações de serviços através de meios tecnológicos, com agilidade, praticidade, comprometimento e baixo custo, proporcionando inovação tecnológica e maior rentabilidade e economia aos nossos clientes.

Sua visão é ser um negócio de referência no quesito de contratação de serviços online, e através de sua vantagem competitiva, conquistar uma fatia do mercado brasileiro em 5 anos.

A Works constitui-se dos seguintes valores: cumprir com os valores éticos e morais da sociedade, ser sempre transparente com o público, gerar confiança e credibilidade através de inovação e tecnologia.

1.1.3 Objetivos Estratégicos

A Works necessita de um crescimento exponencial a fim de cada vez mais atingir o público-alvo em localidades diferentes, proporcionando diversidade entre prestadores e clientes. Para isso, será necessário empenho para obter um número de prestadores cadastrados de 3.600 em média no primeiro ano, e com o crescimento constante, em 5 anos possuir uma fatia do mercado o suficiente para ser referência

dentre os negócios digitais existentes do mesmo ramo no Brasil, gerando um retorno do investimento em no máximo 3 anos de funcionamento.

1.1.4 Abrangência de Atuação

Inicialmente as ações tomadas serão voltadas para a cidade de Salvador/Ba e Região Metropolitana, mas com o objetivo de realizar contratações de serviços através da plataforma em todo o território nacional (Brasil), pois a mesma permite que qualquer prestador no Brasil solicite o cadastramento na Works.

1.1.5 Estágio Atual da Empresa

O estágio atual da empresa é a estruturação do plano de negócio, estão sendo desenvolvidas ideias e inovações para a conclusão do projeto.

1.1.6 Diferenciais Competitivos

O "como fazer" será o grande diferencial competitivo do negócio da Works. Atualmente, existem empresas que realizam intermediação de serviços tanto convencionais quanto online, e a Works utilizará uma plataforma digital como ferramenta, o que já é uma vantagem competitiva, porém, o que ela traz de diferencial é a forma de pagamento, com taxas de utilização bastante atraentes comparada aos concorrentes, além da vantagem de que o prestador só paga essa taxa se ele fechar o negócio, ou seja, mais segurança para o profissional. Além da unificação de todo o processo em apenas um lugar, desde a procura por um prestador, contratação, pagamento e avaliação.

Os clientes dos prestadores serão bastante estimulados a utilizar a Works, justamente por ser mais rápido e prático do que seria em um outro meio convencional. Outro diferencial será o sistema de avaliação de cada prestador, onde o mesmo poderá construir sua reputação através do serviço prestado, e o cliente poderá escolher o melhor custo x benefício para atender à sua necessidade.

1.1.7 Localização Geográfica

Por ser uma empresa voltada para o ramo tecnológico, o lugar mais estratégico em Salvador é o bairro do Caminho das Árvores, sendo um local com bastante presença de empresas do mesmo ramo, fácil acesso, e pela praticidade. Como não é necessário nenhum tipo de especificação, o local será um perfil de Coworking para comportar os equipamentos tecnológicos e material básico de escritório, a fim de poder ser um ambiente onde tudo a respeito da empresa que precise ser resolvido de forma presencial possa ser solucionado ali mesmo, e por conta do porte inicial do negócio, sendo mais vantajoso uma assinatura de Coworking do que um aluguel de sala comercial.

1.1.8 Exigências Legais para o funcionamento da empresa

As empresas do ramo tecnológico não têm especificações de funcionamento da parte online, já o restante existe uma série de exigências legais para o funcionamento da mesma. A Works é uma empresa onde tem o tipo de atividade exercida como Prestação de Serviço, com a natureza jurídica de Sociedade Limitada, portanto as exigências são:

Municipal:

- Alvará de Funcionamento;
- Termo de viabilidade de Localização;

Estadual:

- Registro na Junta Comercial

Além de ter uma série de documentação necessária:

- Notas fiscais;
- Registros de contabilidade;
- Comprovante de recolhimento de tributos e contribuições;
- Comprovantes de recursos humanos;
- Comprovantes médicos e de segurança no trabalho;

- Contrato social;
- Contrato com o contador.

1.1.9 Alianças Estratégicas

A aliança estratégica adotada será a associação à FENAD - Federação Nacional dos Administradores, com o objetivo de levar questões e necessidades vivenciadas na área administrativa para que seja posto em pauta com maior vantagem, pois o profissional que fizer isso sozinho não terá força suficiente para gerar impacto. Sendo assim, estar associado a esse tipo de entidade é uma boa aliança para defesa dos interesses benéficos para a classe e a sociedade em geral.

1.1.10 Responsabilidade Social

A Works terá como responsabilidade social prezar pelo bem-estar social da comunidade onde a empresa estará lotada, no caso será a cidade de Salvador/Ba, através de campanhas de doações a cada período, e o estímulo aos colaboradores para se voluntariarem em projetos sociais. Também será estruturada uma palestra de educação financeira, de caráter educativo e de linguagem simples, voltado para o público jovem de algumas comunidades carentes.

2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

2.1 Estrutura Legal do Negócio

2.1.1 Estrutura Legal do Negócio

A Works adotará a estrutura do Simples Nacional com natureza jurídica em Sociedade Limitada (LTDA) composta por 2 sócios, onde cada um corresponderá a 50% de disponibilização para formação do capital social. Os sócios serão também os gestores da empresa, sendo a Raquel Sales Cerqueira e o Felipe José Peixoto Fernandes Gonçalves, ambos serão remunerados por meio de participação do lucro obtido dentro de um determinado período a partir do 3º ano, que é quando a empresa começará a gerar lucro, além de ajuda de custo mensal através do pró-labore.

Apesar dos sócios iniciarem o projeto com capital próprio, será necessário a captação e entrada de investidores financeiros para conseguir executar o projeto até sua implementação.

2.2 Gerência e Estrutura Organizacional

2.2.1 Descrição do Organograma

O organograma da Works foi pensado de forma que possa atender a todas as necessidades dos nossos clientes, como inicialmente a empresa estará em fase de crescimento, o quadro de funcionário foi bastante enxuto, porém completo para atender às demandas no primeiro momento, permanecendo uma hierarquia necessária para a continuidade e crescimento da organização.

Diretor Adm/Financeiro

Responsável pelo planejamento estratégico e gestão financeira, realiza o gerenciamento orçamentário, emite relatórios e dados para a gestão empresarial. Também realiza as atividades de Recursos Humanos.

Diretor T.I e Comunicação

Coordena e realiza a implementação de sistemas e softwares da organização, realização de testes e manutenção dos servidores e da plataforma, também acompanha as ações de publicidade que visa atingir o público-alvo do negócio e atender às expectativas do planejamento estratégico.

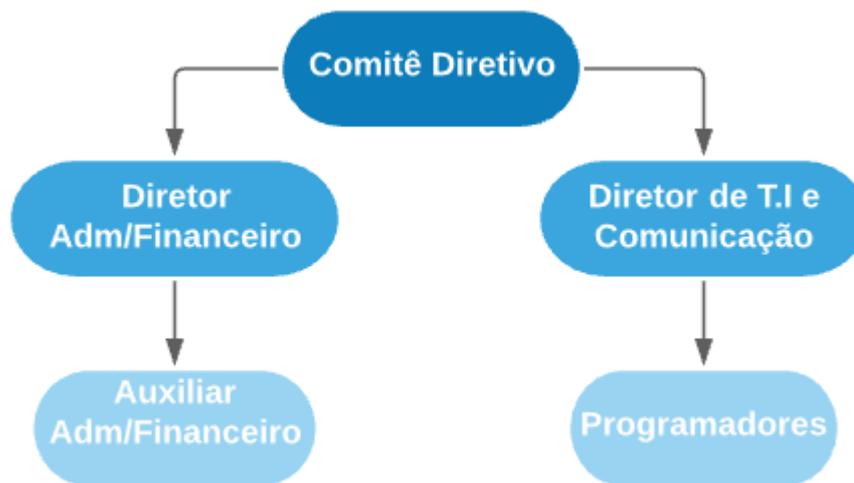
Auxiliar Administrativo

Realiza o preenchimento das ferramentas de gestão com dados necessários, emite relatório gerencial, faz o preenchimento de documentos administrativos, apoio às atividades de Recursos Humanos, e atividades de escritório.

Programador

Programa, desenvolve e testa os softwares para a organização, e realiza a manutenção da plataforma e servidores, além de dar suporte.

Figura 1: Organograma



Fonte: Criado pelo autor

2.2.2 Descrição e Experiência dos Executivos Chaves

Raquel Sales Cerqueira - Diretora Administrativo e Financeiro - é formada em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador - UCSAL, nascida em 02/07/1999, solteira e residente na rua Jornalista Regina Célia Santana Dias, 127. Já trabalhou como aprendiz na Editora A TARDE no setor de assessoria de projetos sociais, fazendo a manutenção de redes sociais e contatos com clientes, depois fez um estágio na Caixa de Assistência aos Funcionários do Banco do Brasil - CASSI no setor de Negociação, dando suporte aos executivos em relatórios gerenciais, negociações e atendimento ao cliente. Atualmente trabalha como estagiária no Banco Bradesco, na área de RH, com foco no processo de capacitação e desenvolvimento dos colaboradores.

Felipe José Peixoto Fernandes Gonçalves - Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação - é formado pelo Colégio Técnico da Unicamp - COTUCA em Informática para web, cursando nível superior em Engenharia da Computação pela Universidade Salvador - UNIFACS, formado pelo curso de Desenvolvimento Web Completo - Udemy, possui inglês avançado pelo ACBEU, nascido em 1996, solteiro e residente na Rua Clara Nunes, 466, atualmente trabalha como Assistente de T.I na Medicicor.

2.3 Descrição e Experiência do Comitê Diretivo

Por conta da Works ser uma empresa nova que ainda vai ser inserida no mercado, o Comitê Diretivo ficará sob responsabilidade dos sócios.

2.4 Política de Recursos Humanos

2.4.1 Plano de Carreira e Compensação

Na Works, todos os funcionários terão salários fixos, exceto os diretores, que por serem sócios, receberão através do pró-labore. O auxiliar administrativo terá apenas o salário e o programador terá além do salário a comissão/serviços.

Tabela 1: Cargos e Salários

Cargo	Salário	Comissão	Pró-Labore
Diretor Adm/Financeiro	-	-	R\$ 2.000,00
Diretor de T.I e Comunicação	-	-	R\$ 2.000,00
Auxiliar Adm/Financeiro	R\$ 1.200,00	-	-
Programador	R\$ 1.900,00	5%	-

Fonte: Criado pelo autor

2.4.2 Plano de Incentivo

O plano de incentivo é composto pelas comissões/serviços, que no caso dos programadores é de 5%. Além da remuneração variável a partir das comissões,

também terão alguns incentivos que visam estimular o sentimento de pertencimento dos colaboradores, e proporcionar qualidade de vida, que é através de comemoração dos aniversariantes do mês, possibilidade de home office para todos e horário flexível para programadores.

2.4.3 Recrutamento e Seleção

O recrutamento e seleção será conduzido pela Diretora Adm/Financeiro, com a participação do Diretor de T.I e Comunicação. Serão captados os currículos através do site da Works e LinkedIn, após selecionar os candidatos será aplicado um questionário online para avaliar competências básicas e habilidades necessários de acordo com a função, depois haverá uma entrevista final e avaliação de perfil.

2.4.4 Avaliação de Desempenho

A avaliação de desempenho será por resultados, terão os indicadores que contabilizam as metas de cada funcionário e seus resultados alcançados. Também será realizado feedbacks positivos e construtivos constantemente, para que a equipe como um todo possa realizar ajustes de rota quando necessário, e reconhecimento para incentivar seu desenvolvimento na empresa.

2.4.5 Treinamento e Desenvolvimento

Existirá treinamentos específicos para cada cargo, o auxiliar administrativo será feito no dia a dia junto com a diretora adm/financeiro, os programadores terão treinamentos específicos por empresas especializadas nessa área sempre que for necessário, além da participação em eventos desse segmento, que possibilite a atualização das novas tecnologias utilizadas no mercado.

3 PRODUTOS E SERVIÇOS

3.1 Descrição dos Produtos

3.1.1 Descrição dos Produtos

A Works fará a intermediação da contratação de prestadores de serviços através de uma plataforma digital, que funcionará para mobile e desktop, com isso, será oferecido ao nosso público-alvo 2 produtos, que é o acesso a plataforma que o prestador de serviço terá solicitado através de um formulário, e a área exclusiva para ele realizar os treinamentos ofertados pela Works. Os clientes dos nossos prestadores de serviços cadastrados terão um acesso exclusivo para eles utilizarem a plataforma.

Além das intermediações via plataforma e os cursos ofertados no site, a Woks também fará a monetização do site para gerar recursos, através de espaços para inserir os banners dos anunciantes.

