



# UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES

Plano de Negócios

***HelpingYou***

Colaboradores

Camilla de Souza Azevedo

Johnny de Souza Abreu

Larissa EgidioLameu Martins

Lucas da Conceição Ferreira

Orientador

Marcos Tavares Pedro

Rio de Janeiro, 20 de setembro de 2018

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES

Plano de Negócios

*HelpingYou*



Colaboradores

Camilla de Souza Azevedo

Johnny de Souza Abreu

Larissa EgidioLameu Martins

Lucas da Conceição Ferreira

Orientador

Marcos Tavares Pedro

Rio de Janeiro, 20 de setembro de 2018

*“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.”*

*Arthur Schopenhauer*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos, primeiramente, a Deus, que nos concedeu energia e nos capacitou para que este trabalho fosse realizado, às nossas famílias que nos apoiou e incentivou para que pudéssemos concluir mais esta etapa, agradecemos pela compreensão e paciência durante este último semestre, onde a atenção ao TCC foi mais intensificada.

Aos professores Marcos Tavares Pedro, Thomaz Jr. e Rafaela Santos, agradecemos por toda orientação, paciência, disponibilidade nesse período de TCC. E demais professores que nos acompanharam em nossa jornada enquanto universitários e que foram essenciais em nossa formação como profissionais.

Aos amigos, funcionários, chefes, pessoas que de alguma maneira complementaram nossas experiências e vivenciaram conosco nossas angústias, anseios, desespero, certezas e incertezas, nosso muito obrigado.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	_____
SUMÁRIO EXECUTIVO	_____
1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	_____
1.1. EQUIPE GERENCIAL	_____
1.2. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	_____
1.2.1. ORGANOGRAMA	_____
1.3. TERCEIRIZADOS	_____
1.4. ESTRUTURA LEGAL	_____
1.5. ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	_____
1.6. INFORMAÇÕES LEGAIS	_____
1.7. ESTRUTURA FÍSICA	_____
1.8. MISSÃO, VISÃO, VALORES E OBJETIVOS	_____
2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	_____
2.1. FLUXO DE FUNCIONAMENTO	_____
3. ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO	_____
3.1. AMBIENTE DEMOGRÁFICO	_____
3.2. AMBIENTE CULTURAL E SOCIAL	_____
3.3. AMBIENTE ECONÔMICO	_____
3.4. AMBIENTE POLÍTICO E LEGAL	_____
4. ANÁLISE SWOT	_____
4.1. SWOT CRUZADA	_____
5. MODELO DAS CINCO FORMAS COMPETITIVAS	_____
5.1. ENTRADA DOS CONCORRENTES	_____
5.2. PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES	_____
5.3. PODER DE BARGANHA DOS CLIENTES	_____
5.4. PRODUTOS/SERVIÇOS SUBSTITUTOS	_____
5.5. RIVALIDADE ENTRE OS CONCORRENTES	_____
6. ESTRATÉGIA DE MARKETING	_____
6.1. PESQUISA DE MERCADO	_____
6.2. MIX DE MARKETING	_____
6.2.1. POLÍTICA DE PREÇO	_____

6.2.2.	POLÍTICA DE PRAÇA	_____
6.2.3.	POLÍTICA DE PRODUTO	_____
6.2.4.	POLÍTICA DE PROMOÇÃO	_____
6.3.	ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO	_____
6.4.	LOGOMARCA	_____
7.	INVESTIMENTOS	_____
7.1.	INVESTIMENTO INICIAL	_____
7.2.	CUSTOS FIXOS	_____
7.3.	CUSTOS VARIÁVEIS	_____
7.4.	ESTIMATIVA DE FLUXO DE CAIXA	_____
7.4.1.	FLUXO DE CAIXA MENSAL – 1º ANO	_____
7.4.2.	CONSULTAR NOME	_____
7.5.	RECEITA BASEADA NOS CENÁRIOS	_____
7.5.1.	CENÁRIO BASE – PROVÁVEL	_____
7.5.2.	CENÁRIO BASE – OTIMISTA	_____
7.5.3.	CENÁRIO BASE – PESSIMISTA	_____
7.6.	VPL, TMA E TIR	_____
7.7.	FONTE DE RECURSOS	_____
	REFERÊNCIAS	_____
	ANEXOS	_____

## INTRODUÇÃO

Com essa ausência do Estado cada vez maior, a criminalidade avança transformando-nos em reféns, tornando o Rio de Janeiro um Estado onde a violência urbana atingiu um nível de zona de guerra.

Tornamo-nos o estado mais perigoso no país para o transporte de cargas, com 9.862 ocorrências em 2016, equivalente a 43,7% de todas no país. Desde 2011 houve um crescimento de 221% só nesta área, totalizando 33.240 ocorrências e um prejuízo de R\$ 2,1 Bilhões para a economia apenas em mercadorias roubadas.

O roubo de cargas é um exemplo já quantificado do problema. Mas a crise no estado é bem mais ampla e estrutural. Os principais indicadores de criminalidade adotados pela Secretaria Pública, divididos em três grandes grupos (crimes contra a vida, crimes contra o patrimônio, atividade policial).

Nos crimes contra o patrimônio são reunidas as ocorrências de roubo de rua, roubo de veículos, roubo a residência e roubo de carga. No ano de 2017 no caso de roubo de rua foram registradas 134.821 ocorrências: 94.030 roubos a transeuntes, 19.593 de celulares, 7.278 a estabelecimento comercial, 13.847 a coletivo, 22 a banco e 51 caixa eletrônico. Com relação a 2015 houve um crescimento de 46,4%.

Diante dessa situação e do atual abandono das políticas de segurança pública por parte do Estado. O aplicativo HelpingYouvem com a proposta de conseguir oferecer uma nova fonte de informação aos usuários, que ao utilizá-lo conseguirão se manter atualizados quanto as áreas mais perigosas, localizar estabelecimentos essenciais, como: agências bancárias, hospitais e delegacias; e também, traçar rotas mais seguras no GPS.

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

## 1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

### 1.1. EQUIPE GERENCIAL



#### **CAMILLA SOUZA DE AZEVEDO**

Brasileira, 22 anos, cursando o 8º Período de Administração na Universidade Candido Mendes. Cursará Contabilidade e fará pós-graduação em gestão de marketing estratégico. Será responsável pela gerência de marketing da HelpingYou e integrante do Conselho Administrativo da empresa.



#### **JOHNNY DE SOUZA ABREU**

Brasileiro, 22 anos, cursando 8º período de administração pela Universidade Candido Mendes. Cursará MBA em Finanças Corporativas e será o Gerente Financeiro da HelpingYou e integrante do Conselho Administrativo da empresa.



### **LARISSA EGIDIO LAMEU MARTINS**

Brasileira, 25 anos, cursando o 8º período de administração pela Universidade Candido Mendes. Cursará Ciências Contábeis, Inglês e fará pós-graduação em Direito e Processo do Trabalho. Será a gerente administrativa da HelpingYou e integrante do Conselho Administrativo da empresa.

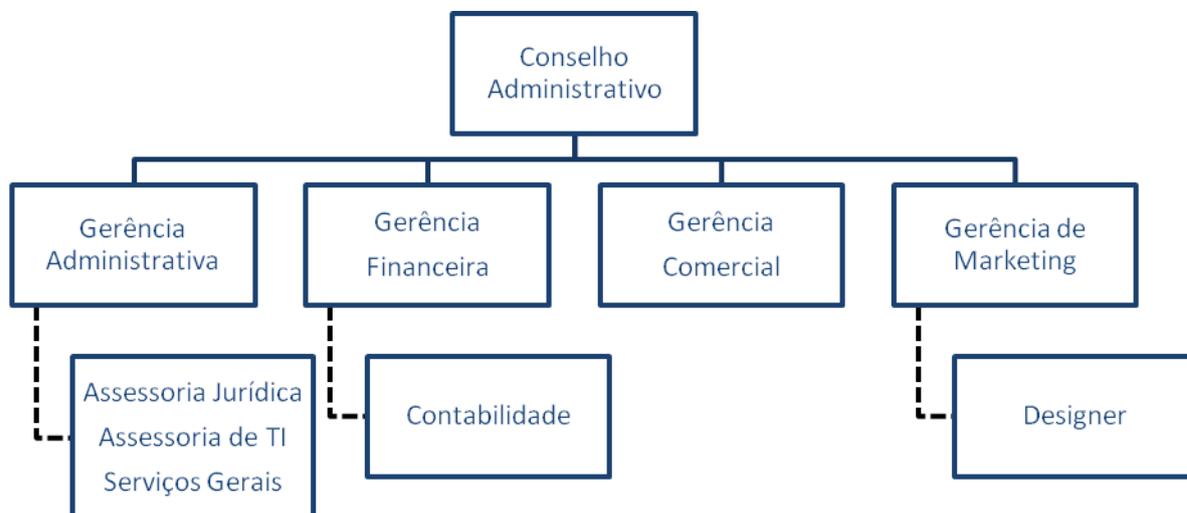


### **LUCAS DA CONCEIÇÃO FERREIRA**

Brasileiro, 23 anos, cursando o 8 período de Administração pela Universidade Candido Mendes. Com experiência em Planejamento Comercial e de Demanda, e cursos de aprimoramento em Gestão de Projetos, será o Gerente Comercial da HelpingYou e integrante do Conselho Administrativo da empresa.

## 1.2. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

### 1.2.1. ORGANOGRAMA



Fonte: Autores

## 1.3. TERCEIRIZADOS

**Assessoria de TI:** Será responsável pela coleta e lançamento das informações no aplicativo e por todas as atividades da área de Informática, envolvendo a elaboração de projetos de implantação, racionalização e redesenho de processos, incluindo desenvolvimento e integração de sistemas, com utilização de alta tecnologia.

**Assessoria Contábil:** É o setor que nos auxiliará na abertura da firma. E que estará junto a órgãos governamentais em nome da empresa para assegurar que esteja em perfeitas condições para iniciar no mercado. Cabe a ela, também, realizar o registro de todas as operações que de alguma forma impactam o caixa ou o patrimônio da empresa no cotidiano.

**Assessoria Jurídica:** Setor responsável por orientar e prevenir as tomadas de decisões, dando segurança jurídica para verdadeiramente gerir o negócio, fechar contratos com clientes, lançar um novo serviço no mercado, contratar ou demitir um funcionário, dentre outras tantas questões que fazem parte do meio corporativo.

**Serviços Gerais:** Será responsabilidade da empresa terceirizada a contratação da mão de obra dos trabalhadores que atuarão na limpeza, mediante contrato de prestação de serviços.

**Designer Digital:** Será responsável pela criação de imagens e vídeos que serão utilizadas no aplicativo e em nossos canais de divulgação. Esses profissionais dominarão softwares de edição de imagens (como o Photoshop), de editoração (como o InDesign) e de imagens vetoriais (como o Illustrator).

As principais atribuições do profissional serão:

- Fazer tratamento de imagens, ilustração vetorial e multimídia para apresentações;
- Desenvolver orçamentos na produção gráfica, para a viabilização de projetos;
- Ajuda a definir as diretrizes para os projetos: metodologia, cores, fontes, estilos, formatos, etc;
- Executar a criação dos materiais gráficos: ícones, imagens, panfletos, folders, banners, posters, revistas, livretos, ebooks, ilustrações, infográficos, animações, sites, templates, apresentações, entre outros;
- Se certificar de que há conformidade entre todos esses materiais;
- Manter-se atualizado para que os materiais sigam estilos que sejam bem aceitos pelo público;
- Empregar softwares específicos como ferramenta para trabalhos de editoração eletrônica.

