

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CINTHIA DE ARAÚJO NASCIMENTO
GABRIEL CAMPELO MATEUS
GABRIEL DE OLIVEIRA AGUIAR
KARINA GOMES DE SALLES
MYLLENA DE AZEVEDO NUNES
SUELEN DA SILVA RODRIGUES

PLANO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA ECOENERGIZA

NITERÓI

2022

Ecoenergiza Soluções Tecnológicas LTDA

Rua Ator Paulo Gustavo, 26 - SL. 337

Icaraí - Niterói - RJ - CEP: 24230-064

Tel: (21) 2734-2428

contato@ecoenergiza.com.br

www.ecoenergiza.wordpress.com



ECOENERGIZA

TECNOLOGIA & SUSTENTABILIDADE

Este Plano de Negócio foi elaborado por (Cinthia de Araújo Nascimento, Gabriel Campelo Mateus, Gabriel de Oliveira Aguiar, Karina Gomes de Salles, Myllena de Azevedo Nunes, Suelen da Silva Rodrigues).

SUMÁRIO

1.	SUMÁRIO EXECUTIVO.....	3
2.	A EMPRESA: INSPIRAÇÃO E TECNOLOGIAS	4
3.	ANÁLISE DE CONCORRENTES	4
4.	CICLO DE VIDA DO NEGÓCIO	6
5.	CLIENTES E SEGMENTAÇÃO DO MERCADO.....	7
6.	ANÁLISE DE CLIENTES E DO SEGMENTO	7
7.	ANÁLISE DE MERCADO.....	10
8.	ANÁLISE SWOT.....	12
9.	FORÇAS DE PORTER.....	14
10.	IMAGEM DO NEGÓCIO	15
11.	ESTRATÉGIA DE MARKETING	16
12.	RECURSOS NECESSÁRIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO	22
13.	TÁTICAS DOS 4 P's.....	23
1.	Produto.....	23
2.	Preço.....	25
3.	Praça.....	26
4.	Promoção.....	26
14.	PARCERIAS.....	28
15.	DOCUMENTAÇÃO PARA ABERTURA DA EMPRESA.....	29
16.	LAYOUT DA EMPRESA	30
17.	CAPACIDADE INSTALADA DA OPERAÇÃO	31
18.	INDICADORES DE DESEMPENHO.....	31
19.	FLUXOGRAMA.....	35
20.	ORGANOGRAMA.....	35
21.	EQUIPE GERENCIAL	36
22.	FLUXO DE CAIXA ANUAL.....	38
23.	BALANÇO PATRIMONIAL	40
24.	DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO.....	41
25.	INVESTIMENTO INICIAL	42
26.	FONTES DE FINANCIAMENTO	43
27.	INDICADORES FINANCEIROS	44

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Ecoenergiza por meio da utilização de inteligência de dados, compromete-se a cuidar de toda a coleta, integração e análise de dados e a promover melhorias na gestão de gastos. Sua plataforma contará com painéis personalizados, adequado para cada cliente em seu segmento. Como o mercado é composto por empresas que estão determinadas a fazer uma melhor gestão do seu consumo e no seu custo com energia elétrica, o seu principal público-alvo são empresas de pequeno, médio e grande porte.

Para fazer o planejamento estratégico dentro da gestão de desempenho empresarial, a Ecoenergiza utilizou – se de várias análises, entre elas a análise SWOT por ser simples e útil. Essa análise é composta por elementos que compõem ambientes internos e externos da corporação. Suas principais estratégias para o alcance de novos clientes são o investimento no Marketing Digital, Marketing de Conteúdo e Inbound Marketing.

Os Balanços Patrimoniais e as demais demonstrações da empresa planejados para os 5 primeiros anos, demonstram capacidade de gerar caixas suficientes para cobrir as despesas e a tendência para crescimentos em cenários tanto prováveis como otimistas e pessimistas. As análises de liquidez garantem a rentabilidade e a lucratividade do negócio. Os indicadores mostram aptidão de honrar seus compromissos em curto prazo e bom retorno dos investimentos, em um tempo razoável em todos os cenários.

2. A EMPRESA: INSPIRAÇÃO E TECNOLOGIAS

A Ecoenergiza tem o propósito de otimizar o uso de energia elétrica no ambiente empresarial, oferecendo tecnologias para soluções em eficiência energética, rastreando o consumo excessivo no sistema elétrico do ambiente estudado, garantindo ganho econômico e manutenção da sustentabilidade, reduzindo os gastos de recursos financeiros e ambientais.

A empresa surgiu a partir da percepção sobre os aumentos gradativos no consumo e nos valores relacionados à energia elétrica. As empresas brasileiras necessitam de uma imagem mais clara sobre o gasto energético em suas operações e a necessidade de uma melhor gestão desse recurso que sofre algumas problematizações no país. Dessa forma, além de ajudar as empresas a reduzirem seu consumo de energia elétrica e, conseqüentemente, seus custos e despesas, é proporcionado a agregação de valores para as mesmas no que diz respeito à sustentabilidade.

Para tanto, é necessário contar com as melhores tecnologias disponíveis e, por isso, a Ecoenergiza utiliza o modelo SaaS – Software as a Service –, o qual é disponibilizado o software e soluções de forma online, ou seja, a empresa que contrata o serviço não precisa instalar, atualizar e manter qualquer hardwares/software. O acesso é fácil e simplificado: é necessária, apenas, a conexão com a internet. Essa tecnologia é original da empresa, já que o software foi desenvolvido exclusivamente para a mesma. A tecnologia dos medidores de energia necessários para alimentação dos dados no sistema são as melhores e mais avançadas do mercado, para melhor desempenho e efetividade. Além do software, o negócio conta com outros meios de informações e divulgação, como o próprio site (www.ecoenergiza.wordpress.com) e o seu Instagram (www.instagram.com/eco.energiza).

3. ANÁLISE DE CONCORRENTES

Diante do contexto descrito, foi realizada uma análise de mercado e observado uma boa oportunidade de atuação, já que atualmente há pouca concorrência no ramo.

Foi feita uma pesquisa de mercado, de forma online, analisando alguns concorrentes da Ecoenergiza que atuam no setor de gestão de energia. Alguns dos critérios considerados foram preços oferecidos, a gestão comercial, as características e a qualidade dos recursos disponíveis para os clientes.

- Forenergy

A Forenergy é uma empresa que atua com foco no desenvolvimento de soluções de tecnologia da informação, gerenciamento de energia, eficiência energética e sustentabilidade. Apresenta como pontos fortes uma variedade de serviços, além do gerenciamento energético, como a gestão de faturas, projetos e instalações elétricas, montagem de painel e alguns outros serviços. Apresenta, também, em seu site endereço, contato telefônico e e-mail. Entretanto, o site não é bem estruturado e é pouco atrativo. Precário em conteúdos que chamem atenção clientes e não possui Landing Pages. Também não possui comentários de clientes.

- IMS Power Quality

A IMS é uma empresa que “produz e desenvolve, soluções com tecnologia robusta e de alta qualidade com capacidade instalada para atender grandes demandas de mercado”, de acordo com a mesma. De acordo com a análise feita, o site da empresa é bem estruturado, convidativo e apresenta boas informações relacionadas aos produtos oferecidos e há um bom conteúdo em seu blog. A 20 empresa foi fundada há 41 anos e isso também se encaixa como um ponto forte por atuar no mercado por todos esses anos, obtendo maior conhecimento. Porém, também foram encontradas algumas reclamações no site relacionadas à problemas com a conexão e funcionamento do software e falta de ajustes.

- Cubi Energia

De acordo com o site da empresa, a Cubi oferece uma solução de gestão de energia baseada em ciência de dados que vai desde a coleta dos dados em campo até um software de gestão de energia. A empresa apresenta pontos fortes por ter um site rico em informações e interativo. Possui avaliações dos clientes e rico conteúdo em seu blog. Durante a análise, foi perceptível a falta de clareza em relação ao valor dos serviços fornecidos, não sendo encontrada essa informação no site.