Figura 2: Lista dos Produtos

Cursos e Treinamentos

Intermediação - Barbeiro

Intermediação - Chaveiro

Intermediação - Serralheiro e Solda

Intermediação - Artes Macias

Intermediação - Assessor de eventos

Intermediação - Assistência Técnica para Celular e relógios

Intermediação - Assitência para computadores

Intermediação - Aula de Canto

Intermediação - Babá

Intermediação - Conserto de Eletrodomésticos

Intermediação - Cozinheira

Intermediação - Dedetizador

Intermediação - Depilação

Intermediação - Design de sobrancelha

Intermediação - Diarista

Intermediação - Encanador
Intermediação - Garçons e copeiras
Intermediação - Gesseiro
Intermediação - Instalação de Eletrônicos
Intermediação - Instalação de Móveis
Intermediação - Instrumentos Musicais
Intermediação - Lavadeira
Intermediação - Maicure e Pedicure
Intermediação - Passadeira
Intermediação - Pedreiro
Intermediação - Pintor
Intermediação - Reforço Escolar
Intermediação -Eletricista
Monetização - Banner em todas as páginas

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/listar_vendas_cliente.asp.

3.1.2 Especificação e Requisitos Técnicos

O negócio será adequado ao Decreto 7.962/13 que dispõe sobre a contratação de bens e serviços no comércio eletrônico, e cumprirá todos os aspectos que constam no Decreto.

Com relação aos cursos ofertados, será amparado pelo Decreto N° 5.154, que é a base legal para os cursos livres, é uma modalidade não-formal e não precisa ser regularizado pelo MEC.

No âmbito da tributação, por se tratar de um marketplace, ela ocorre apenas sobre o comissionamento cobrado pela intermediação, e não pelo valor total do serviço.

3.1.3 Uso e Apelo

O objetivo da Works é proporcionar o aumento das vendas de pequenos prestadores de serviços, profissionais do mercado que empreendem suas habilidades, mas que não possuem acesso às ferramentas ideais para alavancarem seus negócios, e a Works os auxilia nesse aspecto além de aumentar a carteira fixa de clientes dos mesmos, a depender do tipo de serviço. E para isso acontecer, toda essa intermediação será feita através de uma plataforma digital bastante atrativa e fácil de usar, e com muitas vantagens para que as pessoas sejam atraídas para os prestadores cadastrados na Works.

3.1.4 Estágio Evolutivo de cada linha

Os produtos da Works, por serem digitais, serão desenvolvidos por programadores com os recursos dos investidores, em geral esses profissionais não necessariamente precisam ter curso superior na área, pois o necessário é a habilidade e capacidade de entregar o solicitado. A parte dos cursos disponibilizados no site será comandado por um Administrador com foco no desenvolvimento e capacitação dos profissionais, de acordo com o perfil que eles venham a possuir.

3.1.5 Potencial e Vantagens Competitivas dos Produtos

Os serviços oferecidos pela Works se diferem dos demais disponíveis no mercado pela forma de cobrar dos prestadores cadastrados, que será apenas quando o negócio for fechado, e pela facilidade de os clientes encontrarem o profissional ideal para sua necessidade, através de itens de pesquisa muito mais claros, objetivos e completos. Além disso, será integrado uma plataforma de cursos bastante atrativa e

relevante para esses prestadores, que farão com que os seus serviços sejam aprimorados, gerando a fidelização do cliente.

3.1.6 Propriedade Intelectual Associada

Será registrado na Junta Comercial da Bahia o contrato social com o nome da empresa de Works Serviços LTDA, e de acordo com as normas que tange as marcas e patentes das organizações, a Works será registrada junto ao INPI como Works bem como sua marca.

3.1.7 Habilidade de Atender às Necessidades dos Clientes

Satisfazer a experiência do prestador e de seu cliente é crucial para o sucesso do negócio, para isso é necessário que o tratamento com os clientes seja sempre com base no respeito, transparência, e a disponibilização de um recurso tecnológico constantemente aprimorado para melhor atendê-los, utilizando processos de testes e melhoria, além de projetos para novas funcionalidades e indicadores para atingir uma parte maior do público-alvo.

3.2 Descrição dos Novos Produtos (não aplicável)

3.2.1 Descrição dos Novos Produtos

Por conta da Works está em fase de estruturação, no momento não há previsões de novos produtos, no entanto é estabelecido que eles tenham sempre o objetivo de melhorar a experiência dos clientes para que os mesmos permaneçam na plataforma e fechem negócios através dela.

3.2.2 Especificações e Requisitos Técnicos

No momento não há previsão de lançamento de novos produtos, porém, quando tiver seguirá as mesmas normas e requisitos já estabelecidos.

3.2.3 Uso e Apelo

O objetivo da Works sempre será voltado a realizar a intermediação de contratação de serviços através de sua plataforma, proporcionando aumento nas vendas dos prestadores e aumentando sua clientela.

3.2.4 Potencial e Vantagens Competitivas

Quando for formulado os novos produtos, será dentro dos parâmetros dos já existentes, com a diferença de estarem sempre à frente quanto a tecnologia utilizada, e alinhamento com os objetivos estratégicos da empresa.

3.2.5 Propriedade Intelectual Associada

A Works seguirá o mesmo processo de registro da marca e patente dos novos produtos fornecidos pela organização junto ao INPI.

3.2.6 Habilidade de Atender Necessidades dos Clientes

O objetivo final da Works será sempre atingido através de um relacionamento com os clientes baseado em respeito e transparência, além de disponibilizar os melhores e mais atualizados recursos tecnológicos a eles.

3.3 Atividades de Pesquisas e Desenvolvidos

3.3.1 Atividades Correntes

A cada contratação que for realizada através da plataforma da Works terá uma avaliação final que o cliente poderá indicar pontos fortes e a melhorar, dar estrelas de acordo com o serviço prestado, e deixar seu comentário a respeito do prestador. E todo usuário da plataforma receberá sempre mensagens instantâneas enquanto estiver utilizando o aplicativo para que o avalie na Play Store.

Também terá avaliação dos serviços prestados pela Works aos prestadores de serviços, essa será feita através do site e eles receberão e-mail com o link direcionado para a pesquisa de satisfação.

3.3.2 Atividades Futuras

Utilizaremos casos de sucesso dentre os prestadores cadastrados na Works para eles darem seus depoimentos quanto a mudança em suas vendas, e colocaremos também um breve currículo dele nesse depoimento, dando maior visibilidade para o prestador.

3.3.3 Tecnologia Aplicada aos Produtos

A tecnologia utilizada na plataforma da Works será a IA - Inteligência Artificial, por se tratar de um marketplace, se torna indispensável o uso da IA na mediação de interações da plataforma, pois são elas que geram o crescimento exponencial do negócio. Também terá a preocupação por sempre buscar os melhores e mais atualizados mecanismos desse tipo de produto para aplicar na Works.

4 PLANO DE MARKETING

4.1 Descrição do Setor da Economia

4.1.1 Características do Setor da Economia

A Works se enquadra no Setor Terciário da Economia. Segundo Pena, esse setor tem crescido rapidamente nos últimos anos e é considerado o maior de todos, sendo relacionado às atividades de comércio de bens e à prestação de serviços. Esse crescimento tem ocorrido a nível mundial, inicialmente em países desenvolvidos, e agora nos países emergentes, como o Brasil.

Pena explica que o crescimento do Setor Terciário se dá por conta da terceirização econômica, pois empresas estão se especializando em atividades, enquanto outras querem reduzir o máximo de custo e operações, com isso muitas funções foram surgindo nesse setor. Além disso, também ocorre o fato de que com o avanço tecnológico na agropecuária e na Indústria, resultou em uma redução significativa de pessoas empregadas dessas áreas e que migraram para o Setor

Terciário, entretanto, essa migração resulta em uma hipertrofia, que é um crescimento desenfreado, causando um aumento significativo nas atividades informais, como os camelôs e ambulantes.

Fazendo um recorte, o setor de serviços engloba atividades imateriais, como consertos, consultorias, lazer, segurança, entre várias outras, e são difíceis de classificar por serem intangíveis e incontáveis.

4.1.2 Limitações e Entraves do Setor da Economia

O rápido crescimento do Setor Terciário tem gerado grandes impactos negativos, segundo Pena, tem causado o aumento da informalidade no Brasil e consequentemente a diminuição dos direitos trabalhistas desses empregados. Esse setor é formado em sua maioria por empresas micro e pequenas, e isso contribui ainda mais para a não regularização desses trabalhadores, acarretando menos recolhimento de impostos e a falta de colaboradores registrados nessas empresas.

Do ponto de vista atual, a maior dificuldade do Setor Terciário tem sido a permanência e funcionamento das empresas, visto que por conta dos decretos que surge nas localidades do Brasil, por muitas vezes é necessário fechar as portas e aguardar, sem previsão, o retorno, isso não envolve os segmentos das atividades essenciais, pois podem funcionar durante a pandemia do coronavírus por conta das atividades exercidas, porém, os demais segmentos têm tido dificuldades para se manter no mercado de portas fechadas. De acordo com a CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2020) a instabilidade econômica, ausência do capital de giro e queda do poder de compra dos clientes têm sido pontos cruciais de dificuldade desse setor.

4.1.3 Panorama Atual e Principais Tendências do Setor

De acordo com Bianchetti (2020), por conta da pandemia do Covid-19, o Setor Terciário tem sofrido grande impacto econômico e foi o mais atingido pela crise, visto que a maior parte das atividades não são consideradas essenciais, sendo assim, tem o funcionamento restrito e de acordo com os decretos locais. Pelo fato desse setor

possuir em sua maioria micro e pequenas empresas, elas têm sofrido muito para se manter no mercado, muitas encerraram suas atividades, gerando muitos desempregados no Brasil e que conseqüentemente teve diminuição no consumo das famílias, entre outros impactos que vão sendo gerados em cascata.

As micro e pequenas empresas do Setor Terciário por terem menos estrutura e capital disponível, enfrentam maiores dificuldades em superar a crise sanitária. Segundo Almeida (apud Bianchetti, 2020) as empresas de grande porte, em sua maioria, se adaptaram bem e rapidamente à situação atual, principalmente aquelas que já utilizam as ferramentas das mídias digitais e o comércio online.

Bentes afirma (apud Barbosa, 2020) que a recuperação dessa crise não será rápida, e que além da pandemia melhorar sua situação, é necessário que as pessoas se sintam confortáveis e seguras para voltar ao “normal” e com isso aquecer novamente o mercado.

4.1.4 Tamanho e Taxa de Crescimento do Setor da Economia

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o setor de serviços corresponde a 70% do PIB nacional, com isso é possível observar o espaço que os serviços têm tomado no mercado Brasileiro. A expectativa de crescimento do setor de serviços no Brasil para até 2029 é de 2,9% a.a., de acordo com a Nota Técnica DEA 017 (2019).

4.1.5 Segmentação no Setor da Economia

As atividades de comercialização de bens e serviços fazem parte do Setor Terciário, onde ele é constituído por outros segmentos como o turismo, restaurantes, escolas, hospitais, dentre outros.

Com a atual conjuntura econômica, o segmento de prestação de serviços, apesar de ter sofrido queda, ainda tem sido uma das melhores possibilidades para o trabalhador brasileiro, pois emprego com carteira assinada está escasso e há dificuldade até de manter quem está empregado, e com isso surge muitos prestadores

de serviços autônomos de diversas categorias, prestando serviços domiciliares, empresariais e até a distância.

Como a Works faz parte desse segmento que está em ascensão e com alta procura, fica mais fácil da mesma ter estratégias mesmo em cenário desfavoráveis como a pandemia, a Works ainda minimiza os impactos causados pela quantidade de desempregados no Brasil, viabilizando clientes para esses pequenos empreendedores, e impulsiona aqueles que já estão no mercado e possuem dificuldade de crescimento.

4.2 Mercado Alvo

4.2.1 Características do Mercado Alvo e seus Segmentos

A Works tem como Mercado Alvo os Prestadores de Serviços Autônomos. Esse público tem como característica exercer sua atividade por conta própria e sem vínculo empregatício, não possui salário e sua remuneração é prevista em contrato previamente acordado. A contratação desses prestadores tem sido mais valorizada por ter menores custos do que uma empresa de prestação de serviços, principalmente quando se refere à clientes Pessoa Física, que utilizam de serviços do dia a dia e nem sempre estão dispostos a contratar uma empresa.

O mercado de Prestadores de Serviços Autônomos possui vários segmentos, como a prestação de serviços automotivos, domiciliares, serviços gerais, elétricos, entre diversas outras atividades. Com isso, a Works irá abranger segmentos dos mais variados tipos, pois o papel da empresa é intermediar esses prestadores autônomos com seus clientes, e assim é possível ter uma variedade de serviços disponíveis para contratação.

4.2.2 Tamanho do Mercado Alvo

O setor de serviços possui uma grande fatia do mercado brasileiro, correspondendo a 70% do PIB segundo o IBGE - com base nessa informação já é possível perceber o quanto o mercado de Prestadores de Serviços Autônomos tem

crescido também. O critério utilizado para estabelecer o tamanho do Mercado alvo foi a quantidade de prestadores autônomos, esse mercado em 2019 chegou a 24 milhões de trabalhadores autônomos, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Com isso, é possível visualizar o crescimento desse mercado, mesmo em momentos de crise, e as oportunidades de atender esse público.