#### 1.4. ESTRUTURA LEGAL

A HelpingYou será uma Empresa de Pequeno Porte, e terá atividade econômica principal “Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários”.

Sua estrutura contém 4 sócios-gerentes. Também possui serviços terceirizados, como: Assessoria Contábil, Jurídica, TI, Limpeza e um Designer.

#### 1.5. ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Seu regime tributário será o Simples Nacional. Abaixo estão as respectivas alíquotas por faixa de faturamento:

<b>Impostos Simples</b>		
<b>Receita</b>	<b>Alíquota</b>	<b>Valor a Deduzir</b>
Até 180.000,00	15,50%	R\$0,00
De 180.000,01 a 360.000,00	18,00%	R\$4.500,00
De 360.000,01 a 720.000,00	19,50%	R\$9.900,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	20,50%	R\$17.100,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23,00%	R\$62.100,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,50%	R\$540.000,00

#### 1.6. INFORMAÇÕES LEGAIS

Razão Social – HelpingYou

CNPJ: 17.277.056/0001-10

Forma de tributação: Simples Nacional

Alvará de Licenciamento: XXX

Alvará dos Bombeiros: XXX

Alvará da Vigilância Sanitária: XXX

## 1.7. ESTRUTURA FÍSICA

A empresa HelpingYou estará localizada no Centro da cidade do Rio de Janeiro por ser a principal região comercial da cidade.

A sala onde funcionará o escritório está localizada na Rua Santa Luzia, nº 799, Sala 504, Centro, Rio de Janeiro – RJ ao lado da Cinelândia.

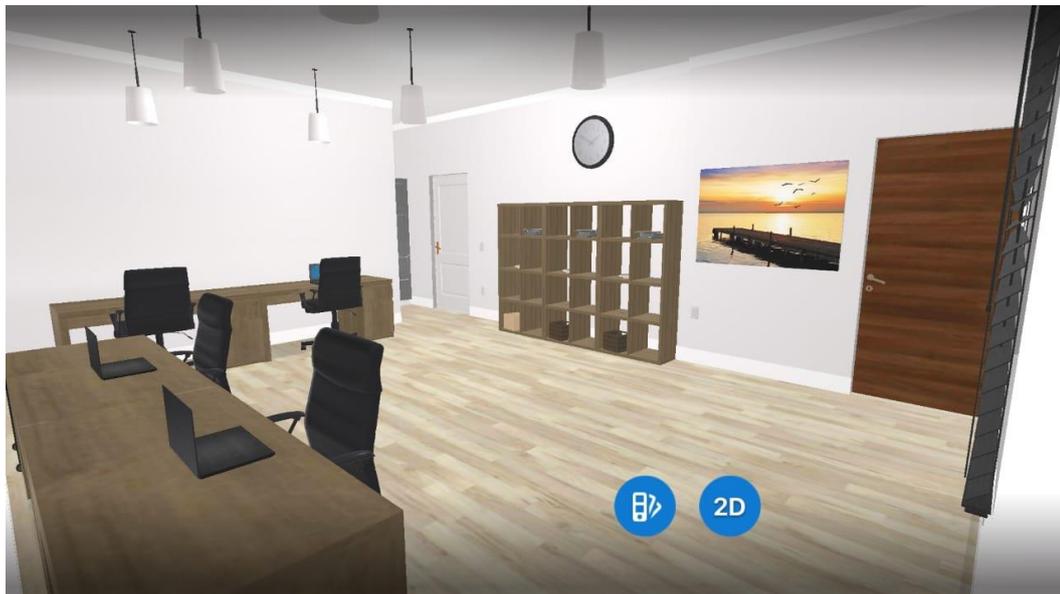
Abaixo, imagens da sala:



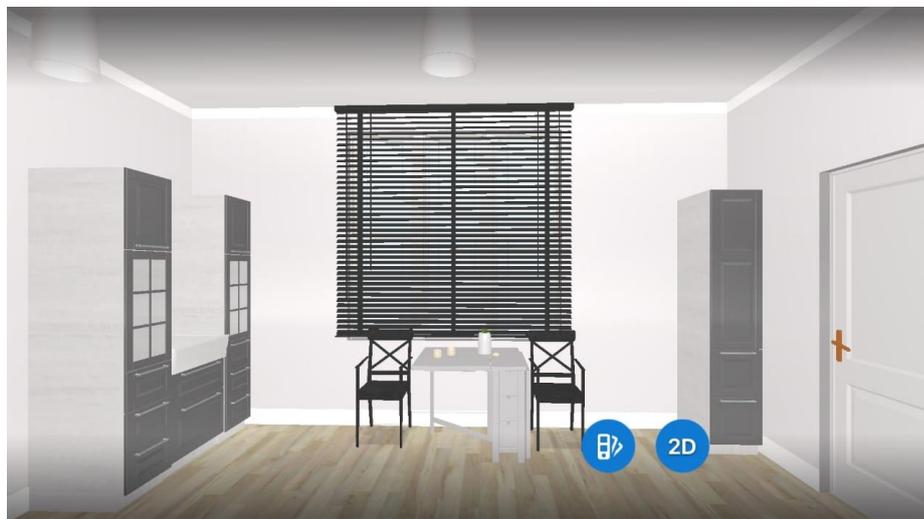
Staff



Planta baixa do escritório



Escritório



Copa



Banheiro

## **1.8. MISSÃO, VISÃO, VALORES E OBJETIVOS EMPRESARIAIS**

### **1.8.1. MISSÃO**

Facilitar o acesso às informações de ocorrências de crimes no estado do Rio de Janeiro, e propor informar o nível de perigo do trajeto a ser percorrido.

### **1.8.2. VISÃO**

Ser a empresa referência em relação à segurança pública nacional.

### **1.8.3. VALORES**

### **1.8.4. OBJETIVOS**

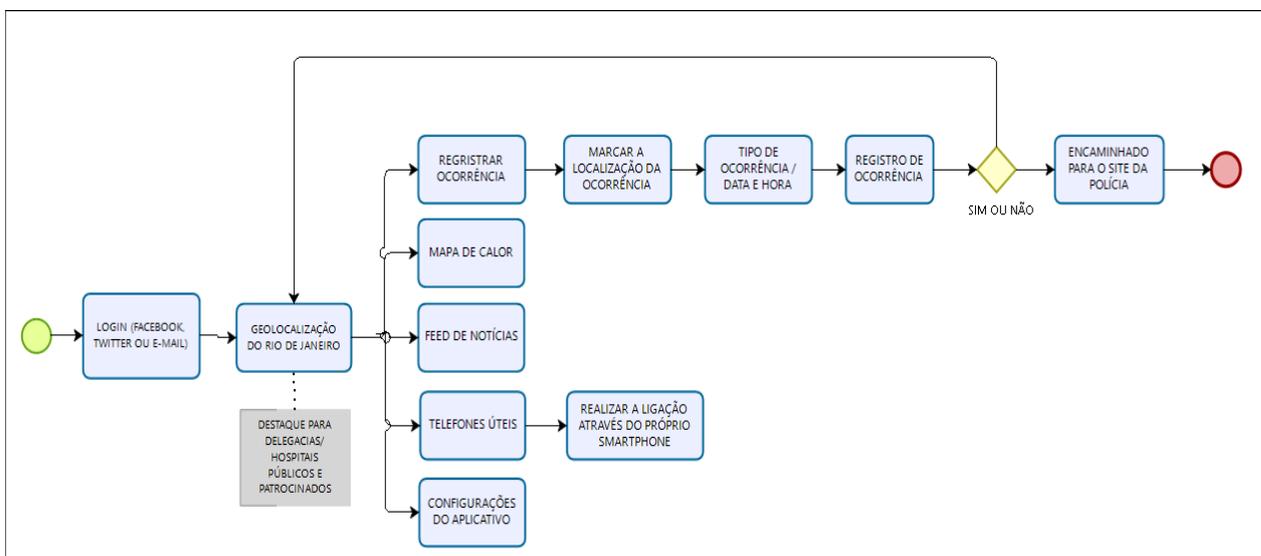
## **2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

A HelpingYou é uma plataforma digital colaborativa que objetiva mapear as ocorrências de criminalidade nas regiões do Estado do Rio de Janeiro. O usuário visualizará através de filtros, selecionando a localidade ou através do mapa. Os pontos onde há índices de criminalidade serão identificados através do detalhamento da mancha criminal. A finalidade do aplicativo é de oferecer aos usuários informações que são atualizadas constantemente sobre as regiões mais perigosas da cidade, de forma que consigam se deslocar por regiões mais seguras.

O aplicativo irá utilizar a geolocalização para mapear ruas e dividir bairros, indicando as áreas mais perigosas. Adicionalmente, o aplicativo fornecerá informações sobre delegacias, hospitais e lista dos telefones de emergência.

Tendo em vista que o aplicativo será oferecido gratuitamente aos usuários, nossos principais cliente serão as companhias seguradoras, que poderão oferecer seus serviços através de propagandas e terão acesso aos índices de criminalidade de cada região, separadas por tipo de crime. As seguradoras terão como benefício a redução os pagamentos de apólice de seguros e o aumento de suas carteiras de clientes.

## 2.1. FLUXO DE FUNCIONAMENTO



O aplicativo funcionará da seguinte forma: o acesso poderá ser realizado através das redes sociais ou e-mail, assim obteremos os dados necessários dos usuários.

1. A tela inicial do aplicativo será o mapa constando a localização das delegacias e hospitais mais próximos e solicitará a localização atual do usuário e poderá realizar a pesquisa de localizações e traçar a rota no GPS;
2. Na aba ao lado esquerdo que poderá ser aberta, o aplicativo dará as opções para que o usuário escolha quais funcionalidades deseja utilizar. São estas: Registrar ocorrência, Mapa de Calor, Feed de Notícias, Telefones Úteis e Configurações do Aplicativo;
3. Das utilidades que utilizarão mais de um processo, temos a Registrar Ocorrência e a Telefones Úteis:
  - a. **Registrar Ocorrência:** ao selecionar esta função o aplicativo solicitará em primeiro lugar a localização em que a houve a ocorrência a ser registrada, após isto deverá ser informada qual tipo de ocorrência e data e hora. Será também solicitada a confirmação por parte do usuário de que está ciente do termo de veracidade das informações por ele registradas, e ao final, poderá ser encaminhado diretamente ao site da Polícia Militar para Registrar o Boletim de Ocorrência, caso deseje, senão o aplicativo voltará para a tela inicial.

- b. Telefones Úteis:** nesta função estarão disponíveis telefones de emergência para o usuário e ao clicar no número o aplicativo realizará a digitação automática do número no celular para que a ligação seja realizada pelo próprio usuário.

### **3. ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO**

#### **3.1. AMBIENTE DEMOGRÁFICO**

Segundo dados do censo 2010, o estado é o terceiro mais populoso do Brasil, a estimativa populacional calculada pelo IBGE, tendo como referência 1.º de julho de 2017, foi de 16.718.956 habitantes.

O Rio é a cidade com a maior população vivendo em aglomerados subnormais do país, revela o estudo do Censo 2010 sobre o tema, divulgado pelo IBGE. São 1.393.314 pessoas nas 763 favelas do Rio.

Além de ser a cidade mais visitada por turistas estrangeiros. Em 2017, entre os turistas que estiveram no Brasil, 27% escolheram a capital carioca, esses dados fazem aumentar a quantidade de pessoas em circulação pelo estado.