EMPRESA	PREÇO	ATENDIMENTO	QUALIDADE
Forenergy	REGULAR	BOM	BOM
IMS Power Quality	BOM	BOM	REGULAR
Cubi Energia	REGULAR	BOM	ÓTIMO

DIFERENCIAL E NEGÓCIOS FUTUROS

Na análise de concorrência foi observado que há algumas falhas na comunicação por parte das empresas concorrentes. Portanto, o diferencial da Ecoenergiza frente a eles está baseado, principalmente, no relacionamento com os clientes. O foco é disponibilizar um atendimento específico para cada cliente, justamente por se tratarem de empresas de diferentes portes e segmentos, cada qual com sua peculiaridade, agindo com transparência e fidelizando-os cada vez mais.

Assim, conquistando cada vez mais espaço no mercado e cativando os clientes, a empresa pretende expandir seus serviços em busca de novidades no mercado e para isso, a ideia é oferecer, também, soluções relacionadas à instalação de placas solares, propondo a mesma qualidade nos serviços e nas relações.

4. CICLO DE VIDA DO NEGÓCIO

O ciclo de vida do negócio refere-se a uma análise dividida em etapas que permite reconhecer qual contexto a empresa se apresenta no mercado. Apresentado em quatro estágios, a Ecoenergiza se relaciona da seguinte forma:

- a fase de Introdução é o momento em que a empresa acaba de ser lançada no mercado, trazendo o software inovador, mas ainda pouco conhecido e, por isso, buscará reconhecimento para se estabelecer e aumentar as vendas. Essa fase se dará no primeiro ano de atuação da empresa no mercado;
- em seguida, chegará a fase de Crescimento, onde a empresa já terá certo reconhecimento no mercado e, ainda assim, prosseguirá conquistando novos consumidores, mantendo o crescimento das vendas. Aqui, é possível que haja uma concorrência um pouco maior e, para tanto, as estratégias de marketing estarão muito bem consolidadas. Essa fase terá duração média de 3 anos, iniciando a partir do segundo ano de atuação até o final do quarto ano;
- chegando ao quinto ano de atividade, a empresa avançará para a fase de Maturidade, pois já terá conquistado muitos clientes e estará bem estabelecida no mercado, podendo ocorrer certa estagnação. Essa fase deve durar cerca de um ano;

- logo após a estagnação, possivelmente haverá o Declínio de vendas, a partir do sexto ano. Nesse caso, como a empresa já terá alcançado certa margem de lucro, a tendência é que haja aperfeiçoamentos no software e, além disso, o lançamento de novos serviços como o de placas solares, que é um projeto futuro da empresa.

5. CLIENTES E SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

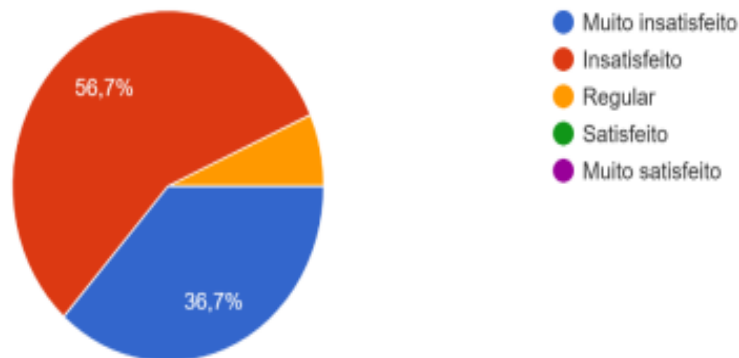
Aspectos	Oportunidades	Ameaças
Demográficos	Distribuição em todo território regional através de serviços online e presencial	Empresas que atuam em outros territórios; inseguranças em nossos serviços por sermos uma marca nova no mercado
Econômicos	Redução do gasto de energia refletindo na diminuição da fatura	Concorrentes
Legais e Políticos	Microempresa utilizando o simples nacional	Variação de valores de impostos em cada estado "ICMS e ISS"
Tecnológicas	Âmbito regional via Software	Alto investimento
Culturais	Amplio mercado	Diferentes concepções econômicas

Fonte: Membros da Ecoenergiza

6. ANÁLISE DE CLIENTES E DO SEGMENTO

Com objetivo de estudar o mercado e conhecer as necessidades dos potenciais clientes da organização, foi elaborada uma pesquisa de mercado, coletando dados representativos que fundamentam o público-alvo e ajudará em tomadas de decisões mais precisas. As pesquisas foram realizadas através de questionário divulgado via internet, realizado em uma plataforma apropriada e, também, por meio de entrevistas diretas com participantes. A coleta de dados ocorreu no mês de Agosto de 2022, contando com a participação de 20 potenciais clientes de diversas regiões da parte sudeste do país. 17 Satisfação: valores e consumo De acordo com a pesquisa, o público se mostrou insatisfeito com relação a satisfação do valor cobrado referente ao consumo de energia elétrica.

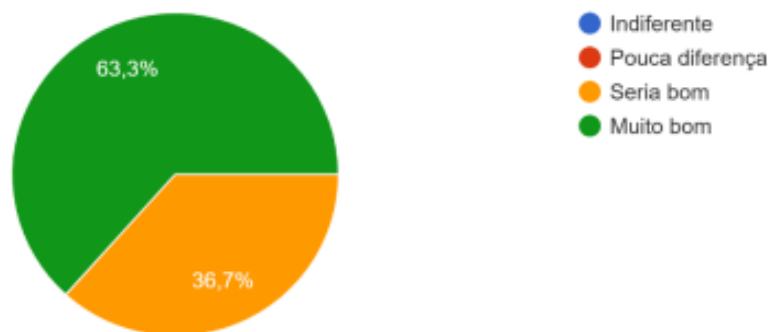
Gráfico – Grau de satisfação relacionado ao valor cobrado pelo consumo de energia elétrica



Fonte: Membros da Ecoenergiza

Logo após fizemos um novo questionário, quanto a redução no valor da conta de luz de seu negócio impactaria na sua satisfação.

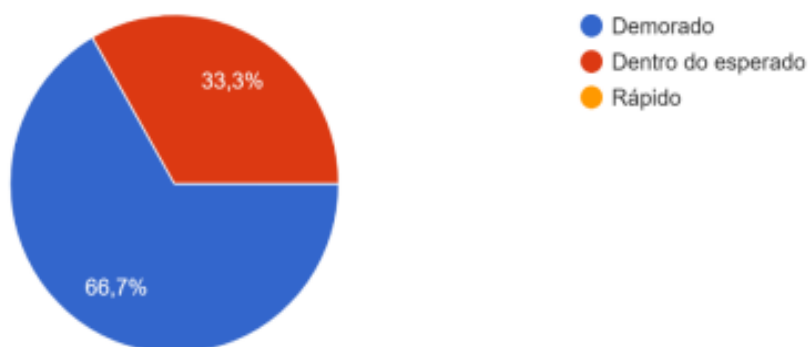
Gráfico – Impacto da redução no valor da conta de luz na satisfação



Fonte: Membros da Ecoenergiza

A maior parte dos entrevistados afirmou ter problemas em relação ao consumo de energia. Alguns dos problemas citados na pesquisa foram: - Variação no valor da conta, mesmo com o uso sendo regular; - Equipamentos ligados de forma desnecessária; - O desconhecimento dos fatores que mais consomem energia. De acordo com os dados coletados, o tempo médio para resolver um problema relacionado ao consumo de energia é demorado, na maioria dos casos, e minimamente dentro do esperado em outras situações. Entretanto, não houve nenhuma situação com resposta para problemas resolvidos de forma rápida

Gráfico – Tempo gasto para resolver um problema com consumo de energia



Fonte: Membros da Ecoenergiza

Após as pesquisas sobre as satisfações dos clientes, a Ecoenergiza analisou o tamanho do segmento, onde em contato com empresas buscamos analisar o gerenciamento de energia feito por elas.