Considerando que a Works concentra todas suas operações em uma plataforma digital, é necessário avaliar também o mercado de e-commerce de serviços no Brasil. Segundo a Bertholdo (2019), o mercado de e-commerce no Brasil tem ganhado muita força, porém, ainda são focados na comercialização de produtos para o cliente final, que é o chamado modelo B2C, entretanto, existe uma grande oportunidade voltada para a comercialização de serviços através do e-commerce. No caso da Works, o modelo de e-commerce que a empresa se enquadra é o B2B2C - Business To Business To Consumer, que como exemplo desse modelo, existem os grandes marketplaces como Americanas, Submarino e Mercado Livre. A Bertholdo esclarece que o e-commerce de serviços pode alavancar as vendas dos negócios, independentemente do tamanho e segmento em que ele se encontra, além de contribuir para a redução de custos.

O comércio digital no Brasil tem crescido e ganhado força mesmo em meio a pandemia, e a expectativa para os próximos anos é de 12% de crescimento a.a até 2024 de acordo com o relatório da FIS - líder global em tecnologia para serviços financeiros (apud IT Mídia, 2021).

Atualmente, o mercado alvo da Works, levando em consideração a Receita Operacional Líquida dos concorrentes, está em torno de R\$ 42.746 Milhões.

4.2.3 Cobertura Geográfica

Inicialmente a Works atuará na cidade de Salvador/Ba e Região Metropolitana, posteriormente, à medida em que os negócios forem expandindo, chegará ao objetivo de abranger todo o Brasil, desde que haja oferta e procura nas localidades. Esse tipo de negócio tende a crescer em pontos e cidades diferentes, de acordo com a

estratégia de Marketing adotada, e aos poucos vai conquistando as demais regiões do país.

Figura 3: Cobertura Geográfica



Fonte: http://www.lago.com.br/acervo/atlas_01.htm

4.2.4 Segmentação

O Mercado Alvo da Works são os Prestadores de Serviços de todos os segmentos, com o critério de serem autônomos, pois o objetivo é que a Works entregue a proposta de valor para esses empreendedores pequenos e micros, que trabalham para si e tem dificuldade de utilizarem das ferramentas necessárias para alavancar seu negócio e captar novos clientes. Do outro lado tem os clientes que poderão ter a praticidade de contratá-los de forma rápida, prática e segura e ainda ajudar pequenos empreendedores, que em sua maioria empreendem por necessidade e sem conhecimento prévio de gestão.

O objetivo é justamente ter a mais ampla variedade de prestadores autônomos de diversos segmentos, a fim de ter todos os tipos de serviços em uma única plataforma, dando mais vantagens para o cliente

4.2.5 Tempo de Entrada no Mercado Alvo

De acordo com o cronograma estabelecido abaixo, contando com todas as etapas a serem feitas e seus respectivos períodos, a Works estará apta para dar entrada no mercado alvo a partir de 01/03/2022, contabilizando um período de 8 meses de implementação.

Tabela 2: Tempo de Entrada no Mercado Alvo

CRONOGRAMA - TEMPO DE ENTRADA NO MERCADO ALVO		
Etapas	Data Inicial	Data Final
Captação de Recursos	15/07/21	15/10/21
Conclusão da Plataforma	20/06/21	20/12/21
Escolher o Ponto	15/12/21	15/01/22
Análise de Contrato	15/01/22	25/01/22
Aluguel do Ponto	25/01/22	25/01/22
Compra de Materiais e Equipamentos	25/01/22	10/02/22
Contratação da Equipe	25/01/22	25/02/22
Organização do Escritório	15/02/22	28/02/22

Fonte: Criado pelo autor

4.2.6 Pesquisa de Mercado

Uma das maiores dificuldades dos Prestadores de Serviços Autônomos é a captação de novos clientes, e conseqüentemente a expansão do seu negócio. De acordo com uma pesquisa feita pelo SEBRAE (2019) cerca de 24% desses empreendedores acreditam que encontrar clientes e vender são os maiores obstáculos de quem decide abrir seu próprio negócio. Atrair novos clientes é sempre uma necessidade desses tipos de prestadores, e os mesmos devem utilizar das ferramentas disponíveis para isso, e hoje todos recorrem à tecnologia para identificar os melhores meios de atingir seu público.

Por conta da crise sanitária e econômica que o Brasil se encontra, cada vez mais brasileiros têm migrado para o trabalho autônomo, principalmente não registrados. Segundo o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2017 o trabalho sem carteira assinada superou o emprego formal, e é por isso que a Works visa realizar essa intermediação desses prestadores que estão precisando acessar as pessoas que querem contratá-lo, mas que ainda não o conhece, e a impulsionar esses novos negócios. Além de aumentar as vendas desses prestadores, os clientes também terão uma vasta opção na Works para selecionar o prestador que melhor lhe agrade, tornando a plataforma mais atrativa e atraindo mais clientes para esses empreendedores.

4.2.7 Potencial de Entrada no Mercado Alvo

O mercado alvo tem sido uma boa oportunidade para investidores, visto que faz parte de um setor econômico em crescimento, e que há uma necessidade por parte do público, que no caso são os prestadores de serviços, de ter algo que os auxilie a aumentar as vendas e conseqüentemente a carteira de clientes.

Em 2017, o trabalho sem carteira assinada superou pela primeira vez o emprego formal, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Porém, muitos profissionais autônomos sentem dificuldade em atingir o público. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Sebrae, 31% dos empreendedores acreditam que encontrar clientes é um dos principais desafios de atuar "por conta própria". (GASPARIN, 2018, s/p)

Atualmente o mercado alvo está concentrado em apenas um concorrente, que detém 97,8% do mercado. De acordo com os resultados previstos da Works em seu primeiro ano de faturamento, sua participação no mercado será de 0,45%, e até seu quinto ano de funcionamento alcançará um Market Share de 2,66% do mercado alvo.

4.2.8 Tendências e Mudanças previstas no mercado-alvo

O universo da prestação de serviços tem tido muito crescimento e visibilidade, e com isso, existem algumas tendências que merecem atenção especial tanto por parte dos próprios trabalhadores dessa área, quanto de empresas como a Works que visa estar sempre atualizada com o que seu público precisa.

De acordo com a Inove, pode-se dizer que a sustentabilidade tem sido uma preocupação generalizada atualmente, não apenas por grandes empresas, mas também por pequenos empreendedores que proporcionam um consumo sustentável. Há também as novas relações de trabalho, como o home office, que tem feito muitos repensarem sobre seus negócios e as novas tecnologias que surgem a cada momento, na qual os prestadores precisam estar antenados pois seus clientes em maioria estão conectados, e assim o mundo digital ganha muita força nesse mercado. Hoje praticamente tudo pode ser feito de forma online, inclusive alguns serviços.

O crescimento de inovações tecnológicas é usado para melhorar o relacionamento com o cliente e para descobrir novas oportunidades de negócios para se diferenciar dos concorrentes. Isso faz com que o profissional PJ ou autônomo tenha um leque maior para ofertar seus produtos e serviços pelo meio online e criar novos modelos de negócios de forma mais simplificada. (CONTABILIZEI, 2021, p. 17).

4.2.9 Perfil dos Clientes

A Works possui como cliente principal Prestadores de Serviços Autônomos, homens e mulheres, de faixa etária de até 30 anos em média. Em sua maioria não são registrados formalmente e nem possuem qualificação profissional em gestão, com isso possuem dificuldades de atingir seus clientes e ter maior rentabilidade.

O perfil desses profissionais é, principalmente, a circunstância em que se tornaram autônomos, como foi visto, no Brasil a maior parte desses trabalhadores estão nesse mercado por falta de emprego ou oportunidades, e assim é possível identificar que não possuem muito poder aquisitivo, e que também precisam ser capacitadas e auxiliadas para poder ter um aproveitamento melhor do seu negócio, ampliando sua carteira de clientes, fidelizar os mesmos, e construir seu nome no mercado.

4.2.10 Necessidades dos Consumidores

Os clientes principais da Works são os profissionais autônomos de diversas categorias, e os clientes destes, os usuários, são o segundo público que a Works atinge.

De um lado há profissionais que precisam captar novos clientes, aumentar seu faturamento e conquistar um espaço no mercado, além de aprender a como se colocar no mercado de forma que se torne conhecido e até mesmo se comunicar com seu cliente. Do outro lado tem os clientes destes profissionais que precisam de um serviço, mas não sabem onde encontrar e nem quem contratar.

Dessa forma, a Works oferecerá serviços para os prestadores desde a orientação de imagem e comunicação, até a ligá-los a seus potenciais clientes, e oferecerá aos usuários uma jornada simples e prática até encontrar o seu profissional ideal, de forma que seja bastante intuitiva e sem complicações.

4.2.11 Mercados-alvo secundários

Além de intermediar contratações de serviços entre prestadores e clientes, a Works visa incrementar o produto ofertado de forma que seja um complemento que fará com que o prestador tenha muito mais êxito em seus negócios. Nesse caso, através da plataforma utilizada, terá um ambiente de aprendizagem continuada, que são cursos ofertados para esses prestadores de serviços, e que com eles poderão aprender a se comunicar com seu cliente, a negociar, entender o que o cliente deseja e suprir essa necessidade, aprender a como montar seu perfil na plataforma da Works e nas mídias sociais, de forma que seja informativo e atrativo para o cliente, passando mais confiabilidade para o público-alvo de cada prestador.

4.2.12 Oportunidades, Ameaças e Fatores Críticos de Sucesso

O setor do mercado alvo além de estar em crescimento constante, tem feito muito uso de ferramentas tecnológicas para intermediação entre dois públicos diferentes, de acordo com a Bertholdo (2019), o mercado de e-commerce de serviços no Brasil por enquanto é uma oportunidade, mas em um futuro muito próximo será a realidade do dia a dia da maioria dos consumidores de e-commerce, principalmente pelas dificuldades da prestação de serviço de forma presencial, como o deslocamento, demora no atendimento, burocracia na contratação, entre outros problemas que farão com que o público tenha preferência pelo negócio digital. Em contrapartida, apesar

de ser um setor que está em alta, por motivos da crise econômica e sanitária no Brasil e no mundo, o mercado teve uma queda significativa de clientes, visto que a capacidade de compra deles foi bastante reduzida.

Dessa forma, há alguns fatores que garantem o sucesso da Works, mas o principal deles é a confiança. Pois os prestadores de serviços não farão cadastro na Works sem confiar que a mesma cumprirá a promessa de proporcionar uma rede de possíveis clientes e que também cumprirá o repasse de pagamentos que forem realizados através da modalidade online, assim como os clientes também não contratarão esses prestadores através da Works se não tiverem certeza de que o pagamento é seguro e que as recomendações daquele profissional são verídicas.

4.3 Concorrência

4.3.1 Descrição dos Concorrentes por Produto

O mercado de marketplace para intermediar prestação de serviços tem crescido bastante nos últimos anos, com isso diversas empresas desse mercado alvo foram surgindo. Esses concorrentes não são por produto e sim pelo negócio como um todo, pois o objetivo de todas é possuírem diversos tipos de prestadores em suas plataformas, não sendo limitadas a apenas uma categoria. São eles os concorrentes diretos da Works:

GetNinjas

Segundo Velasco (2019) GetNinjas é atualmente a maior empresa com uma plataforma online que conecta prestadores de serviços e potenciais clientes no Brasil. Possui mais de 200 categorias de serviços de todos os tipos.

Triider

Conforme a Triider (2018), ela também faz essa conexão entre esses profissionais e clientes, entretanto com foco em manutenção e reforma, e mesmo sendo destinado a essa área, possui uma vasta variedade de opções de prestadores de serviços.

HireApp

De acordo com a Melz (2016), o HireApp é um aplicativo que serve para realizar anúncios de um profissional, além de poder contratá-lo. Ele utiliza a agenda de contatos do usuário para criar uma espécie de rede social de prestadores confiáveis entre um mesmo círculo de pessoas.

Helpie

Conforme Ghiraldi (2020), a Helpie também é um marketplace de intermediação de serviços, que atualmente oferece mais de 400 especialidades no mercado, além de sua parceria com o SEBRAE para capacitação desses profissionais.

iPrestador

De acordo com Medeiros (2017), o iPrestador chegou no mercado com a proposta de usuários poderem contratar profissionais de diversas categorias, sendo elas mais de 400, e promete ser mais ágil na busca de um prestador ideal.

4.3.2 Concorrentes Indiretos

Como concorrentes indiretos da Works, existem algumas plataformas de marketplace de serviços, mas que focam em apenas uma atividade - por exemplo serviço de diarista - e tem também algumas mídias digitais que o mercado alvo tem utilizado para crescer nas vendas e aumentar clientela, são eles:

Instagram

Uma das redes sociais mais utilizadas ultimamente pelos prestadores de serviços autônomos como divulgação de seu trabalho e alcance de novos clientes, uma prática bem comum são as parcerias com criadores de conteúdo digital. Com isso, o público-alvo da Works pode preferir utilizar apenas essa plataforma em seus negócios.

Facebook

Rede social que tem sido menos usada pelo mercado, mas que ainda concentra boa parte do público nela, principalmente aqueles que possuem mais idade. Também é utilizada para divulgar trabalhos através das páginas e grupos que conectam milhares de pessoas.

Blumpa

De acordo com o site da Blumpa, eles oferecem serviços de diarista e passadeira através de uma plataforma digital, possui a mesma forma de intermediação de outros negócios, porém com foco apenas em serviços de limpeza doméstica.