Escolhemos como ponto de partida o Estado do Rio de Janeiro para dar início ao nosso projeto. O principal motivo para essa escolha, foi o índice de criminalidade no estado, pelo fato da finalidade do aplicativo, que é oferecer aos usuários informações sobre regiões perigosas.

Os principais tipos de roubos — carga, veículos, celulares e em coletivos — tiveram altas históricas, mais especificamente, 91,5%, em relação ao contabilizado há sete anos, de acordo com os dados do ISP (Instituto de Segurança Pública), aumentando a insegurança da população. Fazendo uma comparação do ano 2017 aos anteriores. Os roubos de carga, que levaram a um prejuízo de R\$ 607,1 milhões em 2017, atingiram a marca de 10.599 casos. Trata-se de um índice 304% superior aos 2.619 registros em 2010. Já os de veículos aumentaram 189,6% — 54.367 casos em 2017, contra 18.773 há sete anos. As ocorrências em coletivos pularam de 8.202 em 2010 para 15.283 em 2017 (aumento de 86,3%). Já os roubos de celulares chegaram a 24.387 casos, alta de 284,9% em relação aos 6.988 registrados em 2010.

O Rio de Janeiro retrocede em sua política de segurança pública, devido às crises no Governo do Estado e nos Municípios. Isto contribuiu para a redução da presença das forças de segurança pública nas ruas e das ações de investigação. Por isso desenvolvemos este projeto com o intuito de oferecer mais informações à população para que tenha chance de se proteger e andar por caminhos mais seguros.

### **3.2. AMBIENTE CULTURAL E SOCIAL**

As variáveis socioculturais são fatores de ordem social e cultural que afetam o comportamento da sociedade e estão relacionadas ao ambiente em que as pessoas vivem. Com essas mudanças de hábitos, as pessoas estão mais dependentes de seus smartphones, por exemplo: ir ao banco para realizar alguns procedimentos se tornou obsoleto, o uso dos aplicativos dos bancos permitiu que as pessoas pudessem fazer transferências, consultas de saldos e pagamentos de contas de forma mais rápida e segura. Verificamos então que as pessoas estão procurando a cada dia métodos mais práticos, rápidos e seguros de realizar suas atividades diárias, independente da classe social.

De acordo com a pesquisa divulgada pelo site Canaltech:

*“No segmento dos aparelhos que custam menos do que R\$ 800, o aumento foi de 7% nas vendas entre janeiro e março deste ano. Mais de metade dos dispositivos vendidos entre janeiro e março de 2018 são de médio porte, com 49% desse total estando na faixa entre R\$ 400 e R\$ 800. O segundo maior segmento é o de baixo padrão, com 31% das vendas sendo de aparelhos com valores abaixo dos R\$ 399.”*  
(Fonte: Canaltech)

O aumento da violência também é um fator que contribui de forma significativa e positiva para o uso de nosso aplicativo, dessa forma poderemos oferecer benefícios mensuráveis e significativos para nossos cliente e usuários disponibilizando um recurso confiável e prático.

*“Em 2010, foram registrados 120.300 roubos no estado. Este número chegou a atingir patamares mais baixos em 2011 e 2012, mas, desde então, ficou acima de 2010. Em 2017, porém, atingiu seu auge, quando foram registrados 230.450 roubos, alta de 91,5% em relação ao contabilizado há sete anos.”*(Fonte: Jornal O Globo – publicado no dia 17/02/2018).

### **3.3. AMBIENTE ECONÔMICO**

O PIB trimestral fluminense, calculado pela FIRJAN, aponta queda de 0,2% na comparação com o trimestre imediatamente anterior, na série com ajuste sazonal. Na comparação com o mesmo período de 2017 foi observado um crescimento de 1,4%, o que revela uma desaceleração na recuperação da economia do estado. Entre os setores, na comparação com o primeiro trimestre de 2017, o destaque ficou com o desempenho da indústria de transformação (+5,5%), que voltou a contar com as exportações principalmente do setor automotivo.

A economia do Rio de Janeiro tem como principal atividade econômica o setor industrial, aproximadamente 46% do Produto Interno Bruto (PIB) do estado é proveniente dessa atividade. Apenas 0,7% do PIB do Rio de Janeiro é oriundo da agricultura. O comércio e os serviços são responsáveis por 53,3%. Os setores mais dinâmicos são o químico, o metalúrgico, o siderúrgico, o de material eletrônico, o farmacêutico e o da construção civil.

#### **Dados Econômicos e Sociais**

- Produto Interno Bruto (PIB): R\$ 659,137 bilhões (ano de 2015)
- Renda Per Capita: R\$ 39.826 (ano de 2015)
- Índice de Desenvolvimento Humano (IDH): 0,761 - alto (2010)
- Principais Atividades Econômicas: indústria, turismo, serviços e extrativismo mineral (petróleo).
- Mortalidade Infantil (antes de completar 1 ano): 18,3 por mil (em 2009)
- Analfabetismo: 2,5% (em 2017 - fonte: IBGE)
- Expectativa de vida (anos): 76,2 (em 2016)

O Rio de Janeiro é uma cidade de fortes contrastes econômicos e sociais. Enquanto muitos bairros possuem pessoas com poder aquisitivos superiores à maioria, em outros, observam-se níveis bem inferiores à média, como nas comunidades.

As comunidades do Rio são bem próximas ou localizadas em bairros mais valorizados da cidade, o que mostra o tamanho da desigualdade social. Estas são construídas, principalmente, sobre os morros, ou em mangues aterrados, onde as condições de moradia, saúde, educação e segurança são extremamente precárias, o que ajuda na intensificação da injustiça social e da pobreza.

Isso faz com que o quadro da violência aumente cada vez mais e ganhando mais espaço, causando impactos negativos na economia e no desenvolvimento econômico e social. Este círculo vicioso envolve perda de participação na economia nacional, péssimos indicadores sociais e grave situação de violência e desigualdade territorial.

Juntamente com isso, temos indicadores de que os aplicativos fazem cada vez mais parte da rotina das pessoas.

*“O Brasil fechou 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% da população com idade acima de 10 anos.*

*O celular continua a ser o principal aparelho para acessar a internet no Brasil. Em 2016, o eletrônico era usado por 94,6% dos internautas, à frente de computadores (63,7%), tablets (16,4%) e televisões (11,3%).*

*Segundo o IBGE, 77,1% dos brasileiros possuíam algum celular.”*  
(Fonte: g1.globo.com)

De acordo com o IBOPE, 47% dos brasileiros utilizam a internet como principal fonte de informações. Podemos assim observar que esses dados vêm cada dia crescendo mais, sendo um fator positivo para nossa empresa que dependerá desta interação e da troca de informações por parte dos usuários.

### **3.4. AMBIENTE POLÍTICO E LEGAL**

Quando a crise econômica de 2013 atingiu o Brasil, o Estado do Rio de Janeiro teve um aumento no índice da criminalidade, devido a falta de dinheiro para investimento nessa área, como foi observado na publicação da BBC:

*“O aumento dos indicadores de violência significa que os policiais na ponta estão sendo colocados sob muito mais pressão - isso enquanto o Estado passa por uma crise financeira violentíssima que gera ansiedade sobre se vão receber salários, e boatos de que o Estado não tem dinheiro para comprar gasolina, de que as viaturas estão sucateadas, de que coletes a prova de bala estão vencidos e armas estão sem manutenção. Tudo isso gera um cenário de muito estresse para um funcionário cuja função é ir para a rua e proteger a população.”* (Fonte: Site da BBC)

Nosso aplicativo possibilita que a população tenha conhecimento das áreas mais perigosas do Estado e tenham a opção de escolher se querem se arriscar ou não.

#### 4. ANÁLISE SWOT

Essa ferramenta define nossos pontos fortes e fracos, identifica nossas oportunidades e aponta para possíveis ameaças do mercado.

<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidade de reunir informações diversas, de forma instantânea;</li> <li>• Meio de informação inovador;</li> <li>• Disponibilização de telefones e endereços úteis para casos de emergência;</li> <li>• Facilitar a realização de boletins de ocorrência.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca interação inicial por falta de confiança nas informações;</li> <li>• Parcerias-chave ainda não consolidadas</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento da insegurança devido à crescente violência urbana com o abandono das políticas públicas de segurança;</li> <li>• A pouca aquisição de seguros por parte da população, conforme pesquisa realizada;</li> <li>• Carência de informação sobre manchas criminais disponíveis;</li> <li>• Parceria com seguradoras e hospitais particulares;</li> <li>• Marketing em redes sociais para maior visibilidade do aplicativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O lançamento de funções semelhantes por parte da concorrência;</li> <li>• Informações falsas por parte dos usuários;</li> <li>• Estabelecimentos localizados nas áreas de risco sabotarem o aplicativo motivados pela redução de clientes que frequentavam o local.</li> </ul>

Fonte: Autores

#### **4.1. SWOT CRUZADA**

##### **Estratégia Ofensiva = Pontos Fortes x Oportunidades**

A HelpingYou prestará um serviço que será de muita utilidade para todos os usuários, tendo em vista o caos que se encontra a segurança pública no Estado do Rio de Janeiro. Nota-se a necessidade que a população sente de se manter segura, ou pelo menos, informada. A possibilidade que o aplicativo oferece de fugir dessa violência é um diferencial.

##### **Estratégia de Confronto = Pontos Fortes x Ameaças**

A HelpingYou prezará pela veracidade das informações divulgadas, para evitar que informações falsas sejam postadas no aplicativo.

##### **Estratégia de Reforço = Pontos Fracos x Oportunidades**

Pelo fato de ser um aplicativo novo, com um serviço diferenciado, inicialmente haverá certa dificuldade para conseguirmos a demanda desejada, assim como as parcerias. Para combater essa fraqueza utilizaremos estratégias de marketing para aumentar nossa visibilidade no mercado e nos tornarmos conhecidos. Desta forma aumentaremos o número de usuários tornando a plataforma mais atrativa para consolidação de parcerias chave.

##### **Estratégia Defensiva = Pontos Fracos x Ameaças**

Pelo fato de sermos uma novidade no mercado e oferecermos informações que a maioria da população busca, existe a possibilidade da imitabilidade por parte da concorrência. Sendo assim, nosso foco será a fidelização de usuários, e, futuramente, a expansão de nossos negócios abrangendo outros estados. Com isso atrairemos novos clientes pela visibilidade a ser adquirida, nos tornando cada vez mais conhecidos. Assim a barreira de entrada que tivemos, será a mesma de nossos concorrentes, no caso, a falta de confiança e parcerias, onde nós, pelo conhecimento já adquirido no mercado, venhamos a ser a primeira opção.

## **5. MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS**

### **5.1. ENTRADA DOS CONCORRENTES**

A entrada de possíveis concorrentes já é esperada pela empresa, tendo em vista que o desenvolvimento do nosso aplicativo não implica em altos custos, sendo assim, outras grandes empresas do segmento de segurança pública podem querer investir no setor, pois há grande necessidade de informações por parte dos usuários faz com que oportunidades surjam.

A estratégia para esse ponto é trazer inovação constante para o aplicativo, sempre tentando atender as necessidades dos usuários, se tornando referência nesse segmento.

### **5.2. PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES**

O poder de nossos fornecedores de tecnologia e desenvolvimento é baixo, devido grande disponibilidade desse serviço no mercado.