Foi questionado às empresas como é feito o gerenciamento de energia por elas atualmente e quais são os desafios para diminuir o gasto energético em seu estabelecimento. A maior parte das respostas foi relacionada às maneiras mais simples, e também importantes, de economia, como conscientizar os funcionários a economizar, apagar as luzes dos banheiros quando não houver uso e utilizar luzes de led. Muitos responderam que o maior desafio para diminuir gastos tem relação com aparelhos essenciais das operações. Interesses e melhorias A partir disso, foi perguntado se seria interessante para a empresa obter um mecanismo que auxiliasse no controle mais eficiente de sua energia e por quê. De forma quase unânime, as empresas responderam que seria sim interessante, pois com um mecanismo eficiente que proporciona a redução dos gastos com energia, implicaria em melhorias para a empresa, uma vez que esses valores “poupados” poderiam ser convertidos em investimentos, ou destinados a outras despesas. Quando perguntadas se estariam dispostas a pagar por um software que ajudasse na gestão de energia, muitas empresas responderam que sim, especialmente por ser um meio de maior facilidade e que estaria à disposição da empresa a qualquer momento. Entretanto, algumas se mostraram indecisas, principalmente em relação ao resultado que obteriam e se valeria a pena o custo-benefício. Portanto, a partir da pesquisa feita, concluiu-se que nenhum dos entrevistados está satisfeito com o valor pago pela energia consumida, além de haver problemas a serem 19 solucionados no quesito consumo de energia elétrica. Constatou-se, também, que as empresas precisam de auxílio e conhecimento para melhorar sua gestão energética e não estão

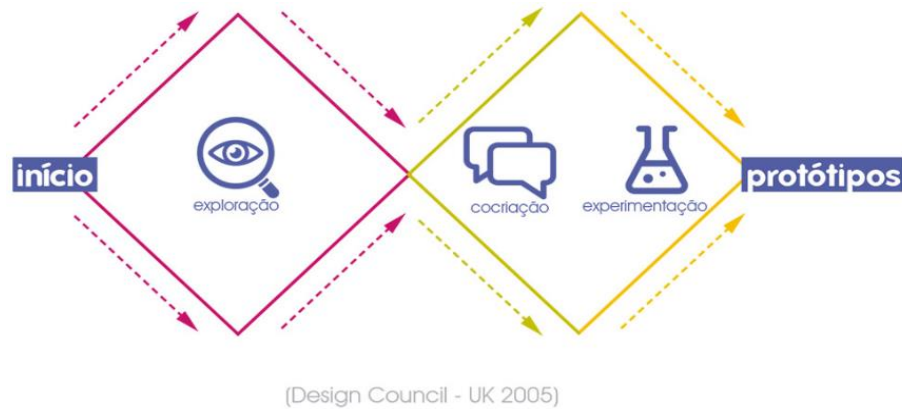
devidamente preparadas para possíveis imprevistos como alta nos preços das bandeiras tarifárias em decorrência da possibilidade de alguma crise energética no país. A pesquisa também mostrou que as empresas estariam dispostas a investir em um mecanismo que as ajudassem a gerenciar seu consumo de energia e que proporcionaria melhorias para a organização, tornando-as mais econômicas e sustentáveis, podendo obter benefícios de companhias elétricas e também vantagens frente a concorrentes.

7. ANÁLISE DE MERCADO

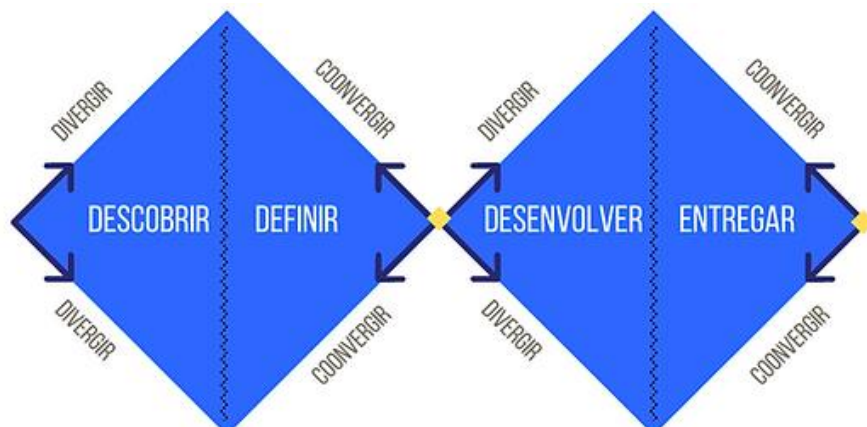
A Ecoenergiza é uma empresa que trabalha no modelo de negócio B2B, e seu público-alvo são empresas que estão determinadas a fazer a diferença no mercado e procuram uma melhor gestão no seu consumo e custos com energia elétrica, podendo ser pequenos, médios e grandes empreendimentos comerciais, supermercados, fábricas e também empreendimentos que costumam ter custos energéticos mais elevados como indústrias, multinacionais, aeroportos, hotéis e nos ramos de construção civil. Com atuação na região Sudeste, tem como principal foco as empresas localizadas nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

Por não terem tanto controle sobre os gastos energéticos, os clientes necessitam de ajuda para obter uma gestão energética mais eficiente e descomplicada, que irá dar suporte em importantes tomadas de decisões. Essas empresas, desejam reduzir seus custos com energia elétrica sem precisar inutilizar equipamentos importantes para seus processos por consumirem mais. Para tanto, os administradores das empresas interessadas identificam tais necessidades e reportam à diretoria, que irá tomar a decisão de compra do serviço.

A Ecoenergiza utiliza a ferramenta “Diamante Duplo”, que é uma metodologia de Design Thinking que mostra o desenvolvimento de produtos e serviços, focados nas necessidades, desejos, e limitação dos clientes. A equipe utilizou as 4 etapas do “Double Diamond” para auxiliar: Entendimento, Definição, Desenvolvimento e Entrega.



1. **Entendimento**: Essa é a primeira etapa que utilizamos, fizemos um diagnóstico para averiguar todos os problemas que as empresas enfrentam com o consumo de energia, e assim podendo entender sobre todas as necessidades e os desafios que iremos enfrentar ao adentrar nesse mercado.
2. **Definição**: Nessa etapa após todos os diagnósticos feitos, a Ecoenergiza definiu o foco para que possamos auxiliar todas as empresas, que querem ter uma boa gestão do consumo de energia, e assim oferecer os nossos serviços para que todas essas empresas, tenham uma diminuição nas despesas com a energia elétrica.
3. **Desenvolvimento**: Nessa etapa tivemos algumas ideias para que possamos entrar nesse mercado. Uma delas é a criação de um Software utilizando o modelo SaaS, nossa equipe realizou uma pesquisa aprofundada na utilização desse modelo.
4. **Entrega**: Nessa etapa final iniciamos o serviço oferecido pela Ecoenergiza, utilizamos o modelo SaaS, e criamos um software de energia elétrica, ele permite ter uma automação das atividades operacionais da empresa, e assim ter um controle do nível de energia de cada ponto da empresa. Assim podendo diminuir os custos e despesas com a energia elétrica das empresas que adquirirem o nosso serviço. Além de Contribuir no tocante a sustentabilidade que é um tema muito importante na sociedade.



8. ANÁLISE SWOT

Para fazer o planejamento estratégico dentro da gestão de desempenho empresarial, a análise SWOT é uma das ferramentas mais utilizadas por ser simples e útil. Ela dá à empresa a possibilidade de compreender o ambiente em que está enquadrada e estabelecer informações vitais para projetar os planos futuros. Essa análise é composta por elementos que compõem ambientes internos e externos da corporação, sendo eles: forças (strengths) e fraquezas (weaknesses), no ambiente interno, oportunidades (opportunities) e ameaças (threats), no ambiente externo.

Apresenta-se como força do projeto a proposta basal do software, que é a gestão para identificar quais os equipamentos e setores que consomem mais, ofertando assim eficiência energética ao sistema. Uma proposta com originalidade, dada a pouca gama de produtos que oferecem o serviço que está sendo ofertado.