Singu

Conforme o site da Singu, ele é atualmente a maior rede de delivery de serviços profissionais de beleza de forma online do Brasil, a única coisa feita presencialmente é o atendimento em si.

Reforma Fácil

Segundo a página do Reforma Fácil, ele visa prestar serviços para reformas bem como materiais de forma online e prática.

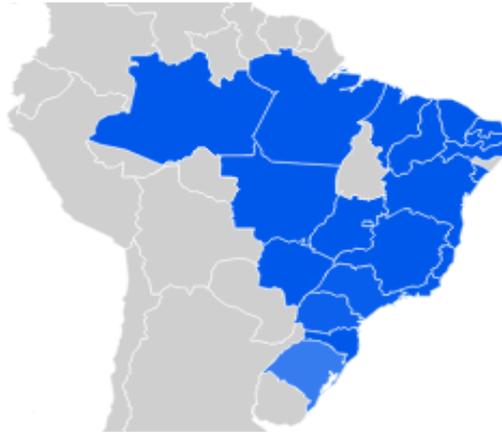
4.3.3 Participação de Mercado de cada Concorrente

Apesar da Works possuir diversos concorrentes diretos, apenas um detém quase o mercado inteiro, sendo esse o principal concorrente. Os dados abaixo foram extraídos do Google Trends, a métrica utilizada para definir o tamanho de cada concorrente dentro do mercado alvo da Works foi a quantidade de pesquisas no Google - maior ferramenta de pesquisas do mundo - referente a cada prestador, dentro do prazo dos últimos 12 meses.

Figura 4: Participação no Mercado de cada Concorrente

Detalhamento comparado por sub-região

● Getninjas ● Triider ● HireApp ● Helpie ● iPrestador

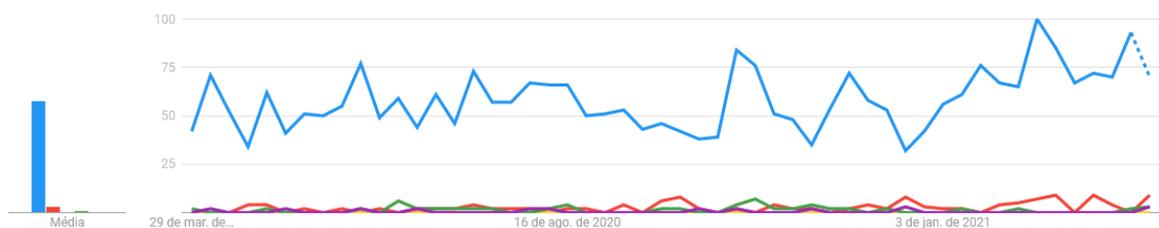


Fonte: <https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=Getninjas,Triider,HireApp,Helpie,iPrestador>

Na imagem acima é possível observar o quanto o GetNinjas detém o mercado de marketplace de serviços no Brasil, estando presente em todas as regiões. Na figura não aparece cores das outras empresas pois a porcentagem é muito pequena.

Gráfico 1: Interesse do Público nos Concorrentes

Interesse ao longo do tempo



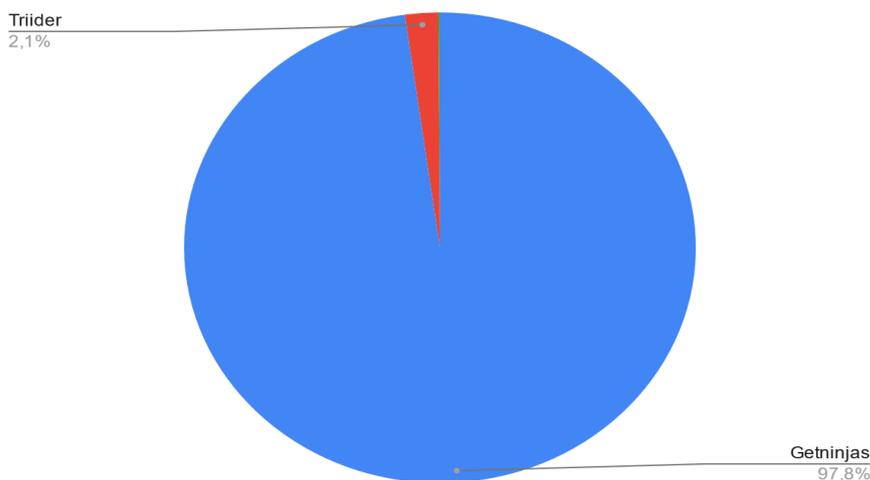
Fonte: <https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=Getninjas,Triider,HireApp,Helpie,iPrestador>

A figura acima indica o interesse das pessoas ao longo do tempo, em média, tendo em primeiro lugar a GetNinjas com 58 pontos, em segundo a Triider com 3

pontos, e a Helpie com 1 ponto. O HireApp e o iPrestador não tiveram números significativos para pontuação.

Para se ter uma noção do tamanho de mercado de cada um, a imagem abaixo indica a porcentagem dos concorrentes. Sendo o GetNinjas com 97,8% do mercado alvo, e a Triider com 2,1% do mercado, os demais prestadores somados dão em média 1%, e por isso o gráfico não consegue indicar por conta do tamanho da porcentagem.

Gráfico 2: Market Share dos Concorrentes



Fonte: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DfAsL9CtTXzABfXHGd3C1A7njfSEqDCdKt6GvPyr16o/edit?usp=sharing>

4.3.4 Forças e Fraquezas dos Concorrentes

Todos os concorrentes possuem propostas e funcionalidades bastante parecidas, mas as maiores diferenças estão em como eles cobram os prestadores, as formas de pagamento da contratação dos serviços e a comunicação entre profissional x cliente.

O Getninja possui uma visibilidade maior e a nível nacional, buscando ter um alto número de negócios fechados pelo aplicativo. Um dos pontos mais fortes deles são os filtros aplicados antes de propor um prestador para o cliente, assim eles levam em consideração distância, o serviço solicitado, preferências e disponibilidade dos

prestadores, e só aí que eles intermediam a contratação, dando 3 opções de profissionais para o cliente, evitando que ele fique muito solto ou perdido na hora da decisão. Entretanto, existem alguns pontos que precisam ser melhorados, um deles é o pagamento por parte desses autônomos, onde os mesmos precisam comprar estrelas ou contratar planos por período para poder ter mais funcionalidades no aplicativo, o que não se torna viável visto que outros aplicativos já estão trabalhando com formas mais acessíveis. Além disso, a comunicação entre prestador e cliente ainda é muito demorada e deveriam disponibilizar outras opções, como o Whatsapp, para facilitar a comunicação e que seja de forma mais rápida.

A Triider não cobra mensalidade e sim uma taxa apenas se houver contratação do serviço, o que já é melhor pois ele não precisa desembolsar um valor mesmo sem ter fechado nenhum negócio. Apesar de terem muitas áreas cadastradas para serviços, ela tem um foco em manutenção e reformas, perdendo oportunidade de fechar negócios em outras categorias,

Já o HireApp é gratuito e pode criar uma rede de fornecedores confiáveis onde as pessoas podem compartilhar com seus próprios contatos - amigos, familiares e conhecidos -. Entretanto o mesmo limita a quantidade de anúncios por prestador, e caso o mesmo queira ilimitado, tem que pagar por isso.

Em parceria com o SEBRAE, a Helpie consegue não apenas intermediar a contratação de serviços, mas como capacitar esses prestadores para melhor atender seus clientes, porém, a plataforma preza por prestadores que possuem diversos talentos, provocando necessidade de algo voltado para o dia a dia daquele profissional.

Por fim, o iPrestador se diferencia por sua vasta opções de categorias, podendo ser mais assertivo quando o cliente busca um profissional, e não realiza cobrança do serviço nem ao prestador nem ao seu cliente. Entretanto, ainda não está disponível para IOS e dispõe de pouco relacionamento com o público-alvo através das mídias digitais.

A Works tem justamente a proposta de proporcionar ao prestador melhores formas de pagamento, utilizando apenas uma taxa quando o cliente contratar de fato o serviço, realizar o pagamento através da plataforma online, pois dessa forma além de ser mais seguro fica mais fácil oferecer aos clientes diversas formas de pagamento, utilizar os filtros corretos para que o cliente encontre seu prestador ideal mais facilmente, e melhorar a comunicação entre ambos através da utilização do WhatsApp para negociação.

4.3.5 Importância do Mercado Alvo para os Concorrentes

O mercado alvo da Works é também o mercado alvo para seus concorrentes, pois todos são empresas que operam através de plataformas digitais, proporcionando a intermediação entre prestadores de serviços autônomos e potenciais clientes, tendo a plataforma como um meio de fechar negócios para alavancar as vendas desses profissionais e conquistar mercado. De um outro lado, proporcionar uma experiência para o cliente de facilitar a contratação de serviços de forma mais prática, digital e segura.

4.3.6 Barreiras de entrada no Mercado

As principais dificuldades para entrar no mercado da concorrência será a conquista do Market Share, pois o principal concorrente detém boa parte desse mercado, e outros negócios do mesmo ramo têm tido muita dificuldade de conquistar mais espaço também. Com isso, a expectativa é que a Works seja uma plataforma que gere maior competitividade nesse mercado, alcançando um número maior de Market Share e conseguindo juntar em uma só proposta as melhorias que seus concorrentes precisam realizar, e as boas práticas dos mesmos.

4.4 Estratégia de Marketing

4.4.1 Estratégia de Entrada no Mercado

A estratégia utilizada pela Works será o Marketing de Produto, pois ele irá acompanhar todo o processo da criação do serviço prestado até ele estar disponível

para os consumidores, criando a mensagem que a empresa passa através do serviço prestado, indicando o diferencial competitivo do mesmo e assim, determinar o posicionamento desse produto no mercado.

O Marketing de Produto possui alguns estágios que começa com estabelecer o perfil do cliente, a mensagem que aquele produto quer passar, criar um plano para lançar aquele produto no mercado juntamente com um conteúdo sobre ele, treinar a equipe (Marketing e de Vendas), e por fim lançar o produto. (DIGITAIS, 2020)

4.4.2 Estratégia de Crescimento

Visto que o mercado está em sua maior parte concentrado apenas em um concorrente, a estratégia de crescimento é aumentar o Market Share da Works, a fim de proporcionar para o mercado outras opções de serviços igualmente prestados e com mais vantagem competitiva.

Outra estratégia de crescimento será a atuação no mercado secundário também, que são os cursos de capacitação para os prestadores de serviços, tanto para auxiliarem a utilizar a ferramenta da melhor forma possível, quanto ao aprendizado de técnicas de negociação e comunicação com seus respectivos clientes.

4.4.3 Canais de Distribuição

O canal de distribuição utilizado por uma empresa serve como o caminho que a organização estipulou para levar sua proposta de valor ao seu público-alvo. (INCENTIVAR, 2019)

O serviço de intermediação de contratação de serviços da Works será realizado através de um canal digital, que será uma plataforma online ligando os prestadores de serviços a seus clientes, sendo que ambos acessam ambiente digital em perfis e funcionalidades distintas.

Outro canal de distribuição será o site/blog da Works, onde terá disponibilizados diversos conteúdos atuais e relevantes a esses prestadores com vídeos interativos, reportagens, além da disponibilização de cursos online para esses profissionais.

4.4.4 Estratégia de Marca

A Works preza pela transparência e responsabilidade com seus clientes, construindo relações de confiança e respeito, com serviços repletos de profissionalismo e seriedade.

A principal mensagem que a logomarca visa passar é confiança, com isso foi utilizado a cor azul que representa honestidade, responsabilidade, e no caso do azul escuro, mostra ser um negócio determinado, com objetivos bem definidos (MOTA, 2016). A letra “o” substituída pelo círculo - que representa estabilidade, continuidade - tem a intenção de trazer a memória qual a empresa que está se referindo apenas vendo o símbolo, com isso os ícones dos aplicativos e em todas as plataformas da Works terá esse círculo.

Figura 5: Logomarca



Fonte: Criado pelo autor

4.4.5 Estratégia de Comunicação

A comunicação é estritamente relevante para atingir a imagem que a empresa quer passar no mercado, além de utilizar estratégias para atingir novos clientes e consequentemente vender mais (STUDIO, 2014).

1. Objetivo

Conquistar uma fatia do mercado e descentralizar do seu principal concorrente.

2. Público-alvo

Prestadores de Serviços que irão se cadastrar na Works, e seus respectivos clientes que precisam contratar profissionais de todos os tipos.

3. Ferramentas

Utilizar a plataforma digital, o site/blog da Works, além da implementação de uma equipe de Comunicação e Marketing.

4. Orçamento

Segundo Koerbel, para manter uma equipe de Marketing é em média R\$ 89.000,00, incluindo salários, encargos, despesas, em um cenário de equipe tamanho médio. Com isso, a Works visa investir menos que isso, visto que começará com uma equipe de pequeno tamanho.

5. Implementação

Implementar o plano de comunicação com a equipe de Marketing, através das ferramentas disponibilizadas, a fim de atingir seus clientes.

6. Avaliação dos Resultados

Avaliar quais os resultados obtidos com esse processo de comunicação, verificar pontos de melhoria e se está dando resultados de acordo com o esperado.

7. Acompanhamento

Acompanhar se esse plano de comunicação continua eficiente ou se ele precisa de ajustes, e se sim, assim ser feito.