Além de contar com uma área terceirizada de TI, que acompanhará, prestará manutenção e irá desenvolver melhorias constantes no aplicativo.

### **5.3. PODER DE BARGANHA DOS CONSUMIDORES**

Nossos consumidores são divididos entre primários e secundários, nossos consumidores primários, as seguradoras, possuem força de barganha alta devido a maior parte da receita ser originada por meio delas, a dos nossos consumidores secundários, os usuários, é alta tendo em vista que grande parte das informações inseridas no aplicativo ocorre de forma colaborativa, nossos consumidores terão forte impacto na quantidade e qualidade que essas informações serão apresentadas.

### **5.4. PRODUTOS/SERVIÇOS SUBSTITUTOS**

Atualmente, não existem produtos/serviços que substitua ou tenha a funcionalidade semelhante ao HelpingYou.

## 5.5. RIVALIDADE ENTRE CONCORRENTES

Atualmente, não possuímos concorrentes diretos nesse segmento do mercado, apenas existindo aplicativos semelhantes como OTT – Onde tem Tiroteio e o Fogo Cruzado, que também possuem função informativa e de alerta, mas que podem investir neste segmento utilizando sua estrutura.

## 6. ESTRATÉGIA DE MARKETING

### 6.1. PESQUISA DE MERCADO

Foi realizada esta pesquisa no dia 25 de Setembro de 2018 através de um questionário objetivo com 14 perguntas, obtendo um total de 262 entrevistados na cidade do Rio de Janeiro com o intuito de avaliar a demanda do mercado e suas particularidades.

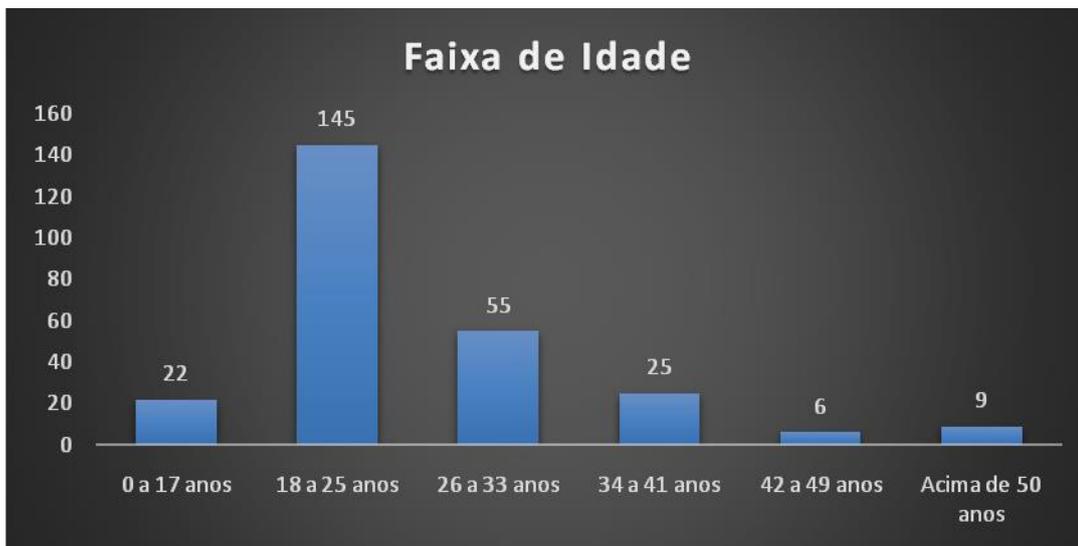
A pergunta filtro utilizada para identificar um potencial cliente foi “ Você usaria um aplicativo que te indicasse quais regiões são mais perigosas?”.

Abaixo os gráficos extraídos desta pesquisa:

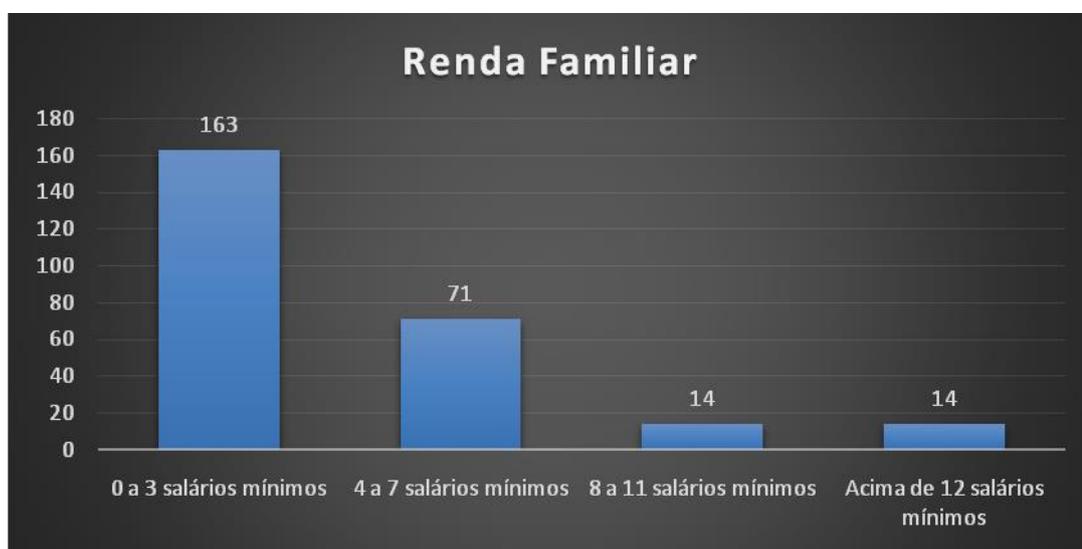
**Pergunta filtro:**



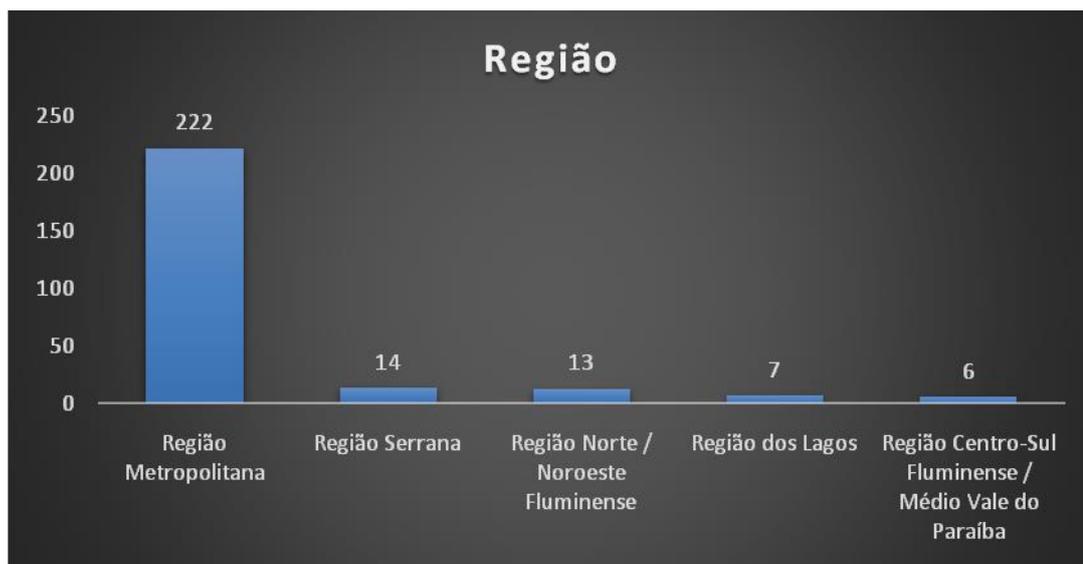
Das 262 pessoas entrevistadas, mais de 80% das pessoas alegaram que utilizariam o nosso aplicativo.



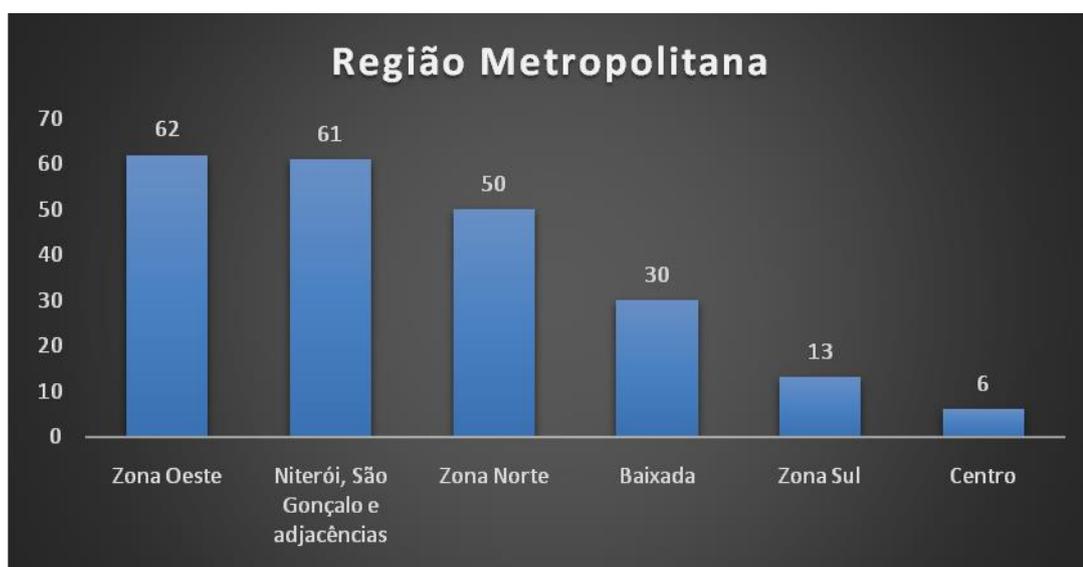
Das 262 pessoas entrevistadas, tivemos a maior concentração de pessoas com idade entre 18 a 25 anos e 26 a 33 anos, representando 55% e 21% respectivamente da pesquisa realizada.



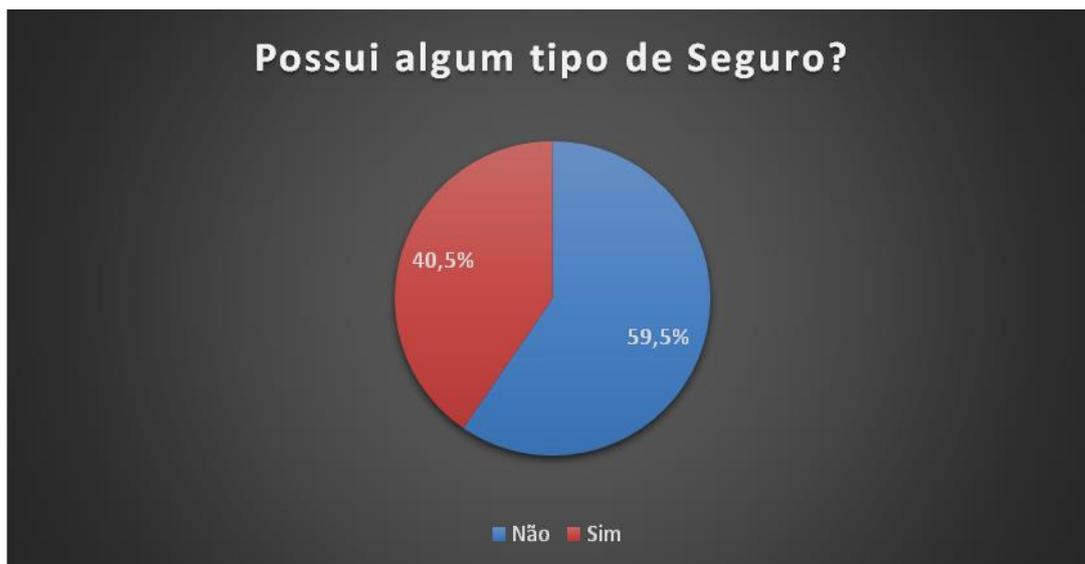
Das 262 pessoas entrevistadas, tivemos a maior concentração de pessoas com renda de 0 a 3 e de 4 a 7 salários mínimos, representando 62% e 27% respectivamente da pesquisa realizada.