Há um espaço no mercado para a oferta deste serviço, tendo em vista a crise econômica e energética que o país vem passando, onde a redução de consumo é demanda pela necessidade de economia financeira e economia no uso de energia elétrica, sobrecarregando menos o sistema elétrico nacional, que tanto depende de variáveis climáticas e sazonais nos tornando menos suscetíveis às variações da oferta energética.

Tendo em vista que somos uma empresa nova, nossa marca ainda não é amplamente conhecida pelo público geral e pelos públicos-alvo. A concepção de uma plataforma nova oferece por si só desafios a ponderar, como a necessidade de mão de obra especializada, considerando as particularidades da construção e execução do software.

A procura pela eficiência no consumo energético é uma questão que vem sendo amplamente pautada desde o início dos anos 2000, principalmente após o grande apagão nacional em 2001, levantando o debate do uso da tecnologia para observar e gerenciar o consumo elétrico. Dessa forma, já existem outras empresas que aplicam diversas tecnologias para esse objetivo, estando a nossa empresa diretamente antagonizada por estas.

Entrelaçado a isso tudo, estamos no meio de uma grande crise econômica mundial, principalmente colhendo as consequências pós pandemia de COVID-19. O não reconhecimento da necessidade de investir financeiramente na economia energética pode se apresentar como ameaça ao projeto, tendo em vista que as pessoas podem não querer adquirir os nossos serviços

pela dificuldade de estruturação econômica e observando que esse investimento seria mais um gasto ao seu orçamento mensal. Cabe a nós apresentar nossa proposta e convencer nosso investidor da necessidade da gestão elétrica e das vantagens financeiras a médio e longo prazo, advinda da economia dos valores pagos pelo uso de energia elétrica.

STRENGTHS (FORÇAS)	WEAKNESSES (FRAQUEZAS)
<ul style="list-style-type: none"> · Eficiência energética · Conhecimento no mercado de energia · Treinamento para atendimento ao cliente · Originalidade da proposta · Gestão de faturas · Comparação de medições de energia 	<ul style="list-style-type: none"> · Marca pouco conhecida · Ausência de muitos diferenciais. · Pouca diversificação em suas linhas e gamas de produtos.

OPPORTUNITIES (OPORTUNIDADES)	THREATS (AMEAÇAS)
<ul style="list-style-type: none"> · Concepção de novos empregos · Parceria e flexibilidade para demandas de tempo real · Crise das energias não renováveis · Mudanças climáticas <ul style="list-style-type: none"> · Crise econômica e energética 	<ul style="list-style-type: none"> · Novos entrantes nas áreas de atuação · Empresas mais experientes no mercado · Indisponibilidade de mão de obra especializada · Redução no poder de compra da população

9. FORÇAS DE PORTER

Através de um framework criado por Porter, é possível realizar uma análise setorial dos principais atores e forças que se relacionam dentro de um mercado.

Por meio dessa análise a Ecoenergiza garante o entendimento da competitividade do mercado, entende o cenário em que está atuando e define suas melhores estratégias de marketing.

Afinal, para se obter sucesso, é preciso conhecer as tendências do mercado, e estar preparado para se defender das forças que se destacam nele.

1- RIVALIDADE ENTRE OS CONCORRENTES

Por ser um serviço novo no mercado, e estes possuírem uma certa padronização, o nível da rivalidade se torna baixo. Com isso, a empresa prioriza a forma como o cliente será tratado; disponibilizando um atendimento diferenciado para cada cliente e sempre almejando criar uma imagem que fuja do padrão que as demais possuem, para que o impacto no olhar seja de uma forma diferente das demais.

2- PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES

O nível é baixo, pois quando se trata de um mercado pequeno e padronizado, há poucos fornecedores para atender. O que faz com que não haja uma grande competição, podendo até mesmo se tornar um meio de Benchmarking.

3- PODER DE BARGANHA DOS CLIENTES

O poder de barganha dos clientes é médio, pois há uma padronização no mercado. Para que a empresa não corra o risco de ser substituída, a Ecoenergia irá atuar diretamente com a personalização de seu atendimento, aprimorando cada vez mais em sua equipe, a qualificação e a agilidade.

4- AMEAÇA DE PRODUTOS OU BENS SUBSTITUTOS

Ao que se refere a criação de bens substitutos, a criação de um novo software inexistente no mercado, mas que viria com uma nova atualização, onde traria mais benefícios ao cliente, nos trariam um risco, porém esse risco seria médio, pois requer muito tempo e investimento

financeiro para se criar, e como possuímos uma conectividade com o mercado, e nos mantemos sempre atualizados, conseguiríamos visar essa nova criação.

Ao se tratar de ameaças, o nível também é médio. Estamos totalmente atentos e cada vez mais criando medidas contra a vulnerabilidade na segurança dos nossos dados, mas claro, o risco sempre é válido, contra hackers, portanto priorizamos para que esse risco não aumente.

5- AMEAÇA DE NOVOS ENTRANTES

Por possuir um software exclusivo, a barreira de entrada para os concorrentes se torna um empecilho. Outrossim, por conta da alta necessidade de capital financeiro, os novos entrantes podem não levantar o capital próprio, ou de terceiros para poder desenvolver, investir em propaganda e em pesquisa, entre outros, principalmente porque o segmento de negócios nos exige um alto capital e esses entrantes não detêm capital intelectual e recursos humanos capazes de sustentar uma competição.

Como possuímos patentes registradas, acesso vasto a uma cartela de clientes e boa curva de aprendizado (que é o declínio dos custos como resultado do conhecimento e da experiência desenvolvidos), os novos entrantes terão mais trabalho e dificuldade para se consolidar no mercado. Possuímos contrato de exclusividade, o que dificulta o cliente optar por uma outra empresa entrante no mercado.

10. IMAGEM DO NEGÓCIO

A Ecoenergiza tem como objetivo a realização de um serviço seguro e detalhado que irá trazer economia e autonomia energética aos seus clientes. A empresa passa a integridade que marca seu relacionamento com diferentes públicos. Nesse sentido, transparência e diálogo constituem elementos essenciais à construção e à manutenção de uma imagem que seja aderente aos valores da Companhia, bem como aos compromissos que assume.

Slogans: “A sua economia é a nossa energia”

“ A gente gerencia e você economiza”

“O nosso trabalho é a sua economia”

“O que você economiza em energia, você ganha em valores”

11. ESTRATÉGIA DE MARKETING

Empregando um marketing digital de qualidade para SaaS, a empresa fortalece sua imagem nas redes, conquistando respeito e reconhecimento no mercado, provando autoridade no assunto e, assim, potencializando as vendas.

Para tanto, compreendendo a “jornada do cliente” – ou seja, entendendo o comportamento do consumidor, desde o momento em que ele identifica sua insatisfação, considerando soluções disponíveis no mercado e fazendo sua decisão de compra – a empresa, utiliza estratégias de Inbound Marketing, ou marketing de atração, com o intuito de atrair potenciais clientes através do marketing de conteúdo, para assim transformá-los em leads. De acordo com uma pesquisa da Martech 2017, um pouco mais de 50% das empresas de tecnologia que adotam Inbound Marketing têm ciclo de vendas menor que 30 dias. Frente à economia atual, mais de 90% dos profissionais de marketing americanos afirmam que o Inbound Marketing é imprescindível para um negócio.

O objetivo é alcançar clientes em potencial, persuadindo-os e fortalecendo o relacionamento com eles. Assim, é possível diminuir custos, aumentar receitas e mensurar resultados.



Fonte: Casebox

Para atrair clientes, a equipe de marketing tratará do funil de vendas, produzindo fluxo qualificado nos canais digitais. O marketing de conteúdo será utilizado para produzir informações relevantes para os clientes, pois entende-se que é um ótimo meio de estabelecer relações duradouras de negócio e fortalecer a fidelização dos clientes. Ele será feito de maneira cuidadosa, para produzir conteúdo de interesses do cliente.