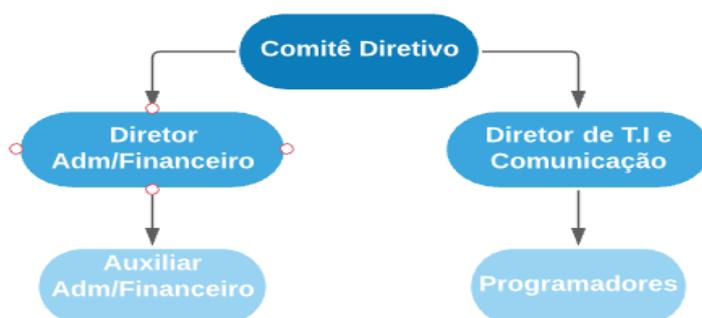
4.5 Estratégia de Comercialização

4.5.1 Força de Vendas

A força de vendas deve ter o objetivo comum de solucionar o problema do cliente, abrangendo diversos lados a fim que ocorra a satisfação do mesmo, não sendo responsabilidade única do setor de vendas, mas sim da comunicação com o público-alvo, o marketing realizado nesse mercado, e o conjunto de ações que visam identificar melhorias e resolver problemas para que a proposta de valor seja entregue. (SALESFORCE, 2019).

Diante disso, a equipe de vendas da Works foi justamente pensada em atender aos clientes em todos os pontos, resultando em um organograma enxuto, porém eficaz.

Figura 6: Equipe de Vendas



Fonte: Criado pelo autor

4.5.2 Composição de Preços

Uma das vantagens competitivas da Works é suprir uma necessidade do cliente que tem sido bastante requisitado, o alto valor que os prestadores de serviços pagam nos concorrentes para alcançar seu público.

Com isso, não será cobrado taxas para utilização do aplicativo, sendo ele livre para todos, a cobrança será realizada apenas se o prestador conseguiu fechar algum negócio, pois, para esse público não faz sentido ele pagar por algo que ele não teve retorno, e ainda serão taxas bastantes moderadas para tornar a Works mais atrativa. Esse valor será cobrado em 11% do valor total da transação.

Existirão outras fontes de receitas como os cursos disponibilizados no site que terão um valor único de R\$ 59,90, a monetização da plataforma utilizada para intermediar as contratações que será oferecido espaços no site para anúncios por R\$ 120,00 mensal para ter um banner em cada página do site, e somado às taxas cobradas nos serviços contratados, trará a margem de lucro desejada com o investimento.

Tabela 3: Composição dos Preços por Serviço

Produto	Valor por Serviço
Intermediação – Barbeiro	R\$ 65,00
Intermediação – Chaveiro	R\$ 60,00
Intermediação - Serralheiro e Solda (Valor de 10 diárias)	R\$ 800,00
Intermediação - Artes Marciais (Mensal)	R\$ 250,00
Intermediação - Assessor de eventos	R\$ 1.500,00
Intermediação - Assistência Técnica para Celular e relógios	R\$ 300,00
Intermediação - Assistência para computadores	R\$ 200,00

Intermediação - Aula de Canto (Mensal)	R\$ 200,00
Intermediação – Babá	R\$ 200,00
Intermediação - Conserto de Eletrodomésticos	R\$ 450,00
Intermediação – Cozinheira	R\$ 100,00
Intermediação – Dedetizador	R\$ 800,00
Intermediação – Depilação	R\$ 80,00
Intermediação - Design de sobrancelha	R\$ 40,00
Intermediação – Diarista	R\$ 110,00
Intermediação - Encanador (Valor de 10 diárias)	R\$ 800,00
Intermediação - Garçons e copeiras	R\$ 80,00
Intermediação - Gesseiro (Valor de 10 diárias)	R\$ 2.500,00
Intermediação - Instalação de Eletrônicos	R\$ 100,00
Intermediação - Instalação de Móveis	R\$ 70,00
Intermediação - Instrumentos Musicais	R\$ 200,00
Intermediação – Lavadeira	R\$ 100,00
Intermediação - Manicure e Pedicure	R\$ 60,00
Intermediação – Passadeira	R\$ 100,00
Intermediação - Pedreiro (Valor de 10 diárias)	R\$ 2.500,00
Intermediação - Pintor (Valor de 10 diárias)	R\$ 1.500,00
Intermediação - Reforço Escolar	R\$ 250,00
Intermediação -Eletricista (Valor de 10 diárias)	R\$ 2.000,00

Fonte: Criado pelo autor

4.5.3 Projeção de Faturamento

Com base no contexto em que a Works está inserida, diante de um setor que vem crescendo nos últimos anos e a alta competitividade com seu principal concorrente, a expectativa é manter um crescimento exponencial nos próximos 5

anos, cumprindo o objetivo de conquistar cada vez mais espaço no mercado, e acompanhar as tendências do mercado alvo.

Tabela 4: Projeção de Faturamento

Projeções	Faturamento
Projeção 1º ano	R\$ 191.473,00
Projeção 2º ano	R\$ 214.450,00
Projeção 3º ano	R\$ 240.184,00
Projeção 4º ano	R\$ 269.006,00
Projeção 5º ano	R\$ 301.287,00

Fonte: Criado pelo autor

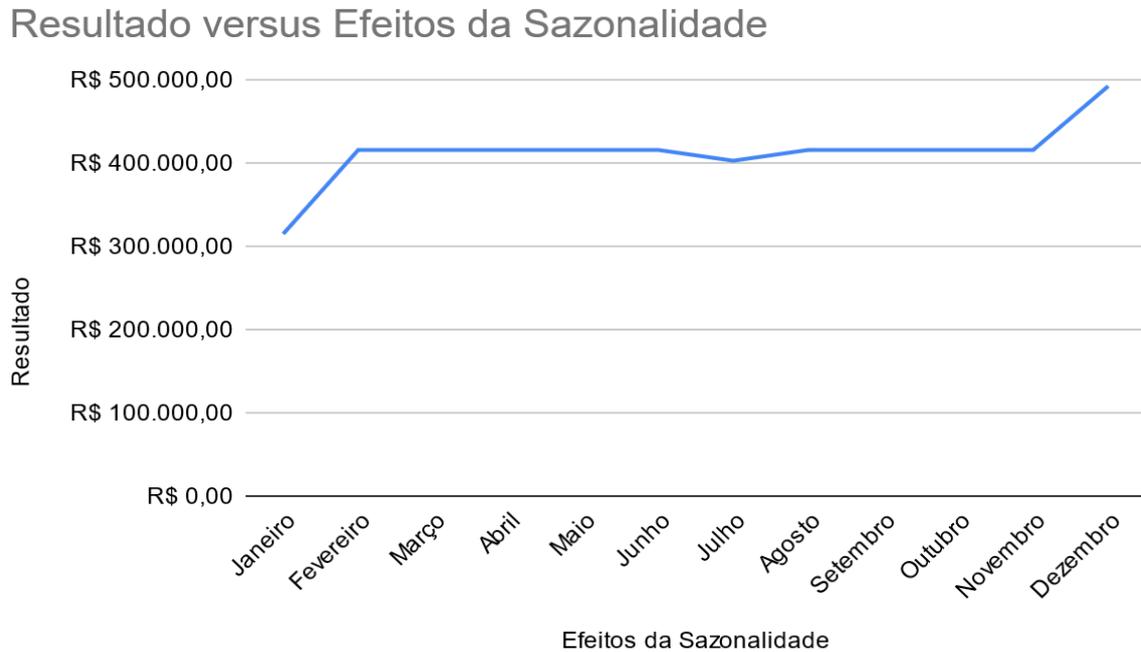
- ❖ De acordo com o relatório da FIS, líder global em tecnologia para serviços financeiros, o e-commerce no Brasil deve crescer 12% ao ano até 2024 (apud IT Mídia, 2021)

4.5.4 Efeitos de Sazonalidades

Como a Works abrange diversos tipos de prestadores de serviços e de segmentos, é difícil conseguir identificar um período de sazonalidade comum. O período sazonal de um pintor pode não ser o mesmo que o de uma diarista por exemplo, visto que as pessoas costumam reformar suas residências no final do ano, tanto por conta do 13º quanto pelo fato de arrumar a casa para o final de ano, e em contrapartida, é o período em que as pessoas estão mais em casa - muitos de férias - e possuem mais tempo para fazerem os serviços domésticos.

De forma geral, a redução mais significativa no setor de serviços é em janeiro (-24,2%) e em julho (-3,1%), e dezembro é o que registra a maior alta (18,4%). (TRINDADE, 2019)

Gráfico 3: Efeitos da Sazonalidade



Fonte: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/14-vAifbEk7swlMEwXvZNX8QVoCAfMyscU1PN1gcXGIM/edit?usp=sharing>

4.5.5 Tempo de Entrega dos Produtos/Serviços

Desde a solicitação de cadastro do prestador na plataforma até a execução do serviço, leva em torno de 8 a 10 dias.

- Prestador solicita o cadastro através de um formulário da Works;
- Em um prazo de até 5 dias a Works faz a devolutiva e o parecer;
- Prestador acessa a plataforma e é cotado para prestar o serviço a um cliente;
- O profissional faz o orçamento;
- Dentro de 3 dias o cliente retorna contratando-o ou não;
- A data do serviço é negociada entre prestador e cliente.

4.5.6 Processos de Pós-venda

O processo de pós-venda terá dois pontos cruciais para o sucesso da Works. Primeiro terá uma rápida avaliação após a realização de um serviço prestado por algum profissional através da Works, tendo perguntas tanto a respeito de quem

prestou o serviço - reclamações, elogios e pontos a melhorar - quanto da experiência com a própria plataforma, para assim poder ser identificado o que pode ser melhorado e até implementar novas funcionalidades ou mudar algum processo. a fim de que os dois públicos se sintam satisfeitos com a Works.

Já no processo de fidelização, as ferramentas serão focadas nos clientes, pois, se eles continuarem buscando os prestadores, conseqüentemente eles continuarão na plataforma. Com isso, existirão as moedas que serão adquiridas sempre em que o cliente contratar um serviço, e a quantidade será com base no valor final dessa contratação, essas moedas podem ser utilizadas trocando-as por descontos nos próximos serviços contratados. Também terá a carteira fidelidade, que a cada determinada quantidade de contratação feita, o cliente terá um voucher para usar na próxima, permitindo-o que se fidelize àquele prestador em específico, nem todos os profissionais terão essa funcionalidade na plataforma, nesse caso, o mesmo acorda as condições junto à Works diretamente.

Essas ferramentas de fidelização têm como objetivo não apenas manter o cliente ativo na Works, mas evitar um grande problema desse mercado alvo que é a contratação que acaba sendo feita por fora da plataforma, é sabido que dificilmente isso deixará de acontecer, mas é necessário tomar medidas para evitar esse tipo de negociação.

5 PLANO OPERACIONAL

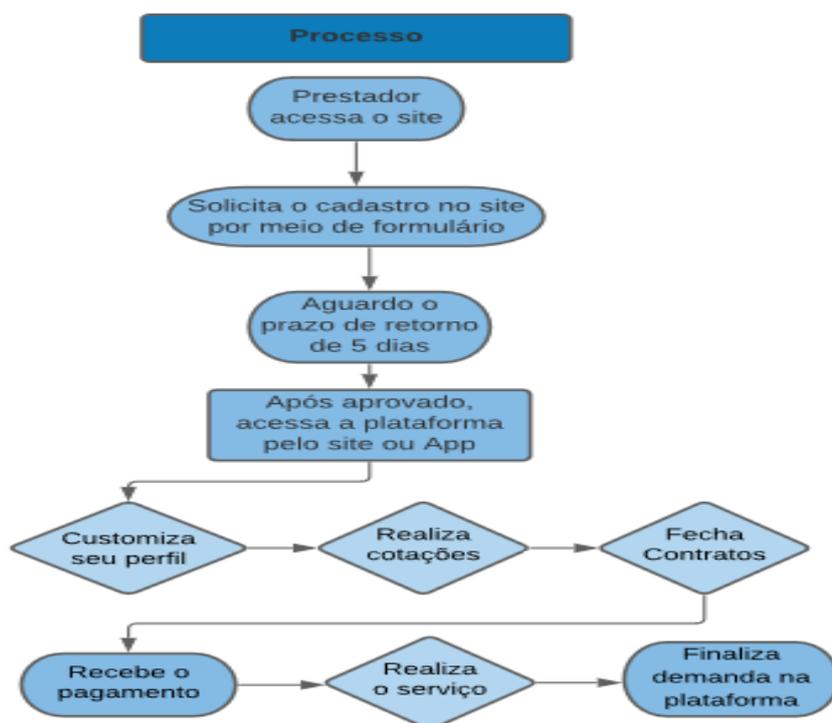
5.1 Fluxo Operacional

5.1.1 Descrição do Fluxo Operacional

Como a Works é uma empresa intermediadora de contratação de serviços, o fluxo operacional é justamente o trajeto do cliente desde o contato com a empresa até o pós-venda. Primeiro o prestador precisará acessar o site da Works e solicitar um cadastro na plataforma, preencher um formulário e anexar os documentos necessários e enviar a solicitação, em até 5 dias ele terá a devolutiva. Sendo positiva, ele acessa a plataforma para prestador através do site ou pelo App e poderá configurar seu perfil com mais detalhes, sempre que houver demanda ele pode estar entrando

em contato com os clientes para realizar cotações, quando fechar negócio, receberá o pagamento de acordo com a forma escolhida pelo cliente, depois realizará o serviço, e por fim finalizar a demanda na plataforma.