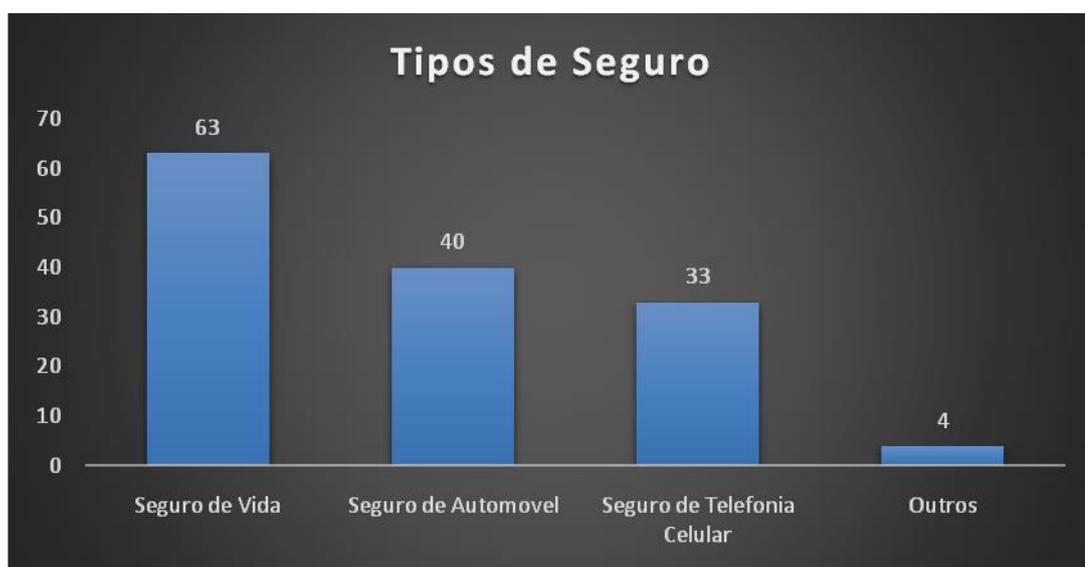
Tivemos a maior concentração de pessoas entrevistadas na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, representando 85% da pesquisa realizada.



Dentro da Região Metropolitana, tivemos os maiores índices de entrevistas na Zona Oeste (28%); Niterói, São Gonçalo e Adjacências (27%); e Zona Norte (23%), que juntas representam 78% de pessoas entrevistadas da Região Metropolitana.

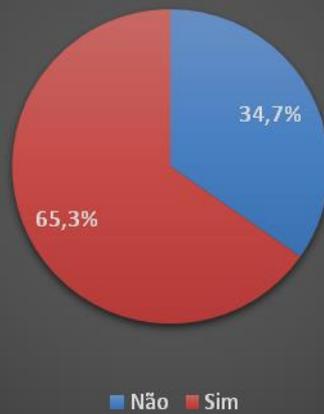


Das 262 pessoas entrevistadas, aproximadamente 60% alegam não possuir algum tipo de seguro.



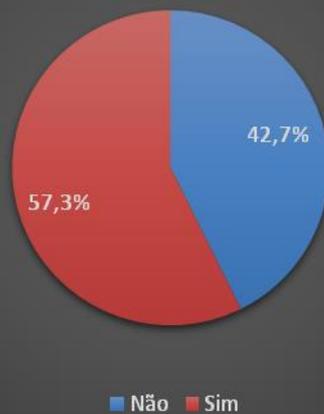
Das demais 40% de pessoas que alegaram possuir algum tipo de seguro, a maior concentração foi em Seguro de Vida (45%), seguido por Automóvel (29%) e Seguro de Telefonia (24%).

### Foi vitima de algum tipo de crime?



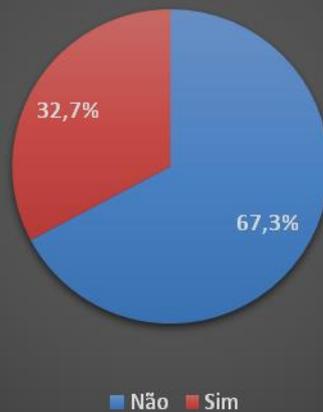
Das 262 pessoas entrevistadas, 65% das pessoas alegaram terem sido vitimas de algum tipo de crime.

### Realizou o boletim de ocorrência?



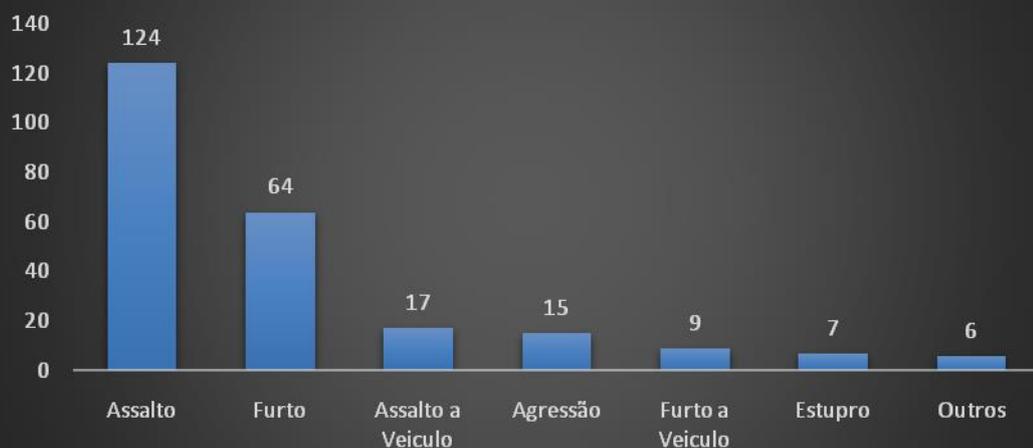
Entre as pessoas que alegaram terem sido vitimas de algum tipo de crime, mais de 40% delas não realizaram o boletim de ocorrência.

## Comunicou o ocorrido em Redes Sociais?

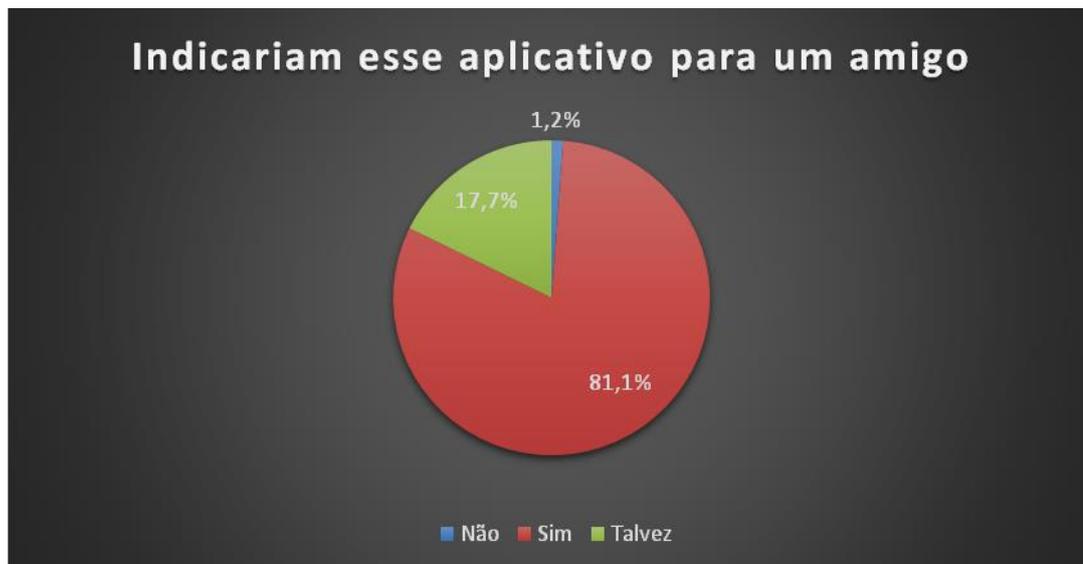


Entre as pessoas que alegaram terem sido vítimas de algum tipo de crime, 67% delas não fizeram nenhum tipo de comunicado via redes sociais sobre o ocorrido.

## Qtd. de Ocorrências de Crimes



Das 65% das pessoas entrevistadas, que alegaram terem sido vítimas de algum tipo de crime, a maior concentração se dá em crimes a pedestres, representando 89% do total de crimes, com maior concentração em Assalto (51%) e Furto (26%).



Das 262 pessoas entrevistadas, mais de 80% das pessoas alegaram que indicariam para algum amigo.



Das 262 pessoas entrevistadas, mais de 97% das pessoas, evitaram áreas indicadas no aplicativo como perigosas em determinados horários.



E 81% das pessoas entrevistadas, acham que o aplicativo ajudaria a diminuir o número de crimes, pois manteria as pessoas informadas.

## **6.2. MIX DE MARKETING**

### **6.2.1. POLÍTICA DE PREÇO**

Nosso aplicativo terá como clientes as seguradoras, o valor pago incluirá espaços para divulgação de seus serviços e informações de contato, ofereceremos ainda um laudo com os índices de criminalidade separado por região e modalidade.

O preço a ser cobrado por contrato está em R\$ 28.000,00 visto que se as informações fornecidas pelo aplicativo evitarem apenas um sinistro o valor pago já compensará.

Nossa projeção é de após os seis primeiros meses para a obtenção de informações, consigamos dois contratos no primeiro ano e um cada ano seguinte.

Para nossos usuários, o download do nosso aplicativo será gratuito. Iremos contar com a cooperação desses usuários para incluir informações que irão alterar os índices do aplicativo.

### **6.2.2. POLÍTICA DE PRAÇA**

Optamos pelo Estado do Rio de Janeiro, pois por morarmos nele conseguimos identificar com mais facilidade suas necessidades e temos um conhecimento maior da região, o que possibilita maior facilidade para iniciarmos nossos serviços.

O estado é o terceiro mais populoso do Brasil, a estimativa populacional calculada pelo IBGE, tendo como referência 1.º de julho de 2017, foi de 16.718.956 habitantes. Além de ser a cidade mais visitada por turistas estrangeiros, em 2017, entre os turistas que estiveram no Brasil, 27% escolheram a capital carioca, esses dados fazem aumentar a quantidade de pessoas em circulação pelo estado.

Identificamos ainda a necessidade da população de ter um serviço como o nosso, tendo em vista que hoje, não existe serviço semelhante sendo oferecido.

### **6.2.3. POLÍTICA DE PRODUTO**

Nós ofereceremos nossos serviços através de um aplicativo que estará disponível para download nas plataformas digitais para celulares Android e IOS. Nosso aplicativo visa trazer informações sobre os índices de criminalidade do Estado do Rio de Janeiro. Através da geolocalização o aplicativo mostrará no mapa manchas onde as cores mais escuras representam as áreas mais perigosas e as mais claras as menos perigosas. O aplicativo trará ainda filtros que permitiram que o mapa mostre a mancha de determinado tipo de crime.