Aqui serão utilizados meios como:

Blog

Postagens no blog da empresa, com conteúdos relevantes e informativos sobre a importância de ter um software de gestão de energia, atualidades relacionadas com o tema e outros assuntos importantes sobre o nicho de mercado. A estratégia de divulgação acontecerá através de:

- Anúncios no Google AdWords;
- Técnicas de SEO, otimizando as buscas orgânicas do Google;
- Postagens nas redes sociais;
- Envio de e-mails de marketing.

É de conhecimento que o blog não traz retornos imediatos e o processo é uma construção, sendo esse o primeiro passo.

Marketing Interativo B2B

O blog também contará com conteúdos interativos, como quizzes sobre assuntos relacionados ao controle de energia que podem beneficiar as empresas B2B, os testes serão breves e rápidos, fornecendo respostas diretas. Uma pesquisa da BuzzSumo mostrou que os quizzes são populares e os níveis de engajamento vem crescendo no decorrer dos anos e é recomendável adotá-los.

Outra opção são os vídeos interativos, com tags, enquetes e perguntas usadas para determinar como o conteúdo terminará, além de conteúdos que façam com que o vídeo viralize. A Forbes divulgou um relatório em 2018, onde consta que os vídeos são considerados a maneira mais eficiente de alcançar pessoas.

A Ecoenergiza, também contará com um dos maiores cases de sucessos interativos, que são as calculadoras. A calculadora interativa é uma ferramenta de baixo custo e alto potencial de viralização, pois aumenta o tráfego orgânico de acessos. Por isso, a empresa fará uso da ferramenta para mostrar alguns dados aos clientes, como a calculadora de ROI, para mostrar o retorno que o cliente pode obter com o sistema, e a calculadora econômica, para que possa ter uma noção da economia que conseguirá alcançar.

· **Redes sociais**

As redes sociais atualmente são uma das principais formas de se comunicar com o público e conseguir engajamento, principalmente o Facebook e o Instagram. Portanto, a equipe ficará de olho nos algoritmos e nas métricas, fazendo monitoramentos e medições, visando um alcance além do número de curtidas. As principais métricas analisadas serão:

- Alcance, para ter clareza exata do número de pessoas que recebem o conteúdo;
- Impressão, para medir os acessos a cada post;
- Engajamento, para auxiliar nas ações de branding e medir o envolvimento do público, além de fazer a análise de sentimento para observar a qualidade das interações.

Para alcançar as métricas necessárias e ir além, serão utilizadas estratégias para deixar a empresa mais digital, como:

- Produzir um bom conteúdo que deixe o público engajado;
- Manter a frequência das postagens, buscando ao menos duas postagens por semana;
- Incentivar a interação em postagens da empresa e interagir em postagens de parceiros e possíveis clientes, para que alcance maior visibilidade;
- Frequência na análise dos resultados.

Converter clientes

No entanto, atrair o cliente é o primeiro passo. O passo seguinte é captar e convertê-lo em lead. Para tanto, será oferecida uma “moeda de troca” para que ele se cadastre como um contato e dê continuidade ao relacionamento. Assim, a Ecoenergiza conta com materiais ricos e interessantes, como e-books, relatórios, demonstrações e infográficos que serão disponibilizados a partir de Landing Pages, onde o visitante preenche um formulário de dados cadastrais e recebe o conteúdo de seu interesse em troca.

Modelo de Landing Pages

Fonte: Resultados Digitais

Relacionamento B2B

A partir daí, é hora de manter o relacionamento com o lead. Por isso, nessa etapa, a empresa irá nutrir os leads e criar um relacionamento com base na confiança, mostrando que essa é a melhor solução para o problema dele. O fluxo de nutrição se dará por meio de interações de emails personalizados, reuniões, envio de dados baseados em estatísticas que comprovem o retorno sobre investimentos que a empresa oferece e foco na longevidade, pois as empresas gostam de soluções duradouras.

A importância de nutrir os leads

Importância da Nutrição de leads



Source: HubSpot, 2013 State of Inbound Marketing Report

Fonte: Hubspot (2022)

Nesse momento, a empresa também conta com a ferramenta CRM – Customer Relationship Management – para melhorar a relação B2B, permitindo, assim, um atendimento encantador para o cliente, análises de métricas e estratégias bem definidas.

Eventos

Os eventos também são outro meio de conseguir leads e fortalecer relações. A Ecoenergiza pretende participar de eventos, como:

- Feiras de negócios (sustentáveis, de tecnologias e empreendedorismo), como forma de promover a marca e torná-la conhecida no mercado. Os clientes serão convidados por meio de emails marketing, com monitoramentos, para que possam ser enviadas informações adicionais. Será promovido ações no próprio stand, como demonstrações dos sistemas da empresa.
- Palestras e seminários, tanto para as empresas parceiras e stakeholders, debatendo temas que estão em alta e que geram bastante engajamento, quanto em universidades, pois é de onde virão muitos dos futuros empreendedores e esse primeiro contato é importante para a empresa deixar sua marca registrada. Além da possibilidade de surgir novos colaboradores para a empresa.

Ilustração: palestra corporativa



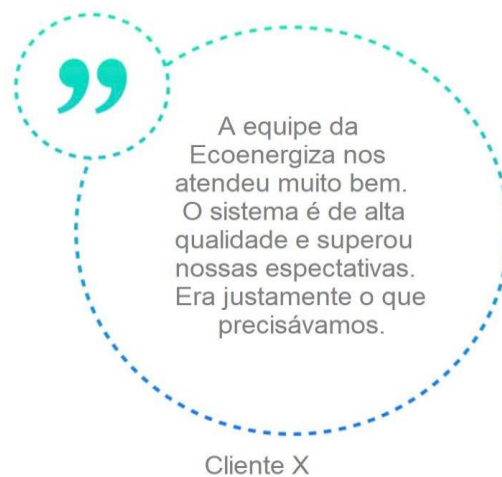
Fonte: SP Vale (2019)

Marketing de Referência

Como o foco da Ecoenergiza é no sucesso do cliente, nada melhor que torná-los comunicadores e influenciadores da opinião do público. Um cliente bem atendido e satisfeito fará uma propaganda positiva e muito eficiente para a empresa. Por isso, dar suporte ao cliente é uma das funções essenciais, sendo viável por meio de central de ajuda disponível no próprio sistema e também pela agilidade e rapidez em nossos canais de atendimento como o WhatsApp, telefone e email. Oferecendo essa eficiência ao cliente e propondo a melhor experiência possível, será feito o convite para que o mesmo participe de nossas análises de sucesso, produzindo depoimentos relatando sua experiência com a Ecoenergiza e avaliando-a. Esses depoimentos ficarão visíveis na página inicial da empresa, onde poderão ser vistos por todos que acessarem.

Além do mais, outra estratégia utilizada será a de indicação de clientes, onde a empresa que indicar a Ecoenergiza para outras empresas e essas últimas virem a se tornar clientes, receberá bônus pela indicação.

Ilustração do modelo de depoimentos



Fonte: Membros da Ecoenergiza

Com objetivo de realizar estratégias para obter fatias do mercado, a Ecoenergiza priorizou fortalecer o relacionamento com os clientes, a partir do marketing de comunidade, prestigiando a experiência digital do cliente que vai muito além do bom atendimento. Isso porque o marketing de comunidade não tem como objetivo vender, mas sim criar o engajamento digital necessário para que a imagem, os valores e a visão da marca fiquem na mente das pessoas. Para isso, a empresa contará com canais de comunicação que fomente conversas e que responda às

dúvidas de seus clientes com eficiência, maior agilidade nas respostas e insights para a criação de produtos, que, embora não seja razoável esperar que todas as solicitações de novos recursos sejam incluídas nos próximos lançamentos do produto, um fórum da comunidade gera insights poderosos para a criação ou a otimização de soluções.

12. RECURSOS NECESSÁRIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO

A Ecoenergiza investe nas atividades promocionais, visando gerar mais valor para a marca e incentivar a experiência, a compra, o uso e a fidelização do serviço.