Figura 7: Fluxo Operacional



Fonte: Criado pelo autor

5.2 Planejamento da Capacidade de Produção

5.2.1 Capacidade de Produção

Como a Works tem a previsão de 3.600 cadastros no primeiro ano, e somando os acessos de clientes dos prestadores, em média, serão 300 novos cadastros mais o fluxo de acesso dos clientes. Com isso, iremos utilizar um servidor na nuvem fornecido pela LocaWeb com as seguintes configurações: 8gb de memória Ram + 4Cpus de processamento + 80 gb de memória rom + 1124gb de transferência. O servidor utilizará o sistema operacional Linux e o banco de dados será o Mysql.

À medida que a quantidade de novos usuários for aumentando mês a mês, é possível monitorar a capacidade do servidor pelo próprio site.

5.2.2 Capacidade de Entrega Interna e Externa

A capacidade da Works de realizar a intermediação de prestação de serviços é de 300 usuários/mês, sendo que esse número vai crescendo exponencialmente todo mês. Com o servidor alocado na internet, e com os programadores sempre disponíveis, à medida que a quantidade de usuários for crescendo, será aumentada a memória do servidor, além de aumentar a equipe quando necessário, entre outros crescimentos previstos para o primeiro ano que poderão ser precisos para ter uma boa capacidade de entrega do serviço ao cliente final.

5.2.3 Procedimentos de Entrega dos Produtos

Os prestadores de serviços irão acessar o website da Works, clicar em solicitar cadastro, preencher o formulário e anexar toda documentação necessária para avaliação, após 5 dias receberá a devolutiva, e sendo aprovado, poderá preencher o seu perfil com informações mais detalhadas, preencher dados de faturamento, e logo em seguida poderá fornecer cotações aos seus clientes e posteriormente fechar negócios. Após conclusão do processo formal, o prestador realiza o serviço dentro do que foi contratado e encerra o atendimento na plataforma. O pagamento sempre será feito pela plataforma, inicialmente somente à vista, e a cada serviço prestado o valor é repassado em seguida para o prestador, pela própria plataforma da Works.

5.2.4 Previsão de Aumento de Capacidade

Como o servidor será pela LocaWeb, poderá ser feito o controle de todos os dados de capacidade da plataforma através do plano “Escolha sua Configuração” que permite aumentar ou diminuir de acordo com a necessidade do servidor para suportar o aumento de usuários na plataforma, e automaticamente vai sendo ajustado o valor final. A vantagem é que é uma mudança rápida e instantânea, e não impactará na experiência do usuário.

5.2.5 Vantagens Competitivas nas Operações

Uma das principais vantagens competitivas nas operações é por ser uma plataforma bastante fácil e prática de navegar, tendo um recurso de pesquisa bastante específico para que os clientes dos prestadores cadastrados encontrem o profissional ideal para sua necessidade. Os prestadores não pagam para utilizar a plataforma, apenas é cobrado uma taxa quando fechar um negócio, a transferência do pagamento para ele é após a finalização do atendimento sendo um tempo de no máximo 1 semana, além de poderem enviar seus orçamentos diretamente aos seus potenciais clientes.

5.3 Fornecedores e Terceiros

5.3.1 Identificação de Fornecedores Críticos

O fornecedor mais crítico da Works é a LocaWeb, pois é onde o servidor ficará hospedado. Dessa forma, se esse fornecedor tiver qualquer problema, automaticamente impactará as atividades de intermediação de prestação de serviços realizadas pela Works.

Os investidores financeiros também são fatores críticos para o funcionamento da plataforma, pois sem eles não há recurso para os investimentos iniciais, e nem os investimentos constantes necessários para o crescimento da marca, impossibilitando a manutenção do negócio no mercado.

5.3.2 Descrição de Parceiros

O maior parceiro será o fornecedor da hospedagem do servidor da plataforma utilizada, que é a LocaWeb, também tem os investidores financeiros que são cruciais para o crescimento do negócio, pois necessariamente é um mercado que precisa atingir um grande público para ter um bom Market Share. Além de parceiros que forneçam materiais e equipamentos tecnológicos necessários para o funcionamento da empresa.

5.3.3 Requisitos de Tempo

O cliente final - prestador de serviço - terá um prazo de 5 dias para conseguir receber o parecer da sua solicitação de cadastro no website da Works, logo em seguida pode preencher os dados necessários e iniciar as negociações, e assim que acertar um serviço com o seu cliente, a data de realização fica por conta da necessidade e do acordado por ele, dentro das condições que já foram estabelecidas com o profissional que irá contratar. O objetivo é que o processo feito pelos clientes desses prestadores para encontrar o ideal para sua necessidade seja rápido, objetivo e simples, e conseqüentemente o prestador também terá clientes mais rapidamente.

5.4 Sistema de Gestão

5.4.1 Gestão de Estoque e Inventário

Como a Works é uma empresa de prestação de serviços, não há necessidade de implementar um sistema de controle de estoque dentro da organização, pois não há produtos suficientes que tenham necessidade desse tipo de controle. Os materiais de escritório, que são poucos, serão administrados através de planilha Excel.

5.4.2 Gestão da Qualidade

A gestão da qualidade dos serviços prestados pela Works será feita em algumas etapas, sendo elas:

- Juntar toda a equipe da organização para estabelecer o que será avaliado e a finalidade;
- Estipular quais processos será levado em consideração a fim de melhorar o serviço prestado;
- Utilizar os indicadores das atividades que serão avaliadas, para mensurar se os objetivos estão sendo alcançados e pontos a melhorar;
- A coleta dessas informações será com base nos relatórios gerenciais, que darão dados importante para avaliar o resultado dessa ação, e realizar tomadas de decisões;
- Acompanhamento desses indicadores para melhorar os processos e acompanhar os já implementados.

5.4.3 Gestão de Segurança e Saúde

A Gestão de Segurança e Saúde será conforme a NR 17 - ERGONOMIA, que tem como objetivo estabelecer condições de trabalho adequadas, e que os funcionários desenvolvam suas atividades com segurança, conforto e saúde. Com isso será adotada atividades diárias de poucos minutos que faça com que o funcionário realize atividades de alongamento adequado, além de conferir as cadeiras e altura dos monitores de computador para que tenha uma postura recomendada.

5.4.4 Gestão do Impacto Ambiental

A Works terá o estabelecimento de boas práticas que diminuam o impacto ambiental causado na sociedade, como a redução das impressões, dando prioridade sempre aos arquivos digitais, a não utilização de descartáveis no dia a dia e em eventos, e para isso cada colaborador ganhará um kit quando iniciar na empresa e nele já vai conter uma garrafa de água, reduzindo assim os copos plásticos. Além disso, a plataforma da Works terá um layout mais simples e o menos pesado possível, para que assim consuma menos energia e diminua o impacto causado.

5.4.5 Sistemas de Informação e Automação

Será utilizado o software ContaAzul, que possui funcionalidades de gestão de negócios, tem diversas soluções focadas para a contabilidade e o controle fiscal, além de estar totalmente disponível em nuvem. É um software para micro e pequenas empresas, viabiliza uma rotina administrativa com mais controle e assertividade, e conseqüentemente, desenvolve uma boa gestão do negócio.

6 PLANO FINANCEIRO

6.1 Investimentos

Os investimentos da Works foram elaborados de forma que pudesse suprir as necessidades iniciais da empresa. Como a área administrativa só terá 2 pessoas trabalhando, foi previsto material de escritório e alguns equipamentos básicos de tecnologia, na parte de desenvolvimento e comunicação terão mais 2 pessoas trabalhando de forma remotamente, além das despesas pré-operacionais necessárias para abertura do negócio.

Tabela 5: Projeção de investimentos

Tipo	Item	Qtd	Vlr. unitário	Valor Total	Depreciação
Equipamentos de TI	Equipamentos de TI	1	5.000	5.000	500
			Sub-Total	5.000	500
Estoque Inicial	Post It	1	15	15	0
Estoque Inicial	Canetas, Lápis, Borracha e Lapiseira	1	75	75	0
Estoque Inicial	Toner para Impressora	1	89	89	0
Estoque Inicial	Papel Sulfite A4	1	30	30	0
			Sub-Total	209	0
Gastos Pré Operacionais	Curso para Banco de Dados e SQL	1	28	28	3
Gastos Pré Operacionais	Curso para criação de Apps com Flutter	1	35	35	3
Gastos Pré Operacionais	Registro da Empresa	1	2.000	2.000	200
Gastos Pré Operacionais	Registro de Marca	1	440	440	44
Gastos Pré Operacionais	Pesquisa de Mercado	1	5.000	5.000	500
			Sub-Total	7.503	750
			Total Geral	12.712	1.250

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/fechamento_investimento.asp?id=461.

Os indicadores de atividade econômica abaixo mostram o crescimento desse mercado, que é de 12% a.a (apud IT Mídia, 2021), a taxa de crescimento das despesas foi com base na previsão da inflação de 3,25 para os próximos anos (FOCUS, 2021), e o reajuste da folha de pagamento foi com base na previsão de reajuste do salário mínimo que está em 3,6%, de acordo com o Jornal Contábil (2021).

A folha de pagamento está no total em 60%, e para encontrar a carga tributária sobre o faturamento foi utilizado o cálculo do Simples Nacional, anexo 3, como o faturamento ultrapassou R\$180.000,00, foi realizado o cálculo abaixo, chegando a uma taxa de 6,3%.

(Rbt12 x Alíquota) - PD/Rbt12

$(191.473 \times 11,2\%) - 9.360/191.473$

$21.444,98 - 9.360/191.473$

$12.084,98/191.473 = 6,3\%$

Tabela 6: Parâmetros Financeiros

	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
% De Crescimento De Vendas	12.0	12.0	12.0	12.0
% De Crescimento das Despesas	3.3	3.3	3.3	3.3
% De Reajuste Da Folha De Pagamento	3.6	3.6	3.6	3.6

Carga Tributária

% sobre faturamento	% sob lucro	% sobre folha de pagamento
6.3	0.0	60.0

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/cad_parametros_cliente.asp

6.2 Projeção de Vendas

A projeção de vendas para a intermediação da contratação dos serviços foi feita através do cálculo dos preços de cada um no Brasil, em média. Foi considerado o valor que esses profissionais cobram e a incidência da contratação a depender da atividade, por exemplo, os reparos e pequenas reformas que são muito contratados nesse formato de e-commerce. Os serviços de gesso, pedreiro, pintor e eletricista

foram levados em conta não apenas o valor da diária, mas também os dias em média que esses profissionais levam fazendo pequenas reformas. Após ter o valor de cada serviço e a previsão da quantidade de vezes que ele será contratado por mês, foi calculado os 11% e obtivemos o resultado abaixo.

Os cursos ofertados foram feitos uma projeção com base em 10% dos cadastros no primeiro ano, ou seja, 360 cursos vendidos. Já o cálculo da monetização do site foi feito com base na expectativa de acessos à plataforma.

Tabela 7: Projeção das vendas

Produto		Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Cursos e Treinamentos	Receita	21.564	24.152	27.050	30.296	33.931
	Impostos	1.359	1.522	1.704	1.909	2.138
Intermediação - Barbeiro	Receita	858	961	1.076	1.205	1.350
	Impostos	54	61	68	76	85
Intermediação - Chaveiro	Receita	396	444	497	556	623
	Impostos	25	28	31	35	39
Intermediação - Serralheiro e Solda	Receita	4.224	4.731	5.299	5.934	6.647
	Impostos	266	298	334	374	419
Intermediação - Artes Maciais	Receita	1.650	1.848	2.070	2.318	2.596
	Impostos	104	116	130	146	164
Intermediação - Assessor de eventos	Receita	11.880	13.306	14.902	16.691	18.693
	Impostos	748	838	939	1.052	1.178
Intermediação - Assistência Técnica para Celular e relógios	Receita	7.920	8.870	9.935	11.127	12.462

	Impostos	499	559	626	701	785
Intermediação - Assistência para computadores	Receita	2.640	2.957	3.312	3.709	4.154
	Impostos	166	186	209	234	262
Intermediação - Aula de Canto	Receita	1.584	1.774	1.987	2.225	2.492
	Impostos	100	112	125	140	157
Intermediação - Babá	Receita	3.960	4.435	4.967	5.564	6.231
	Impostos	249	279	313	351	393
Intermediação - Conserto de Eletrodomésticos	Receita	5.940	6.653	7.451	8.345	9.347
	Impostos	374	419	469	526	589
Intermediação - Cozinheira	Receita	2.640	2.957	3.312	3.709	4.154
	Impostos	166	186	209	234	262
Intermediação - Dedetizador	Receita	6.336	7.096	7.948	8.902	9.970
	Impostos	399	447	501	561	628
Intermediação - Depilação	Receita	739	828	927	1.039	1.163
	Impostos	47	52	58	65	73
Intermediação - Design de sobrancelha	Receita	528	591	662	742	831
	Impostos	33	37	42	47	52
Intermediação - Diarista	Receita	3.660	4.099	4.591	5.142	5.759
	Impostos	231	258	289	324	363
Intermediação - Encanador	Receita	5.280	5.914	6.623	7.418	8.308
	Impostos	333	373	417	467	523
Intermediação - Garçons e copeiras	Receita	1.056	1.183	1.325	1.484	1.662
	Impostos	67	75	83	93	105
Intermediação - Gesseiro	Receita	26.400	29.568	33.116	37.090	41.541
	Impostos	1.663	1.863	2.086	2.337	2.617
Intermediação - Instalação de Eletrônicos	Receita	924	1.035	1.159	1.298	1.454
	Impostos	58	65	73	82	92
Intermediação - Instalação de Móveis	Receita	462	517	580	649	727
	Impostos	29	33	37	41	46