Para nossos clientes primários iremos oferecer um espaço para que as seguradoras possam oferecer seus serviços através de propagandas que iram aparecer em nosso aplicativo, disponibilizaremos também um espaço no aplicativo que trará os telefones e e-mails para contato das seguradoras. Ofereceremos ainda um laudo sobre as regiões mais perigosas identificadas no aplicativo e ainda quais foram os principais crimes cometidos nessas regiões.

Para nossos clientes secundários, nossos usuários, iremos oferecer informações sobre as áreas mais perigosas, informações para contato das seguradoras e telefones úteis de emergência. Contaremos ainda com o auxílio deles para que possamos obter informações em tempo real para “alimentar” nosso aplicativo.

### **6.2.4. POLÍTICA DE PROMOÇÃO**

Nosso aplicativo será divulgado nas redes sociais como Facebook, Instagram e YouTube, o que nos permitirá alcançar o maior número de pessoas, com maior rapidez e menor custo. Iremos ainda divulgar nosso aplicativo utilizando postes, que

serão expostos nos quadros de aviso de escolas e faculdades, a fim de alcançar não só os alunos, mas também os pais e professores.

Nossas propagandas trarão informações gerais sobre o aplicativo, como funcionamento, benefícios e onde ele estará disponível para download.

### **6.3. ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO**

A HelpingYou irá adotar a estratégia de marketing digital, que será realizada através de links patrocinados, que aparecerão em postagens sinalizadas como anúncios dentro das principais redes sociais, tais como Google, Facebook, Instagram e Youtube. Esses posts terão botões chamados de CTA (Chamadas para ação, tradução livre para o português), eles direcionarão os usuários para a PlayStore ou Apple Store, que serão as plataformas digitais que irão disponibilizar o download do aplicativo.

Adicionalmente, iremos utilizar do Remarketing por ser uma ferramenta altamente eficaz quando o quesito é marketing digital. Essa ferramenta viabiliza o reforço da nossa marca através de anúncios mais assertivos, ou seja, a propaganda vai aparecer para os usuários que demonstrarem interesse nos assuntos relacionados com o aplicativo, como por exemplo: informações de forma geral sobre criminalidade, seguros ou periculosidade de um local, dentro do Estado do Rio de Janeiro. Essas propagandas terão informações gerais sobre o aplicativo e o link para download do mesmo. Essa estratégia nos permitirá focar em ações específicas para alcançar nosso público alvo.

Nossa parceria com nossos patrocinadores e plataformas digitais é de suma importância, pois será através deles que realizaremos nossa estratégia de lançamento. Essa estratégia consiste inicialmente em expor nosso aplicativo em nossos “Canais de distribuição” como um dos primeiros na lista de opções no momento de instalar um aplicativo, disponibilizando ele na página inicial como novidade e vinculando-o com o maior número de “termos” de busca possível. A propaganda realizada através de nossos patrocinadores irá variar de acordo com a rede social escolhida, porém todas irão envolver imagens ou um vídeo curto com as principais funções do aplicativo abordadas de forma objetiva e simples, afim de atingir o maior número de pessoas possível.

Após analisarmos nossa pesquisa de mercado, concluímos que uma parte significativa das pessoas que responderam a pesquisa são estudantes e universitários, por esse motivo incluímos em nossa estratégia de lançamento a exposição de nossa marca em escolas e universidades, afim de atingir a esse público e através dele alcançar um público secundário através da propaganda “boca a boca”.

Essa propaganda será realizada utilizando cartazes com as principais informações do aplicativo, plataformas digitais que podem ser baixados e os principais benefícios que podemos acrescentar ao dia a dia desse público em geral.

Cada plataforma digital possui uma particularidade e custo para disponibilizar o aplicativo:

- **Play Store** - Para divulgação do aplicativo em aparelhos Android existe um custo único a ser pago no valor de US\$ 25,00, esse valor é pago apenas na hora em que o cadastro inicial está sendo realizado. Para incluir o serviço de prioridade, que consiste no aplicativo aparecer na página inicial da plataforma e aparecer como preferência na lista de pesquisa deverá ser pago um valor adicional de R\$1.000,00 mensais. Essa plataforma nos permite também a visualização de feedbacks tempestivos sobre a opinião dos usuários quanto ao aplicativo, através de uma avaliação feita na própria plataforma.
- **Apple Store** - Para divulgação do aplicativo em aparelhos IOS será necessário que o aplicativo passe por algumas alterações para que fique compatível com o controle de qualidade da Apple. Para isso a Apple conta com um sistema automatizado de triagem para verificar se a funcionalidade do aplicativo está de acordo com o exigido pela empresa, por esse motivo é obrigatório que o aplicativo seja montado na Fábrica de Aplicativos, ferramenta desenvolvida pela própria Apple. O cadastro nessa ferramenta é gratuito.

A ferramenta traz opções para montagem do layout do aplicativo, disponibilizando duas opções de montagem: uma totalmente personalizada e a outra utilizando modelos já prontos. Ao finalizar o aplicativo, o mesmo passará por uma análise que irá avaliar se o aplicativo possui as

funcionalidades em conformidade com o exigido. Essa primeira avaliação tem um custo médio de R\$250,00. Caso o aplicativo seja rejeitado, deverá ser ajustado e reenviado para avaliação, essa reavaliação tem o custo R\$49,00. Caso seja identificado que o problema ocorreu devido a uma falha no desenvolvimento ocasionado pela ferramenta Fabrica de Aplicativos, a mesma será responsável por arcar com os custos da reavaliação.

Para divulgarmos nossa marca nas redes sociais temos:

- **Facebook/Instagram** - A rede social oferece um template onde o próprio usuário escolhe e monta como será sua publicidade, as escolhas variam de acordo com o perfil de cada empresa e elas envolvem desde a abrangência que a propaganda terá (Público alvo) até como será o layout que o público irá ter acesso. Adicionalmente, a plataforma oferece um feedback sobre a quantidade de pessoas que tiveram acesso aquela informação e quantas clicaram para saber mais. O custo diário varia de US\$ 1,00 a US\$ 5,00 e pode aumentar de acordo com a possibilidade de alcance que a propaganda pode ter, ou seja, quanto mais “tags” forem vinculadas aquela propaganda, mais cara ela poderá ser.

Através de uma simulação identificamos que para atingir todas as pessoas com a faixa etária de 16 à 40 anos que vivem no estado do Rio de Janeiro, que tenham pesquisado ou interesse em assuntos relacionados à segurança pública, seguros ou sobre aplicativos como o OTT e o Tiroteio, teríamos um desembolso de R\$79.00 por dia, que representa um gasto de aproximadamente R\$ 2.370,00 reais por mês.

*” O Facebook tem hoje 125 milhões de usuários brasileiros mensalmente ativos em sua rede social.*

*O anúncio foi feito pela empresa nesta quarta-feira, 18, durante um evento para jornalistas sobre as eleições de 2018, realizado em São Paulo.*

*É a primeira vez em mais de dois anos que o Facebook atualiza informações sobre seu número de usuários no País.”(Fonte: Revista online Exame – acessado dia 29 de Outubro de 2018)*

- **YouTube** - Sendo uma rede social que atua disponibilizando vídeos de todos os tipos, a rede social limita as propagandas divulgadas a vídeos curtos e objetivos que em sua maioria possui menos de 1 minuto de duração, por esse motivo ela oferece aos seus assinantes um guia prático explicando e “aconselhando” sobre qual seria a forma mais eficiente para divulgação da marca, o guia abrange ainda formas de maximizar os “lucros” através de uma propaganda bem estruturada. A cobrança desse serviço de divulgação é realizada através da amortização de pequenos valores de acordo com a quantidade de cliques que a propaganda recebe. Essa amortização ocorre através pequenas porcentagens que irão variar de acordo com o tipo de plano que foi contratado. O valor do investimento inicial é escolhido pela empresa, não havendo mínimo a ser investido.

O YouTube não possui um custo fixo mensal, a cobrança é realizada por clique, ou seja, a cada clique é descontado 2% do valor total que foi investido. Nosso investimento será de R\$ 2.500,00 reais mensais. Cada clique custará em torno de R\$ 50,00 reais e esse investimento corresponderá a 50 cliques por mês. Vale ressaltar, que o valor só será cobrado caso o usuário clique na propaganda para que a mesma direcione para a plataforma correspondente para realização do download do aplicativo, caso contrário nenhum valor será cobrado.

- **Pôster**- Optamos também por utilizar de pôster para divulgação do nosso aplicativo em escolas e faculdades, que em sua maioria dispõe de um quadro de avisos onde pais, alunos e professores tem acesso.

Através de uma pesquisa de fornecedores, iremos gastar em média de R\$1600,00 reais para realizar a impressão de 500 pôster de tamanho A3, com a utilização de 6 cores (Preto, branco, azul, vermelho, lilás e cinza).

#### 6.4. LOGOMARCA



A nossa logo utiliza as cores vermelho e azul representando a as sirenes da polícia, quisemos chamar atenção a esta parte, pois nosso aplicativo tratará diretamente a parte de segurança pública e índices de criminalidade.

Os furos de bala no meio da logo representam a criminalidade que cerca a vida de todos os cidadãos brasileiros e a lupa significa a busca por informações por parte de todos estes cidadãos, que desejam obtê-las afim de conseguir ao máximo se proteger.

## 7. INVESTIMENTOS

### 7.1. INVESTIMENTO INICIAL

A HelpingYouinvestirá inicialmente o valor de R\$ 335.071,20 (Trezentos e trinta e cinco mil e setenta e um reais e vinte centavos) em ativos imobilizados e intangíveis entendendo ser o suficiente para iniciar as atividades da empresa, sendo complementado pelos custos fixos e variáveis.

<b>Classificação Contábil</b>	<b>Custo Total</b>
	<b>R\$335.071,20</b>
Capital de Giro	R\$ 208.538,40
Equipamentos	R\$ 12.326,56
Instalações	R\$ 3.674,49
Jurídico	R\$ 1.394,00
Manutenção	R\$ 5.000,00
Material de Escritório	R\$ 773,69
Material Limpeza	R\$ 298,04
Móveis e Utensílios	R\$ 3.784,02
Software	R\$ 99.282,00

### 7.2. CUSTOS FIXOS

Apresentamos abaixo todos os custos fixos projetados para os próximos cinco anos. Há de ser levado em consideração que todos os custos estimados para os anos seguintes da abertura da empresa foram feitos levando-se em consideração a projeção da inflação meta estipuladas pelo Banco Central para os próximos 5 anos, disponível no site da referida Instituição. Logo, os gastos sofrem majoração de acordo com a inflação meta para os anos seguintes. O total de custos fixos representa a maior parte dos gastos da empresa, contudo estima-se que a geração de receitas seja maior que os custos aqui elencados.