A fim de implementar o plano de Marketing, foi realizado uma análise detalhada do público-alvo, além disso, foi determinado a visão geral da empresa, seus objetivos e produtos/serviços, sendo assim possível, que as estratégias de marketing fossem traçadas.

Inicialmente, os recursos serão destinados às atividades promocionais e a um profissional terceirizado, que auxiliará na captação dos clientes, na exploração de novas atividades promocionais, além de alinhá-las e organizá-las, com intuito de obter o melhor desempenho e de alcançar os objetivos.

ATIVIDADES PROMOCIONAIS				
ANO 1				
Área	Descrição	Tempo	Valor unitário	OBS
Site e Blog	Manutenção	A cada 6 meses	R\$ 200,00	
Site e Blog	Hospedagem	A cada 6 meses	R\$ 50,00	
Site e Blog	Email Marketing	A cada 6 meses	R\$ 157,92	7 mil envios por mes
Site e Blog	Mecanismos de busca Google e YT	1 ano	R\$ 497,00	
Redes Sociais	Instagram	Dividido entre os socios	R\$ 0,00	
Redes Sociais	Facebook	Dividido entre os socios	R\$ 0,00	
Redes Sociais	Ferramentas de gestão Redes Sociais	A cada 6 meses	R\$ 11,90	
Eventos	Stand (Básico)	por m/2	R\$ 200,00	Dependendo do tamanho da feira
Eventos	Participantes (membros)	Gerência Comercial	R\$ 0,00	
Eventos	Marketing	Gerência Comercial	R\$ 0,00	
Apresentação em Empresas	Gerente Comercial	2 hrs	R\$ 0,00	
TOTAL			R\$ 1.116,82	

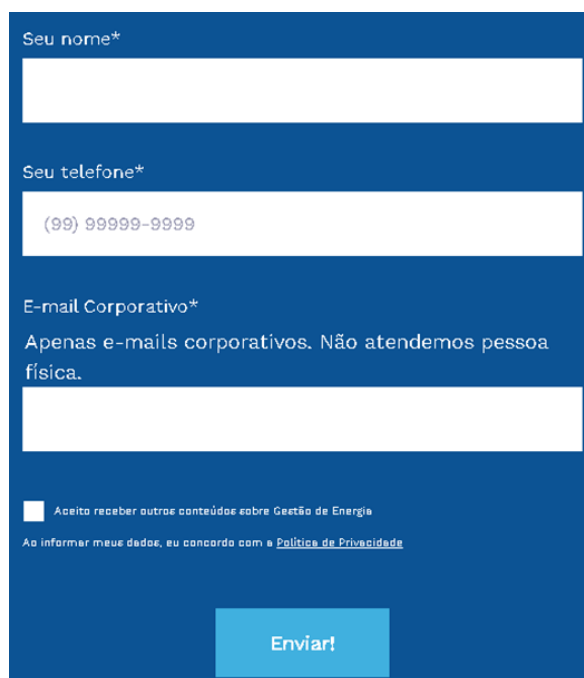
13. TÁTICAS DOS 4 P's

1. Produto

A Ecoenergiza é uma empresa movida por pessoas que acreditam em um mundo mais justo e sustentável. É guiada pela vontade de ser referência no setor de gestão de energia.

A empresa tem como foco o sucesso de seus clientes e por isso, por meio da utilização de inteligência de dados, compromete-se a impulsionar a eficiência operacional, promover melhorias na gestão de gastos e certificar a conformidade regulatória, oferecendo admiráveis experiências nas interatividades com o seu time.

No site estará disponível um pequeno formulário, no qual depois de preenchido, um dos especialistas entrará em contato para que possam entender como a realidade da empresa em questão, se encaixa nos serviços da Ecoenergiza.



Seu nome*

Seu telefone*

E-mail Corporativo*

Apenas e-mails corporativos. Não atendemos pessoa física.

Aceito receber outros conteúdos sobre Gestão de Energia

Ao informar meus dados, eu concordo com a [Política de Privacidade](#)

Fonte: Imagem ilustrativa do site cubi

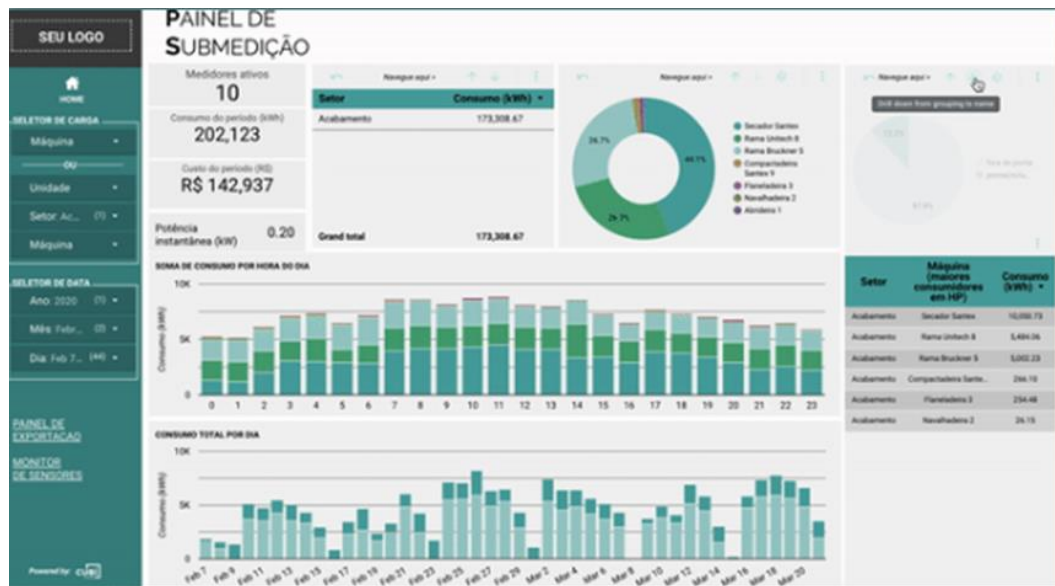
Além de cuidar de toda a coleta, integração e análise de dados, a plataforma contará com painéis personalizados para cada necessidade do ambiente, podendo ser controlado tanto por meio de um computador, quanto em forma de aplicativo no celular, permitindo assim, que o cliente se concentre na gestão e no desempenho do seu negócio.

O software foi projetado para atender os mais diversos estabelecimentos.



Fonte: Imagem ilustrativa do site economizenergia

Cada painel poderá ser personalizado de acordo com a necessidade do cliente.



Fonte: Imagem ilustrativa do site cubi

A Ecoenergiza também disponibiliza um atendimento personalizado, onde os profissionais estarão prontos para suprir as necessidades/ dúvidas que o cliente estiver, para cada tipo de negócio, de forma rápida e eficaz.



Fonte: Foto ilustrativa Way2

2. Preço

A Ecoenergiza procura entregar para o seu cliente, qualidade, praticidade e economia, por um preço acessível para cada tipo de negócio. Tudo é muito bem pensado e estudado para que o cliente tenha o melhor custo-benefício. Os preços foram elaborados a partir da análise do plano financeiro, baseado, principalmente, no fluxo de caixa da empresa.

O preço dos serviços é calculado com base na quantidade de medidores utilizados para alimentar a base de dados do Software. Os medidores serão cobrados na aquisição do serviço. Após a aquisição, os meses seguintes serão cobrados mensalidades para o uso do Software. O valor da mensalidade é calculado com base nos custos e despesas e no lucro desejado sobre a mesma.

O orçamento está de acordo com o valor de mercado oferecido neste segmento.

Sendo assim, o valor será definido após um atendimento personalizado, onde a Ecoenergiza estudará cada necessidade do ambiente, deixando a critério do cliente optar por quais módulos/análises gostaria de enxergar num todo do seu negócio.

3. Praça

Os nossos serviços serão prestados de forma on-line e presencial, terceirizando assistência técnica fundamental para a instalação e manutenção dos medidores.