Intermediação - Instrumentos Musicais	Receita	1.320	1.478	1.656	1.855	2.077
	Impostos	83	93	104	117	131
Intermediação - Lavadeira	Receita	1.320	1.478	1.656	1.855	2.077
	Impostos	83	93	104	117	131
Intermediação - Maicure e Pedicure	Receita	792	887	993	1.113	1.246
	Impostos	50	56	63	70	79
Intermediação - Passadeira	Receita	1.980	2.218	2.484	2.782	3.116
	Impostos	125	140	156	175	196
Intermediação - Pedreiro	Receita	26.400	29.568	33.116	37.090	41.541
	Impostos	1.663	1.863	2.086	2.337	2.617
Intermediação - Pintor	Receita	19.800	22.176	24.837	27.818	31.156
	Impostos	1.247	1.397	1.565	1.753	1.963
Intermediação - Reforço Escolar	Receita	3.300	3.696	4.140	4.636	5.193
	Impostos	208	233	261	292	327
Intermediação -Eletricista	Receita	15.840	17.741	19.870	22.254	24.925
	Impostos	998	1.118	1.252	1.402	1.570
Monetização - Banner em todas as páginas	Receita	10.080	11.290	12.644	14.162	15.861
	Impostos	635	711	797	892	999
	Total Receita	191.473	214.450	240.184	269.006	301.287
	Total Impostos	12.063	13.510	15.132	16.947	18.981

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/fechamento_vendas.asp?id=461.

6.3 Projeção de Faturamento

As projeções de faturamento da Works para os próximos 5 anos é inferior aos 4,8 milhões, sendo assim, se enquadra como EPP - Empresa de Pequeno Porte, podendo usufruir de benefícios na tributação, incentivos fiscais, e facilitar alguns processos burocráticos.

Tabela 8: Projeções de faturamento

Produto		Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Cursos e Treinamentos	Receita	21.564	24.152	27.050	30.296	33.931
	Impostos	1.359	1.522	1.704	1.909	2.138
Intermediação - Barbeiro	Receita	858	961	1.076	1.205	1.350
	Impostos	54	61	68	76	85
Intermediação - Chaveiro	Receita	396	444	497	556	623
	Impostos	25	28	31	35	39
Intermediação - Serralheiro e Solda	Receita	4.224	4.731	5.299	5.934	6.647
	Impostos	266	298	334	374	419
Intermediação - Artes Maciais	Receita	1.650	1.848	2.070	2.318	2.596
	Impostos	104	116	130	146	164
Intermediação - Assessor de eventos	Receita	11.880	13.306	14.902	16.691	18.693
	Impostos	748	838	939	1.052	1.178
Intermediação - Assistência Técnica para Celular e relógios	Receita	7.920	8.870	9.935	11.127	12.462
	Impostos	499	559	626	701	785
Intermediação - Assitência para computadores	Receita	2.640	2.957	3.312	3.709	4.154
	Impostos	166	186	209	234	262
Intermediação - Aula de Canto	Receita	1.584	1.774	1.987	2.225	2.492
	Impostos	100	112	125	140	157
Intermediação - Babá	Receita	3.960	4.435	4.967	5.564	6.231
	Impostos	249	279	313	351	393
Intermediação - Conserto de Eletrodomésticos	Receita	5.940	6.653	7.451	8.345	9.347
	Impostos	374	419	469	526	589
Intermediação - Cozinheira	Receita	2.640	2.957	3.312	3.709	4.154
	Impostos	166	186	209	234	262
Intermediação - Dedetizador	Receita	6.336	7.096	7.948	8.902	9.970
	Impostos	399	447	501	561	628
Intermediação - Depilação	Receita	739	828	927	1.039	1.163
	Impostos	47	52	58	65	73

Intermediação - Design de sobrancelha	Receita	528	591	662	742	831
	Impostos	33	37	42	47	52
Intermediação - Diarista	Receita	3.660	4.099	4.591	5.142	5.759
	Impostos	231	258	289	324	363
Intermediação - Encanador	Receita	5.280	5.914	6.623	7.418	8.308
	Impostos	333	373	417	467	523
Intermediação - Garçons e copeiras	Receita	1.056	1.183	1.325	1.484	1.662
	Impostos	67	75	83	93	105
Intermediação - Gesseiro	Receita	26.400	29.568	33.116	37.090	41.541
	Impostos	1.663	1.863	2.086	2.337	2.617
Intermediação - Instalação de Eletrônicos	Receita	924	1.035	1.159	1.298	1.454
	Impostos	58	65	73	82	92
Intermediação - Instalação de Móveis	Receita	462	517	580	649	727
	Impostos	29	33	37	41	46
Intermediação - Instrumentos Musicais	Receita	1.320	1.478	1.656	1.855	2.077
	Impostos	83	93	104	117	131
Intermediação - Lavadeira	Receita	1.320	1.478	1.656	1.855	2.077
	Impostos	83	93	104	117	131
Intermediação - Maicure e Pedicure	Receita	792	887	993	1.113	1.246
	Impostos	50	56	63	70	79
Intermediação - Passadeira	Receita	1.980	2.218	2.484	2.782	3.116
	Impostos	125	140	156	175	196
Intermediação - Pedreiro	Receita	26.400	29.568	33.116	37.090	41.541
	Impostos	1.663	1.863	2.086	2.337	2.617
Intermediação - Pintor	Receita	19.800	22.176	24.837	27.818	31.156
	Impostos	1.247	1.397	1.565	1.753	1.963
Intermediação - Reforço Escolar	Receita	3.300	3.696	4.140	4.636	5.193
	Impostos	208	233	261	292	327
Intermediação -Eletricista	Receita	15.840	17.741	19.870	22.254	24.925
	Impostos	998	1.118	1.252	1.402	1.570
Monetização - Banner em todas as páginas	Receita	10.080	11.290	12.644	14.162	15.861
	Impostos	635	711	797	892	999
	Total Receita	191.473	214.450	240.184	269.006	301.287
	Total Impostos	12.063	13.510	15.132	16.947	18.981

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/fechamento_vendas.asp?id=461

6.4 Projeção de Custos e Despesas

As composições dos custos foram feitas com base em cada produto, sendo a intermediação através da plataforma tendo os custos com a hospedagem do site, com o domínio e o gateway de pagamento que é cobrado uma taxa por transação, demais custos relacionados a mão de obra já estão inclusos na folha de pagamento.

Os cursos que serão disponibilizados foram feitos uma pesquisa para chegar a um valor médio por curso e ainda poder ter uma boa margem de lucro. Já a monetização do site terá o custo para montar o mídia kit, e para isso será contratado o Canva Pro.

Tabela 9: Projeção dos custos por produto

Produto	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Cursos e Treinamentos	10.764	12.056	13.502	15.123	16.937
Intermediação - Barbeiro	426	477	534	598	670
Intermediação - Chaveiro	264	296	331	371	415
Intermediação - Serralheiro e Solda	482	540	605	677	758
Intermediação - Artes Maciais	349	390	437	490	549
Intermediação - Assessor de eventos	469	526	589	660	739
Intermediação - Assistência Técnica para Celular e relógios	888	995	1.114	1.248	1.397
Intermediação - Assitência para computadores	528	591	662	742	831
Intermediação - Aula de Canto	554	620	695	778	871
Intermediação - Babá	666	746	835	936	1.048
Intermediação - Conserto de Eletrodomésticos	528	591	662	742	831
Intermediação - Cozinheira	830	930	1.042	1.167	1.307
Intermediação - Dedetizador	554	620	695	778	871

Intermediação - Depilação	330	370	414	464	519
Intermediação - Design de sobrancelha	401	449	503	563	631
Intermediação - Diarista	1.002	1.122	1.257	1.408	1.577
Intermediação - Encanador	391	438	491	550	616
Intermediação - Garçons e copeiras	528	591	662	742	831
Intermediação - Gesseiro	558	625	700	784	878
Intermediação - Instalação de Eletrônicos	330	370	414	464	519
Intermediação - Instalação de Móveis	264	296	331	371	415
Intermediação - Instrumentos Musicais	349	390	437	490	549
Intermediação - Lavadeira	415	465	521	583	653
Intermediação - Maicure e Pedicure	401	449	503	563	631
Intermediação - Passadeira	623	698	781	875	980
Intermediação - Pedreiro	558	625	700	784	878
Intermediação - Pintor	697	781	875	980	1.097
Intermediação - Reforço Escolar	528	591	662	742	831
Intermediação -Eletricista	469	526	589	660	739
Monetização - Banner em todas as páginas	370	414	464	519	582
Total Custo Variável	25.515	28.577	32.006	35.847	40.149

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/fechamento_custo.asp?id=461.

Para a composição das despesas foi pensado na contratação de um pacote fornecido por uma empresa de Marketing, que irá administrar as publicidades, impulsos em redes sociais, entre outros. Também iremos contratar uma empresa prestadora de serviços contábeis. Já para as despesas com o escritório optamos pela assinatura de um Coworking, que no valor já vem incluso o aluguel do espaço, água, energia, IPTU e limpeza, esse modelo de escritório compartilhado será benéfico a priori por ser uma empresa nova e pequena, e como teremos apenas 2 pessoas que precisam estar presencialmente todos os dias, não é vantajoso o aluguel de uma sala comercial.

Temos também outras despesas como transporte da funcionária, já descontado os 6%, material de escritório, internet, telefone e o Software utilizado para gestão, além do pró-labore dos gestores da empresa.

Tabela 10: Projeção de custos com despesas

Item da Despesa	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Agência de Marketing/Comunicação	12.000	12.396	12.805	13.228	13.664
Contador	8.400	8.677	8.964	9.259	9.565
Coworking	8.880	9.173	9.476	9.788	10.111
Internet	1.200	1.240	1.281	1.323	1.366
Material de Escritório	720	744	768	794	820
Pró-Labore - Diretor Adm/Financeiro	24.000	24.792	25.610	26.455	27.328
Pró-Labore - Diretor de T.I e Comunicação	24.000	24.792	25.610	26.455	27.328
Software de Gestão	1.068	1.103	1.140	1.177	1.216
Telefone/Celular	1.080	1.116	1.152	1.190	1.230
Transporte	1.459	1.507	1.557	1.608	1.662
Total das despesas	82.807	85.540	88.363	91.279	94.291

Fonte de dados: L&G Tools 2021 - https://brstart.com.br/tools/fechamento_despesa.asp?id=461

6.5 Projeção de Resultados – DRE

A Demonstração do Resultado Esperado indica no primeiro ano de funcionamento da Works um resultado líquido de R\$8.494,00, apesar de ser um valor baixo, devemos levar em consideração a taxa de crescimento do mercado de e-commerce no Brasil, que vem crescendo nos últimos anos.

A taxa utilizada foi de 12%, sendo uma taxa bastante pessimista, mas como a Works faz parte dos e-commerce de serviços - o que tem uma menor participação no mercado - foi preferível não utilizar taxas maiores para que esteja de acordo com a realidade, e esse tipo de negócio tende a ter pouca rentabilidade nos primeiros anos, mas tem possibilidade de lucros atrativos a longo prazo. Com isso, o crescimento ano a ano vai trazer uma maior rentabilidade.

Tabela 11: Projeção dos resultados

Discriminação	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V	Total
Receita Oper. Bruta	191.473	214.450	240.184	269.006	301.287	1.216.400
Impostos S/ Vendas	12.063	13.510	15.132	16.947	18.981	76.633
Receita Oper. Líquida	179.410	200.940	225.052	252.059	282.306	1.139.767
Custos dos Produtos	25.515	28.577	32.006	35.847	40.149	162.094
Lucro Bruto	153.895	172.363	193.046	216.212	242.157	977.673
Folha de Pagamento	61.344	63.552	65.840	68.211	70.666	329.613
Despesas Operacionais	82.807	85.540	88.363	91.279	94.291	442.279
Depreciação	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	6.251
Lucro Operacional	8.494	22.020	37.593	55.472	75.950	199.529
Impostos S/ Lucro	0	0	0	0	0	0
Resultado Líquido	8.494	22.020	37.593	55.472	75.950	199.529
Receita Oper. Bruta	191.473	214.450	240.184	269.006	301.287	1.216.400
Impostos S/ Vendas	12.063	13.510	15.132	16.947	18.981	76.633
Receita Oper. Líquida	179.410	200.940	225.052	252.059	282.306	1.139.767
Custos dos Produtos	25.515	28.577	32.006	35.847	40.149	162.094
Lucro Bruto	153.895	172.363	193.046	216.212	242.157	977.673
Folha de Pagamento	61.344	63.552	65.840	68.211	70.666	329.613
Despesas Operacionais	82.807	85.540	88.363	91.279	94.291	442.279
Depreciação	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	6.251
Lucro Operacional	8.494	22.020	37.593	55.472	75.950	199.529
Impostos S/ Lucro	0	0	0	0	0	0
Resultado Líquido	8.494	22.020	37.593	55.472	75.950	199.529

Fonte de dados: L&G Tools 2021 - https://brstart.com.br/tools/fechamento_dre.asp?id=461.