<b>Descrição</b>	<b>Custo Mensal</b>	<b>Custo Anual 01</b>	<b>Custo Anual 02</b>	<b>Custo Anual 03</b>	<b>Custo Anual 04</b>	<b>Custo Anual 05</b>
	<b>R\$19.950,33</b>	<b>R\$239.403,96</b>	<b>R\$249.578,63</b>	<b>R\$260.185,72</b>	<b>R\$271.243,61</b>	<b>R\$282.771,47</b>
Aluguel da Sala	R\$ 650,00	R\$ 7.800,00	R\$ 8.131,50	R\$ 8.477,09	R\$ 8.837,37	R\$ 9.212,95
Condomínio	R\$ 790,00	R\$ 9.480,00	R\$ 9.882,90	R\$ 10.302,92	R\$ 10.740,80	R\$ 11.197,28

IPTU	R\$ 24,00	R\$ 288,00	R\$ 300,24	R\$ 313,00	R\$ 326,30	R\$ 340,17
Contabilidade	R\$ 954,00	R\$ 11.448,00	R\$ 11.934,54	R\$ 12.441,76	R\$ 12.970,53	R\$ 13.521,78
Limpeza da sala	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.502,00	R\$ 2.608,34	R\$ 2.719,19	R\$ 2.834,75
Terceirizados	R\$ 5.247,00	R\$ 62.964,00	R\$ 65.639,97	R\$ 68.429,67	R\$ 71.337,93	R\$ 74.369,79
Kaspersky Antivírus	R\$ 13,33	R\$ 159,96	R\$ 166,76	R\$ 173,85	R\$ 181,23	R\$ 188,94
Pró-labore	R\$12.072,00	R\$144.864,00	R\$151.020,72	R\$.439,10	R\$164.130,26	R\$171.105,80

### 7.3. CUSTOS VARIÁVEIS

Os custos aqui referidos são responsáveis pelos custos variáveis e estão projetados para os próximos 5 anos baseados na inflação meta estipulada pelo Banco Central do Brasil.

Descrição	Custo Mensal	Custo Anual 01	Custo Anual 02	Custo Anual 03	Custo Anual 04	Custo Anual 05
	<b>R\$14.806,07</b>	<b>R\$233.652,84</b>	<b>R\$374.763,94</b>	<b>R\$451.515,95</b>	<b>R\$528.602,53</b>	<b>R\$611.437,89</b>
Assessoria Jurídica	R\$ 1.985,00	R\$ 23.820,00	R\$ 24.832,35	R\$ 25.887,72	R\$ 26.987,95	R\$ 28.134,94
Marketing Digital (Instagram, Facebook e Youtube)	R\$ 9.363,31	R\$112.359,72	R\$117.135,01	R\$122.113,25	R\$127.303,06	R\$132.713,44
Postês	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 25.020,00	R\$ 26.083,35	R\$ 27.191,89	R\$ 28.347,55
Luz	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.753,00	R\$ 3.912,50	R\$ 4.078,78	R\$ 4.252,13
Telefone/internet	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00	R\$ 2.001,60	R\$ 2.086,67	R\$ 2.175,35	R\$ 2.267,80
Armazenamento em Nuvem	R\$ 997,76	R\$ 11.973,12	R\$ 12.481,98	R\$ 13.012,46	R\$ 13.565,49	R\$ 14.142,02
Simples Nacional	R\$ 4.665,00	R\$ 55.980,00	R\$189.540,00	R\$258.420,00	R\$327.300,00	R\$401.580,00

### 7.4. ESTIMATIVA DE FLUXO DE CAIXA

#### 7.4.1. FLUXO MENSAL 1º ANO

Mês	1	2	3	4	5	6
Receita bruta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Custos e Despesas Variáveis	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07
(-) Custos e Despesas Fixas	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33
Fluxo Líquido de Caixa	-39.421,40	-39.421,40	-39.421,40	-39.421,40	-39.421,40	-39.421,40

<b>Mês</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
Receita bruta	56.000,00	56.000,00	56.000,00	56.000,00	56.000,00	56.000,00
(-) Custos e Despesas Variáveis	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07	-19.471,07
(-) Custos e Despesas Fixas	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33	-19.950,33
Fluxo Líquido de Caixa	16.578,60	16.578,60	16.578,60	16.578,60	16.578,60	16.578,60

#### **7.4.2. CONSULTAR NOME**

<b>Indicadores de Retorno</b>						
<b>Mês</b>	<b>Ano 0</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
Receita bruta	0,00	336.000,00	1.008.000,00	1.344.000,00	1.680.000,00	2.016.000,00
(-) Custos e Despesas Variáveis	0,00	177.672,84	185.223,94	193.095,95	201.302,53	209.857,89
(-) Simples Nacional	4.665,00	55.980,00	189.540,00	258.420,00	327.300,00	401.580,00
(=) Margem de Contribuição	-4.665,00	102.347,16	633.236,06	892.484,05	1.151.397,47	1.404.562,11
(-) Custos e Despesas Fixas	0,00	239.403,96	249.578,63	260.185,72	271.243,61	282.771,47
(=) Fluxo Líquido de Caixa	-363.061,20	-137.056,80	383.657,44	632.298,33	880.153,86	1.121.790,64

#### **7.5. RECEITA BASEADA NOS CENÁRIOS**

##### **7.5.1. CENÁRIO BASE – PROVÁVEL**

<b>Cenário Provável</b>						
<b>Taxa de Crescimento</b>						<b>31,60%</b>
	<b>Ano 0</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
<b>Receita de Vendas</b>		<b>336.000,00</b>	<b>1.008.000,00</b>	<b>1.344.000,00</b>	<b>1.680.000,00</b>	<b>2.016.000,00</b>
<b>(-) Custos e Despesas Variáveis</b>		<b>233.652,84</b>	<b>374.763,94</b>	<b>451.515,95</b>	<b>528.602,53</b>	<b>611.437,89</b>
<b>(=) Margem de Contribuição</b>		<b>102.347,16</b>	<b>633.236,06</b>	<b>892.484,05</b>	<b>1.151.397,47</b>	<b>1.404.562,11</b>
<b>(-) Custos e Despesas Fixas</b>		<b>239.403,96</b>	<b>249.578,63</b>	<b>260.185,72</b>	<b>271.243,61</b>	<b>282.771,47</b>
<b>Fluxo Líquido de Caixa</b>	<b>-363.061,20</b>	<b>-137.056,80</b>	<b>383.657,44</b>	<b>632.298,33</b>	<b>880.153,86</b>	<b>1.121.790,64</b>

## 7.5.2.

## CENÁRIO BASE – OTIMISTA

Cenário Otimista						
Taxa de Crescimento						37,60%
	Ano 0	Ano 1	Ano2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita de Vendas		356.160,00	1.068.480,00	1.424.640,00	1.780.800,00	2.136.960,00
(-) Custos e Despesas Variáveis		233.652,84	374.763,94	451.515,95	528.602,53	611.437,89
(=) Margem de Contribuição		122.507,16	693.716,06	973.124,05	1.252.197,47	1.525.522,11
(-) Custos e Despesas Fixas		239.403,96	249.578,63	260.185,72	271.243,61	282.771,47
Fluxo Líquido de Caixa	-363.061,20	- 116.896,80	444.137,44	712.938,33	980.953,86	1.242.750,64

## 7.5.3.

## CENÁRIO BASE – PESSIMISTA

Cenário Pessimista						
Taxa de Crescimento						25,60%
	Ano 0	Ano 1	Ano2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita de Vendas		315.840,00	947.520,00	1.263.360,00	1.579.200,00	1.895.040,00
(-) Custos e Despesas Variáveis		233.652,84	374.763,94	451.515,95	528.602,53	611.437,89
(=) Margem de Contribuição		82.187,16	572.756,06	811.844,05	1.050.597,47	1.283.602,11
(-) Custos e Despesas Fixas		239.403,96	249.578,63	260.185,72	271.243,61	282.771,47
Fluxo Líquido de Caixa	-363.061,20	- 157.216,80	323.177,44	551.658,33	779.353,86	1.000.830,64

**7.6. VALOR PRESENTE LÍQUIDO, TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE E TAXA INTERNA DE RETORNO**

De acordo com as planilhas de custos detalhadas, frutos de uma pesquisa de mercado, apuramos os seguintes índices de acordo com nossa expectativa de receita:

<b>Cenário Real</b>			
<b>Investimento Inicial</b>	<b>VPL</b>	<b>TMA</b>	<b>TIR</b>
R\$363.061,20	R\$1.125.480,65	18,00%	70,27%
<b>Cenário Otimista</b>			
<b>Investimento Inicial</b>	<b>VPL</b>	<b>TMA</b>	<b>TIR</b>
R\$363.061,20	R\$1.339.945,43	18,00%	78,69%
<b>Cenário Pessimista</b>			
<b>Investimento Inicial</b>	<b>VPL</b>	<b>TMA</b>	<b>TIR</b>
R\$363.061,20	R\$911.015,86	18,00%	61,51%

**7.7. FONTE DE RECURSOS**

A HelpingYou iniciará suas atividades contando com recursos dos sócios, na ordem de 100%, conforme tabela abaixo:

<b>Composição Capital Social</b>			
<b>Sócios</b>	<b>TMA</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>
Camilla Souza de Azevedo	18,00%	25%	R\$90.765,30
Johnny de Souza Abreu	18,00%	25%	R\$90.765,30
Larissa EgidioLameu Martins	18,00%	25%	R\$90.765,30
Lucas da Conceição Ferreira	18,00%	25%	R\$90.765,30
<b>Total Investimento Inicial</b>			<b>R\$363.061,20</b>

## REFERÊNCIAS

- <http://files.eusouqualidade-com-br.webnode.com/200000051-697266a695/Fluxogramas.pdf>
- <http://rica.unibes.com.br/index.php/rica/article/viewFile/291/270>
- <https://prodest.es.gov.br/o-uso-de-aplicativos-na-sociedade>
- <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>
- <https://www.tecmundo.com.br/brasil/53661-47-dos-brasileiros-tem-a-internet-como-fonte-principal-de-informacao.htm>
- <https://canaltech.com.br/smartphone/mercado-de-smartphones-cresce-23-no-brasil-samsung-domina-o-pais-118452/>
- <https://oglobo.globo.com/rio/indices-de-violencia-sobem-no-estado-do-rio-22407369>
- <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-39816208>
- [https://www.infojobs.com.br/artigos/Assistente\\_de\\_SAC\\_\\_3160.aspx](https://www.infojobs.com.br/artigos/Assistente_de_SAC__3160.aspx)
- <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/a-importancia-da-contabilidade-para-a-empresa/66328/>
- <https://mercadoemfoco.unisul.br/gestor-de-ti-o-que-faz-na-pratica-o-profissional-da-area/>
- [https://www.infojobs.com.br/artigos/Assistente\\_de\\_Tecnologia\\_da\\_Informa%C3%A7%C3%A3o\\_\(TI\)\\_\\_2272.aspx](https://www.infojobs.com.br/artigos/Assistente_de_Tecnologia_da_Informa%C3%A7%C3%A3o_(TI)__2272.aspx)
- <https://blog.luz.vc/como-fazer/swot-cruzada/>
- <https://carreiras.empregos.com.br/profissao/assistente-juridico/>
- [https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio\\_de\\_Janeiro\\_\(estado\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio_de_Janeiro_(estado))
- <https://oglobo.globo.com/rio/indices-de-violencia-sobem-no-estado-do-rio-22407369>
- <https://oglobo.globo.com/brasil/rio-a-cidade-com-maior-populacao-em-favelas-do-brasil-3489272>

<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2018/05/rio-de-janeiro-e-a-cidade-brasileira-mais-visitada-por-turistas-estrangeiros>

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio\\_de\\_Janeiro#Economia](https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio_de_Janeiro#Economia)