O site *Ecoenergiza*, será arquitetado por profissionais habilitados em planejamento e desenvolvimento, visando clareza para obter informações, com um ambiente visual inovador e um layout moderno. Dispõe de uma tecnologia de ponta, proporcionando todo o suporte primordial, para que possamos lhe auxiliar em quaisquer procedimentos realizados, preservando a melhor qualidade.

Contudo, a empresa dispõe do polo físico no endereço Rua Ator Paulo Gustavo, nº 26, sala 337 – Icaraí – Niterói – RJ, designado a reuniões internas dos sócios e com empresas parceiras, recebimento de documentos em geral e estoque de produtos.

4. Promoção

Com a dinamicidade do mercado e a impressionante velocidade que as novidades surgem, apresentar um excelente software não é o suficiente. A empresa decidiu que para se tornar uma referência no mercado de SaaS é preciso, também, aparecer. A Ecoenergiza utiliza-se do marketing para ampliar a satisfação de seus clientes, além de melhorar os processos internos e suas vendas.

Sendo assim, as táticas utilizadas para promover a Ecoenergiza, são:

1) Meios digitais

Utilizando as Estratégias de:

- **Marketing Digital:** voltadas para a promoção da marca no ambiente online, sempre com o objetivo de promover a empresa, fazendo uso de diferentes canais digitais e métodos que permitem a análise dos resultados em tempo real.

- **Marketing de Conteúdo:** todo o conteúdo feito para educar, informar ou entreter o cliente, falando sobre questões relacionadas ao mercado de energia elétrica e sobre as possíveis dores e dúvidas das personas.

- **Inbound Marketing:** visa atrair voluntariamente os consumidores para o site da empresa.

Essas táticas são utilizadas em conjunto para obter o resultado esperado, sendo realizadas através de:

- Blog

Com postagens de conteúdos de interesse dos potenciais clientes.

- Mecanismos de buscas como Google e YouTube.

- Conteúdos interativos

Possibilitando a interação do usuário, promovendo maior engajamento e aumento na base de dados para analisar os clientes e que podem ser utilizados para a produção de futuros conteúdos. A interatividade se dá por meio de:

- Quizzes

- Vídeos

- Calculadoras

- Redes sociais

Utilizando o Facebook e Instagram com estratégias e ferramentas adequadas, a marca ficará mais conhecida no mercado e conseqüentemente, irá atrair mais clientes em potencial.

2) Eventos

A empresa participará de feiras de negócios, buscando analisar melhor o mercado e novos relacionamentos, e também de palestras e seminários tanto para parceiros e stakeholders, quanto em universidades.

3) Apresentação nas empresas

Como mais uma forma de promoção, a Ecoenergiza apresentará as melhorias na gestão de energia elétrica nas próprias empresas avaliadas como potenciais clientes. Fazendo demonstrações rápidas que confirmam a eficiência do sistema e encanta o cliente, tendo grande oportunidade de já sair com a venda concluída.

4) Clientes como forma de promoção

Com a finalidade de abranger cada vez mais empresas, a Ecoenergiza entrará com uma porcentagem de desconto por indicação de empresas que já possuem o serviço. O desconto só irá acontecer no mês subsequente da assinatura do contrato da empresa indicada.

14. PARCERIAS

A Ecoenergiza traz como sua principal parceira, a IE TECNOLOGIA, empresa especializada em soluções tecnológicas para seus clientes, com foco em medidores capazes de fornecer dados a qualquer tipo de programação, incluindo softwares. Além de prestar assistência e instalação dos seus equipamentos.

Pensando numa via de mão dupla, a Ecoenergiza, buscou terceirizar o fornecimento dos equipamentos, a fim de focar todos os esforços no desenvolvimento do software. Nesse contexto, a parceria trará benefícios para ambas as empresas e até mesmo ao cliente, que terá seu orçamento completo, sendo realizado de uma vez só, sem precisar se preocupar com a compra e a instalação dos seus equipamentos.

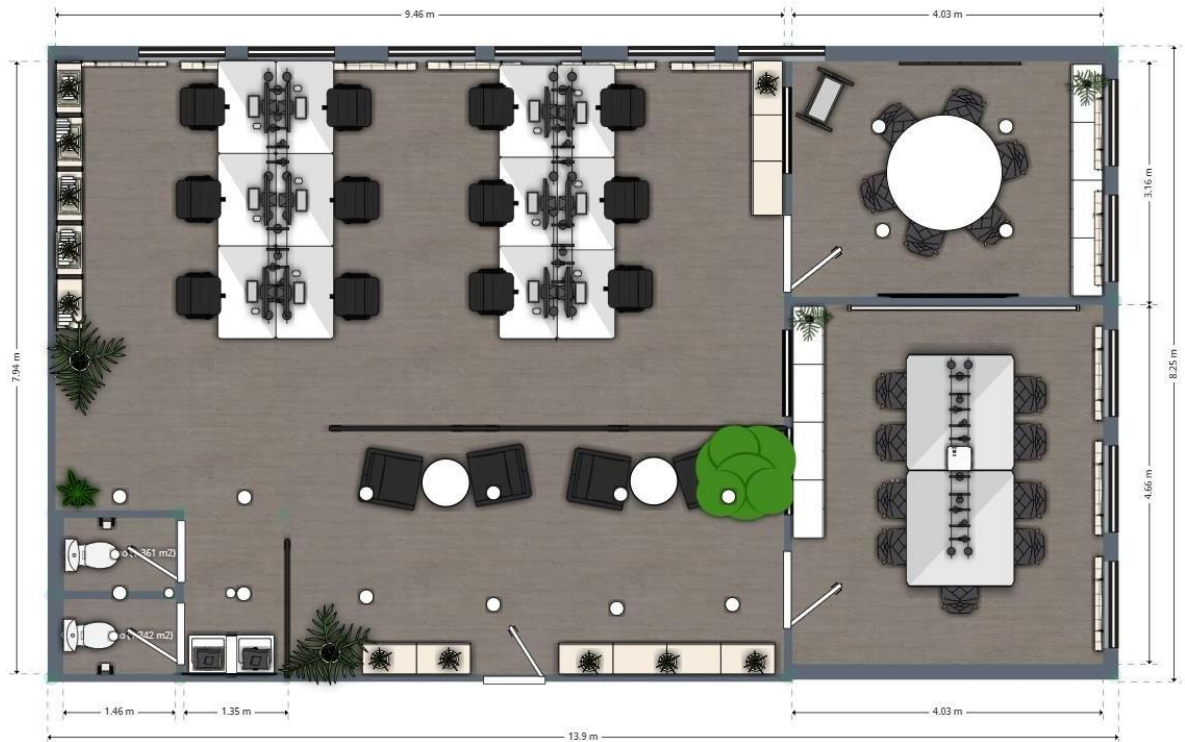
A Ecoenergiza também entrará com um contrato de exclusividade com a IE TECNOLOGIA, não havendo quaisquer outro fornecedor e assistência aos medidores.

Além de sua principal parceria, a empresa buscará ao longo do caminho, obter mais parcerias a fim customizar o serviço e cada vez mais oferecer um serviço/produto mais completo e dinâmico, onde o cliente encontrará todas as soluções em um só contrato.

15. DOCUMENTAÇÃO PARA ABERTURA DA EMPRESA

DOCUMENTOS	VALORES	OBSERVAÇÃO
Contrato Social da empresa	R\$ 200,00	O prazo para a obtenção irá depender dos demais documentos.
Registro na junta comercial do estado do Rio de Janeiro	R\$ 458,00	Pelo prazo de 7 dias úteis.
Taxa do Alvará de funcionamento junto a prefeitura municipal	R\$ 1.026,23	Prazo de 30 dias corridos.
CNPJ	R\$ 440,00	De 5 a 10 dias úteis para a obtenção do CNPJ.
Corpo de bombeiros	R\$ 122,76	7 dias para análise da documentação. Se houver pendências, a partir da regularização, contam-se mais 7 dias. Quanto ao AVCB, o prazo para análise do processo técnico é de até 30 dias.