6.6 Projeção de Fluxo de Caixa

Devido ao investimento inicial, o fluxo de caixa está negativo no primeiro e no segundo ano de funcionamento da empresa, tendo um saldo positivo a partir do terceiro ano, o que é dentro do esperado, e com o crescimento do mercado, trará bons resultados financeiros a partir do terceiro ano.

Tabela 12: Fluxo de caixa

Discriminação	Ano 0	Ano I	Ano II	Ano III	Ano IV	Ano V
Investimento Inicial	35.428					
(+) Entradas de Caixa						
Recebimentos		191.473	214.450	240.184	269.006	301.287
(-) Saídas						
Impostos S/Vendas		12.063	13.510	15.132	16.947	18.981
Custos dos Produtos		25.515	28.577	32.006	35.847	40.149
Folha de Pagamento		61.344	63.552	65.840	68.211	70.666
Despesas Operacionais		82.807	85.540	88.363	91.279	94.291
Imposto S/Lucro			0	0	0	0
(=) Saldo do Período	-35.428	9.744	23.270	38.843	56.723	77.200
(+) Saldo Inicial		-35.428	-25.684	-2.413	36.430	93.152
(=) Saldo Final	-35.428	-25.684	-2.413	36.430	93.152	170.353

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/fechamento_fluxo.asp?id=461

6.7 Necessidade de Capital de Giro

Apesar do capital de giro da Works não ser muito alto, nos primeiros anos será algo estritamente necessário por conta do baixo rendimento nesse período, será importante para manter o caixa positivo e trabalhar com uma margem de segurança para possíveis imprevistos.

Tabela 13: Necessidade de Capital de Giro

Necessidade de Capital de Giro		22.716	23.897	24.606	26.535	28.011
Investimento Inicial	35.428					
(+) Entradas de Caixa						
Recebimentos		191.473	214.450	240.184	269.006	301.287
(-) Saídas						
Impostos S/Vendas		12.063	13.510	15.132	16.947	18.981
Custos dos Produtos		25.515	28.577	32.006	35.847	40.149
Folha de Pagamento		61.344	63.552	65.840	68.211	70.666
Despesas Operacionais		82.807	85.540	88.363	91.279	94.291
Imposto S/Lucro			0	0	0	0
(=) Saldo do Período	-35.428	9.744	23.270	38.843	56.723	77.200
(+) Saldo Inicial		-35.428	-25.684	-2.413	36.430	93.152
(=) Saldo Final	-35.428	-25.684	-2.413	36.430	93.152	170.353
Necessidade de Capital de Giro		22.716	23.897	24.606	26.535	28.011

Fonte de dados: L&G Tools 2021- https://brstart.com.br/tools/fechamento_fluxo.asp?id=461.

6.8 Análise de Sensibilidade

Após análises do projeto para implementação da Works, foram feitos cálculos dos dados financeiros, e considerando um investimento inicial de R\$ 35.428,00, uma taxa Selic de 3,5%, e os saldos dos períodos do fluxo de caixa nos cinco anos, foi calculado com fórmulas no Google Planilhas a Taxa TIR, o VPL e o Payback. O ROI foi calculado com a fórmula: $ROI = (\text{ganho obtido} - \text{valor do investimento inicial}) / \text{valor do investimento inicial}$. Dessa forma, foram encontrados os seguintes resultados:

- ❖ TIR: 68%
- ❖ VPL: R\$ 145.174,59
- ❖ ROI: 4,81
- ❖ Payback: Será no ano III

Fazendo uma análise do negócio como um todo, é uma grande oportunidade pela capacidade de crescimento que a empresa tem, apesar de não ter uma alta rentabilidade nos primeiros anos, a longo prazo pode ser um negócio muito lucrativo. Os resultados obtidos com a TIR de 68% indicam que o negócio é rentável, tendo um VPL de R\$145.174,59, e o ROI DE 4,81 o que indica que tem um bom retorno com o investimento.

Contudo, com os resultados financeiros encontrados, conclui-se a viabilidade da empresa, e de sua capacidade de lucro e crescimento, tendo um payback no terceiro ano de acordo com o esperado.

Referências

BIANCHETTI, Mara. **Comércio e serviços são os mais impactados pela crise sanitária**. 2020. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/economia/setores-se-reinventam-para-enfrentar-a-pandemia/>. Acesso em: 23 mar. 2021.

BORRELLI, Isabela. **Estudo de Caso: GetNinjas, o marketplace que acha o profissional ideal para você**. 2017. Disponível em: <https://www.startse.com/noticia/conteudo-memoravel/estudo-de-caso-getninjas>. Acesso em: 09 abr. 2021.

BRASIL, Salesforce. **Força de Vendas: o que é e como se diferenciar**. 2019. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br/blog/2019/09/forca-de-vendas.html>. Acesso em: 06 maio 2021.

CONTABIL, Jornal. **Salário mínimo para 2022, 2023 e 2024 é divulgado**. 2021. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/salario-minimo-para-2022-2023-e-2024-e-divulgado/>. Acesso em: 17 maio 2021.

CONTABILIDADE, **Contabilizei Escritório de Trabalho Autônomo: O que é?** 2021. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/trabalho-autonomo/>. Acesso em: 01 abr. 2021.

CONTENT, Rock. **Estratégias para utilizar o e-commerce de serviços nas vendas B2B**. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/e-commerce-de-servicos-b2b/>. Acesso em: 17 maio 2021.

COSTA, Gabriela Costa. **Setor Terciário**. 2019. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/enem/geografia/setor-terciario>. Acesso em: 25 mar. 2021.

CURY, Anay; BRITO, Carlos; GAZZONI, Marina; CAVALLINI, Marta. **Trabalho sem carteira assinada e 'por conta própria' supera pela 1ª vez emprego formal em 2017, aponta IBG**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/trabalho-sem-carteira-assinada-e-por-conta-propria-supera-pela-1-vez-emprego-formal-em-2017-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 04 abr. 2021.

ENERGIAMME/SPE, **Governo Federal Ministério de Minas e. Cenário econômico para os próximos dez anos**. 2019. Disponível em: <https://www.epe.gov.br/sites-pt/publicacoes-dados-abertos/publicacoes/PublicacoesArquivos/publicacao-440/NT%20Cen%C3%A1rio%20Econ%C3%B4mico%2010%20anos%202029%20VF.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021

GASPARIN, Mirian. **Tecnologia auxilia profissionais autônomos na busca por clientes**. 2018. Disponível em: <https://miriangasparin.com.br/2018/10/tecnologia-auxilia-profissionais-autonomos-na-busca-por-clientes/>. Acesso em: 01 abr. 2021.

GHIRALDI, Victoria. **Dando match na pandemia.** 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/dando-match-na-pandemia/> h.Acesso em: 15 abr. 2021.

GIRARDI, Edson Canal. **Setor Terciário.** Disponível em: <https://www.infoescola.com/economia/setor-terciario/>. Acesso em: 03 mar. 2021.

GROSSMANN JUNIOR, Paulo Celso. **SISTEMA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.** 2017. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/55724/R%20-%20E%20-%20PAULO%20CELSO%20GROSSMANN%20JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 abr. 2021.

KOERBEL, Alan. **Quanto custa uma equipe de Marketing Digital.** Disponível em: <https://www.ekyte.com/guide/pt-br/como-fazer/quanto-custa-uma-equipe-de-marketing-digital/>. Acesso em: 06 maio 2021.

KUBOTA, Luis Claudio; ALMEIDA, Marcio Wohlers de. **COMÉRCIO E SERVIÇOS MERCANTIS NO BRASIL: UMA ANÁLISE DE SUA EVOLUÇÃO RECENTE.** 2011. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1449/1/td_1640.pdf. Acesso em: 7 mar. 2021.

LAURIA, Marcelle. **Conheça quais os maiores obstáculos enfrentados por um profissional autônomo.** 2019. Disponível em: <https://agilize.com.br/blog/empreendedorismo/desafios-profissional-liberal/>. Acesso em: 01 abr. 2021.

MARKETING, Trade. **Canais de distribuição – definição, tipos e funções.** 2019. Disponível em: <https://blog.incentivar.io/canais-de-distribuicao-definicao-tipos-e-funcoes/>. Acesso em: 26 abr. 2021.

MEDEIROS, Henrique. **Rival do GetNinjas, iPrestador tenta se diferenciar com mais diversidade de profissionais.** 2017. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/22/12/2017/rival-do-getninjas-iprestador-tenta-se-diferenciar-com-mais-diversidade-de-profissionais/>. Acesso em: 15 abr. 2020.

MELZ. **Conheça o Hire, app gratuito para quem quer contratar serviços de confiança.** 2016. Disponível em: <https://www.melz.com.br/conheca-o-hire-app-gratuito-para-quem-quer-contratar-servicos-de-confianca/>. Acesso em: 11 abr. 2021.

MOTA, Gustavo. **O significado das cores para logomarcas e como escolhê-las.** 2016. Disponível em: <https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/logo/significado-das-cores-para-logomarcas/>. Acesso em: 01 maio 2021.

OLIVEIRA, Elisângela. **7 Aplicativos para Divulgar Prestação de Serviços.** 2020. Disponível em: <https://atitudeenegocios.com/aplicativos-para-divulgar-prestacao-de-servicos/>. Acesso em: 09 abr. 2021.

PENA, Rodolfo Alves. **Crescimento do setor terciário no Brasil**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/brasil/crescimento-setor-terciario-no-brasil.htm>. Acesso em: 10 mar. 2021.

PENA, Rodolfo Alves. **Setor Terciário**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/economia/setor-terciario.htm>. Acesso em: 03 mar. 2021.

PENA, Rodolfo F. Alves. **Setor Terciário**. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/setor-terciario.htm>. Acesso em: 03 mar. 2021.

RIBEIRO, Renato. **Como funciona o mercado de Marketplace no Brasil?**. 2020. Disponível em: <https://www.iugu.com/blog/mercado-de-marketplace-no-brasil>. Acesso em: 10 maio 2021.

SEBRAE. **Conquistar clientes e vender mais é a principal dificuldade do dono de pequenos negócios**. 2019. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/conquistar-clientes-e-vender-mais-e-a-principal-dificuldade-do-dono-de-pequenos-negocios,eaa7aafb28ebd610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 04 abr. 2021.

SILVANA. **Conhece as novas tendências tecnológicas no setor de serviços? Estão todas aqui!** Disponível em: <https://blog.i9tec.com.br/tendencias-tecnologicas-no-setor-de-servicos/>. Acesso em: 05 abr. 2021.

SILVÉRIO, Faruk. **Estratégias de Marketing: conheça os principais tipos**. 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/estrategia-de-marketing/>. Acesso em: 26 abr. 2021.

STRICKLAND, Fernanda; BERNARDES, Gabriela. **Mercado eleva a expectativa de inflação em 2021 para 5,06%**. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2021/05/4923553-mercado-eleva-a-expectativa-de-inflacao-em-2021-para-506.html>. Acesso em: 15 maio 2021.

STUDIO, Modular. **7 passos para definir uma estratégia de comunicação de sucesso**. 2014. Disponível em: <https://modular-studio.com/7-passos-para-definir-uma-estrategia-de-comunicacao-de-sucesso/>. Acesso em: 03 maio 2021.

TRABALISTA, Guia. **ERGONOMIA**. 1978. Disponível em: <http://www.guiatrabalista.com.br/legislacao/nr/nr17.htm>. Acesso em: 17 maio 2021.

TRENDS, Google. **Google Trends**. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=Getninjas,Triider,HireApp,Helpie,iPrestador>. Acesso em: 05 abr. 2021. (Validar)

TRIIDER. **Aplicativo de prestação de serviços: é realmente confiável?** 2018. Disponível em: <https://www.triider.com.br/blog/aplicativo-de-prestacao-de-servicos-confiavel/>. Acesso em: 10 abr. 2021.

TRINDADE, Priscila. **Descubra como driblar a baixa sazonalidade no setor de serviços.** 2019. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/descubra-como-driblar-a-baixa-sazonalidade-no-setor-de-servicos>. Acesso em: 10 maio 2021.

VELASCO, Ariane. **GetNinjas: conheça a plataforma que permite oferecer e adquirir serviços.** 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/getninjas-conheca-a-plataforma-que-permite-oferecer-e-adquirir-servicos/>. Acesso em: 10 abr. 2021.

WORLD, Computer. **Mercado de e-commerce deve crescer 57% no Brasil até 2024, aponta estudo.** 2021. Disponível em: <https://computerworld.com.br/negocios/mercado-de-e-commerce-deve-crescer-57-no-brasil-ate-2024-aponta-estudo/>. Acesso em: 17 maio 2021.