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio\\_de\\_Janeiro#Problemas\\_socioecon%C3%B4micos](https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio_de_Janeiro#Problemas_socioecon%C3%B4micos)

<https://blog.lahar.com.br/links-patrocinados/anuncios-patrocinados-no-instagram/>

<https://www.clinks.com.br/links-patrocinados/>

<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-giro>

<https://exame.abril.com.br/tecnologia/facebook-chega-a-125-milhoes-de-usuarios-no-brasil/>

<https://www.tuacarreira.com/o-que-faz-um-designer-grafico/>

<https://marketingdeconteudo.com/o-que-faz-um-designer-grafico/>

<http://www.firjan.com.br/publicacoes/publicacoes-de-economia/pib-brasil-e-rio-de-janeiro-resultados-e-projecoes.htm>

[file:///C:/Users/larissa.lameu/Downloads/PIB%20Rio%20e%20BR%201\\_Tri%202018.pdf](file:///C:/Users/larissa.lameu/Downloads/PIB%20Rio%20e%20BR%201_Tri%202018.pdf)

<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/rio-janeiro.htm>

[https://www.suapesquisa.com/estadosbrasileiros/estado\\_rio\\_de\\_janeiro.htm](https://www.suapesquisa.com/estadosbrasileiros/estado_rio_de_janeiro.htm)

## ANEXOS

### Anexo A – Detalhamento do Investimento Inicial

Classificação Contabil	Produto	Quant.	Preço Total Unit.	Preço Total
			<b>R\$348.241,08</b>	<b>R\$363.061,20</b>
Capital de Giro	Capital de Giro	1	R\$236.528,40	R\$ 236.528,40
Equipamentos	Notebook Expert X40 Intel Core 8 I5 Quad Core 8GB (GeForce MX110 com 2GB) 1TB LED HD 15,6" W10 Cinza Titânio - Samsung	4	R\$2.699,99	R\$ 10.799,96
Equipamentos	Mouse Wireless WM126 Preto - De	4	R\$69,90	R\$ 279,60
Equipamentos	Multifuncional Samsung Laser Monocromática SI-M2885fw/xab - Wi-Fi	1	R\$1.247,00	R\$ 1.247,00
Instalações	Kit Telefone sem fio digital com secretária eletrônica TS 3130 Intelbras + 4 Ramal TS 3111 Intelbras	1	R\$618,50	R\$ 618,50
Instalações	Ar Condicionado Split Hi-Wall Springer Midea 12.000 BTUs Frio 220V	1	R\$1.238,00	R\$ 1.238,00
Instalações	Frigobar Consul CRC12 120 Litros - Branco	1	R\$859,00	R\$ 859,00
Instalações	Bebedouro Electrolux BE11X - Refrigeração à Placa Eletrônica, Gelada, Fria ou Natural, 2 Opções Bivolt	1	R\$ 419,00	R\$ 419,00
Instalações	Cafeteira Elétrica Electrolux Easyline Cmb21 Capacidade 6 Xícaras	1	R\$ 69,99	R\$ 69,99
Instalações	Extintor PQS 6 kg ABC	2	R\$ 235,00	R\$ 470,00
Jurídico	Patente	1	R\$185,00	R\$ 185,00
Jurídico	Contrato Social	1	R\$387,00	R\$ 387,00
Jurídico	Alvará	1	R\$822,00	R\$ 822,00
Manutenção	Obra	1	R\$4.000,00	R\$ 4.000,00
Manutenção	Pintura da Sala	1	R\$1.000,00	R\$ 1.000,00
Material de Escritório	APONTADOR DE FERRO 1 FURO - CIS	4	R\$ 1,42	R\$ 5,68
Material de Escritório	BORRACHA BRANCA COM CAPA - CIS	4	R\$ 1,66	R\$ 6,64
Material de Escritório	CANETA ESFEROGRÁFICA CRISTAL AZUL 1.0MM COM 100 UNIDADES - BIC	1	R\$ 61,80	R\$ 61,80
Material de Escritório	CANETA ESFEROGRÁFICA CRISTAL VERMELHA 1.0MM COM 100 UNIDADES - BIC	1	R\$ 61,80	R\$ 61,80
Material de Escritório	CANETA ESFEROGRÁFICA CRISTAL PRETA 1.0MM COM 100 UNIDADES - BIC	1	R\$ 61,80	R\$ 61,80
Material de Escritório	CLIPS 1/0 GALVANIZADO CAIXA COM 100 UNIDADES - BACCHI	1	R\$ 1,47	R\$ 1,47
Material de Escritório	COLA BASTÃO 20G - PRITT	4	R\$ 5,03	R\$ 20,12
Material de Escritório	FITA ADESIVA TRANSPARENTE 12MM X 30M - UNIDADE - ADELBRAS	4	R\$ 0,71	R\$ 2,84
Material de Escritório	ELÁSTICO COM 500G Nº 18 - AMARELO - TEIDE	1	R\$ 8,71	R\$ 8,71

Material de Escritório	ENVELOPE SACO 229X324 KRAFT NATURAL COM 100 UNIDADES - ROMITEC	1	R\$ 19,48	R\$ 19,48
Material de Escritório	CANETA CORRETIVO SHAKE'N SQUEEZE - BIC	4	R\$ 1,99	R\$ 7,96
Material de Escritório	ESPÁTULA DE AÇO EXTRATOR DE GRAMPOS CROMADO - BACCHI	4	R\$ 2,94	R\$ 11,76
Material de Escritório	GRAMPEADOR 208P 26/6 ATÉ 20 FOLHAS - EAGLE	4	R\$ 19,24	R\$ 76,96
Material de Escritório	GRAMPO 23/10 ENAK CAIXA COM 5000 UNIDADES - BACCHI	1	R\$ 13,99	R\$ 13,99
Material de Escritório	PRENDEDOR DE PAPEL GRAMPOMOL 15MM COM 12 UNIDADES - CIS	10	R\$ 3,63	R\$ 36,30
Material de Escritório	LÁPIS ESCRITA PRETA 2B EVOLUTION - SEM BORRACHA - UNIDADE - BIC	10	R\$ 0,70	R\$ 7,00
Material de Escritório	CANETA MARCA TEXTO 200-SL - AMARELA - PILOT	4	R\$ 2,44	R\$ 9,76
Material de Escritório	CAIXA DE CORRESPONDÊNCIA DUPLA - PAPELEIRA ACRÍLICO - FUME - MENNO	4	R\$ 43,06	R\$ 172,24
Material de Escritório	PORTA CANETAS / CLIPS / LEMBRETE - FUMÊ - DELLOCOLOR - DELLO	4	R\$ 7,28	R\$ 29,12
Material de Escritório	TESOURA - 21 CM - 8" - CIS	4	R\$ 8,14	R\$ 32,56
Material de Escritório	TINTA PARA ALMOFADA DE CARIMBO - PRETA - 40ML - TINTEX	1	R\$ 1,90	R\$ 1,90
Material de Escritório	Resma de Papel A4	5	R\$ 19,80	R\$ 99,00
Material de Escritório	BLOCO ADESIVO POST IT COM 4 BLOCOS DE 100 FOLHAS 38MM X 50MM - NEON NOVAS CORES - 3M	2	R\$ 12,40	R\$ 24,80
Material Limpeza	DESENTUPIDOR TURBO NOVIÇA - BETTANIN	1	R\$ 10,65	R\$ 10,65
Material Limpeza	ESCOVA DE MADEIRA OVAL COM CERDAS DE NYLON	1	R\$ 2,75	R\$ 2,75
Material Limpeza	ESPONJA DUPLA FACE - PACOTE COM 10 UNIDADES	1	R\$ 4,34	R\$ 4,34
Material Limpeza	LIMPADOR DE PERSIANAS MICROFIBRA - ESFREBOM	1	R\$ 19,05	R\$ 19,05
Material Limpeza	ÁLCOOL LÍQUIDO 1 LITRO 70º - MONTENEGRO	1	R\$ 5,58	R\$ 5,58
Material Limpeza	ÁGUA SANITÁRIA 1 LITRO - MONTENEGRO	1	R\$ 2,38	R\$ 2,38
Material Limpeza	ÁLCOOL GEL 500G - MONTENEGRO	1	R\$ 5,85	R\$ 5,85
Material Limpeza	BALDE PLÁSTICO DE 8 LITROS	2	R\$ 3,25	R\$ 6,50
Material Limpeza	DESINFETANTE LAVANDA 500ML - MINUANO	1	R\$ 2,55	R\$ 2,55
Material Limpeza	DETERGENTE 500ML FRESH - MINUANO	2	R\$ 1,90	R\$ 3,80
Material Limpeza	DISPENSER PARA PAPEL TOALHA ATÉ 3 DOBRAS	1	R\$ 20,80	R\$ 20,80
Material Limpeza	DISPENSER PARA SABONETE LÍQUIDO OU ÁLCOOL GEL	2	R\$ 15,59	R\$ 31,18

Material Limpeza	ESPANADOR DE PENA PEQUENO	1	R\$ 10,16	R\$ 10,16
Material Limpeza	FLANELA GRANDE 100% ALGODÃO LARANJA	5	R\$ 1,29	R\$ 6,45
Material Limpeza	VEJA LIMPA VIDROS VIDREX COM ÁLCOOL	1	R\$ 5,83	R\$ 5,83
Material Limpeza	LUSTRA MÓVEIS 200ML LAVANDA	1	R\$ 6,20	R\$ 6,20
Material Limpeza	LUVA DE BORRACHA	2	R\$ 3,97	R\$ 7,94
Material Limpeza	VEJA MULTIUSO TRADICIONAL	1	R\$ 4,14	R\$ 4,14
Material Limpeza	PÁ COM CABO NOVIÇA - BETTANIN	1	R\$ 17,70	R\$ 17,70
Material Limpeza	PANO ALTA PERFORMANCE MULTIUSO ESFREBOM	2	R\$ 13,73	R\$ 27,46
Material Limpeza	PAPEL HIGIÊNICO DELUXE COTTON	2	R\$ 5,55	R\$ 11,10
Material Limpeza	PAPEL TOALHA 2 DOBRAS	1	R\$ 17,41	R\$ 17,41
Material Limpeza	PASTILHA SANITÁRIA ADESIVA	2	R\$ 4,95	R\$ 9,90
Material Limpeza	RODO VAI E VEM PLUS M	1	R\$ 12,27	R\$ 12,27
Material Limpeza	SABONETE LÍQUIDO	1	R\$ 10,36	R\$ 10,36
Material Limpeza	SACO DE LIXO COM 100 UNIDADES	1	R\$ 25,40	R\$ 25,40
Material Limpeza	VASSOURA	1	R\$ 10,29	R\$ 10,29
Móveis e Utensílios	Mesa para Computador Versátil 1120 Teca Itália - Kappesberg	4	R\$ 497,55	R\$ 1.990,20
Móveis e Utensílios	Cadeira de Escritório Diretor Giratória Marilyn Plus Branca	4	R\$ 275,49	R\$ 1.101,96
Móveis e Utensílios	Estante Becrux Branco	2	R\$ 265,99	R\$ 531,98
Móveis e Utensílios	Persiana Vertical Tecido Black out	2	R\$ 79,94	R\$ 159,88
Software	Pacote Office 365 Personal	4	R\$ 239,00	R\$ 956,00
Software	Certificado Digital	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
Software	Windows 10 Pro	4	R\$ 809,00	R\$ 3.236,00
Software	Desenvolvimento do Aplicativo	1	R\$94.850,00	R\$ 94.850,00