16. LAYOUT DA EMPRESA



Fonte: Membros da Ecoenergiza.

O escritório da Ecoenergiza tem capacidade de acomodar todos os seus colaboradores, pois conta com um salão principal, bem equipado e estruturado, o banheiro, uma sala de reunião, uma cozinha e um espaço para atender os clientes.

17. CAPACIDADE INSTALADA DA OPERAÇÃO

A Ecoenergiza prioriza conhecer sua capacidade produtiva, pois ela irá impactar na capacidade de atender demandas futuras, além de afetar a competitividade e impactar no orçamento. Adicionalmente, ao ter o conhecimento da eficiência produtiva, será possível identificar se estamos operando com a capacidade de produção máxima.

Inicialmente, a Ecoenergiza possui um Gerente Comercial/Vendas (para atuar na captação dos clientes), um Técnico em TI e Assistente técnico (para dar início aos atendimentos personalizados e suas respectivas configurações juntamente aos sócios), a partir dos próximos anos, a Ecoenergiza passou a contratar um funcionário a cada ano para que pudesse dar apoio aos demais. Com base na quantidade de funcionários mencionados, a empresa possui potencial para atender 35 empresas ao longo de cinco anos.

18. INDICADORES DE DESEMPENHO

- Custo de Aquisição de Clientes (CAC)

Valor gasto para conseguir um novo cliente.

Fatores críticos de sucesso: Reduzir o custo e aumentar a conquista de novos clientes.

Indicadores de resultado:

Resultado

Investido

6.480,72

Novos Clientes 5

$6.480,72 / 5 = 1.296,14$

Objetivo

CAC = 800,00 aproximadamente

$6.480,72/8 = 810,09$

Plano de ação para alcance do objetivo: Acompanhar as métricas e otimizar as conversões. Será feita uma análise dos elementos do site da empresa que podem prejudicar as conversões,

como formulários extensos, erro de processamento das informações e outros. Juntamente com isso será feito o acompanhamento, com frequência, dos resultados das ações de marketing para que se alcance as metas previstas dentro do prazo.

- Faturamento

Mensurar a saúde financeira do Negócio.

Fatores críticos de sucesso: Precificação correta.

Indicadores de resultado:

Resultado

Faturamento bruto = preço de venda x quantidade
vendida $6.518,30 \times 5 = 32.591,50$

Objetivo

Faturamento Bruto = 50.000 aproximadamente

$6.518,30 \times 8 = 52.146,40$

Plano de ação para alcance do objetivo: Aumentar a receita usando como estratégia negociar valores com a empresa fornecedora dos medidores com o objetivo de reduzir o preço final do serviço, tornando-se mais atraente em relação à concorrência.

- Tempo Médio de Atendimento

Fatores críticos de sucesso: Tempo médio investido para resolver uma solicitação.

Indicadores de resultado:

TMA = tempo de conversa + Tempo total em espera + tempo after call work / total de chamados atendidos.

Objetivo

Não existe um número mágico a ser perseguido para o “TMA ideal”, um TMA muito baixo pode não significar 100% de eficácia, enquanto um TMA alto pode não indicar erros no processo

Um tempo médio de atendimento deve ser o mais eficaz e ágil possível, porém, nunca pode ser deixado de lado a qualidade. No final do atendimento, o cliente precisa estar satisfeito nas duas pontas, no tempo e na eficácia da solução.

Plano de ação para alcance do objetivo: Capacitar a equipe de atendimento, treinando nossos atendentes para que estejam aptos e atender os chamados da empresa e as demandas dos clientes, de maneira otimizada.

Isto é, que a situação seja resolvida, no menor tempo possível, mas de forma que não afete a qualidade do atendimento.

- Eficácia

Fatores críticos de sucesso: Identificar a satisfação do cliente e se ele recomendaria os serviços da empresa.

Indicadores de resultado: Questionário - Escala de 0 a 10 o quanto, qual a possibilidade de você indicar nossa empresa para um amigo?

Objetivo

Nota de 8 a 10

Por se tratar de uma projeção, não é possível obter um número preciso em relação a este questionamento.

Plano de ação para alcance do objetivo: Solicitar feedbacks para os clientes que já firmaram negócio ou até mesmo para os que declinaram suas propostas. A partir dessas respostas teremos maior clareza para aumentar a satisfação do cliente a partir de suas próprias experiências.

- ROI

Fatores críticos de sucesso: Mensurar retorno financeiro obtido através do Investimento Inicial

Indicadores de resultado: $ROI = (\text{ganho obtido} - \text{investimento inicial}) / \text{investimento inicial}$

Resultado

$$\begin{aligned} & [(225.980,59 - 131.752,43) / 131.752,43] \times 100 = \\ & (94.228,16 / 131.752,43) \times 100 \\ & = 0,715 \times 100 = 71,51\% \end{aligned}$$

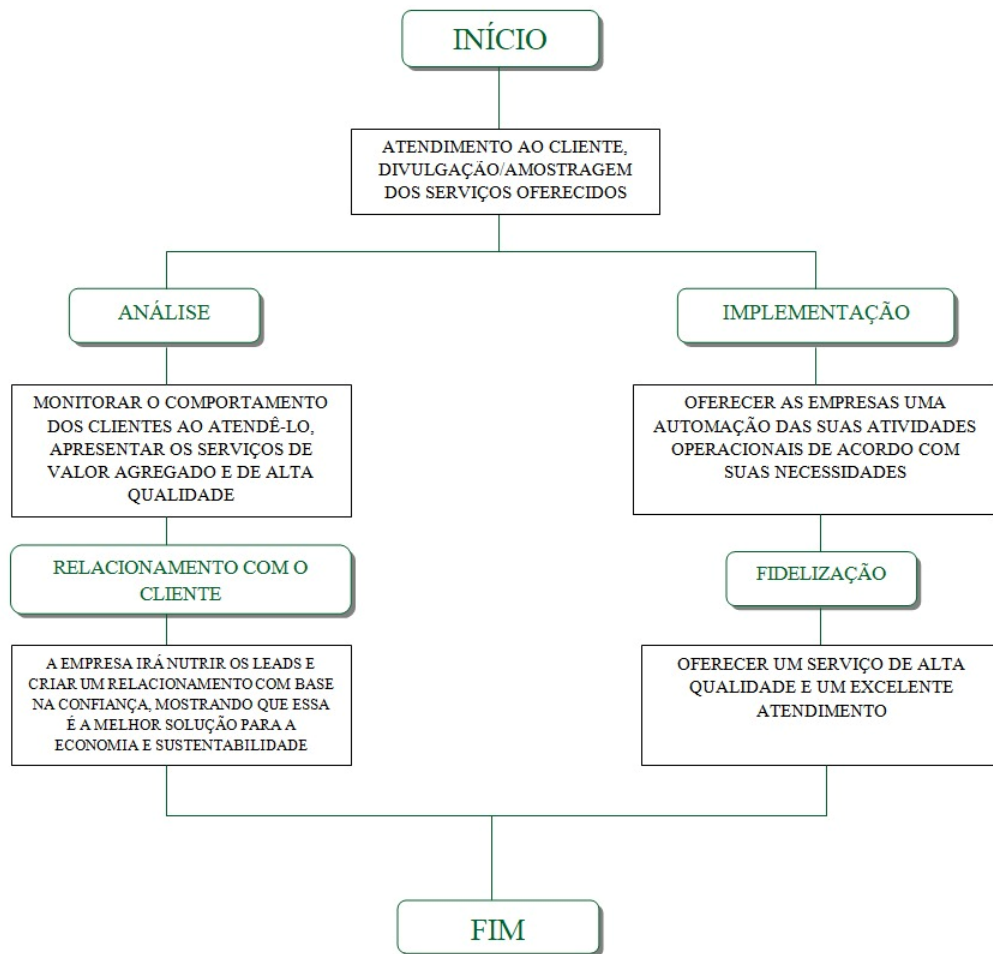
Objetivo

ROI = 150 % aproximadamente

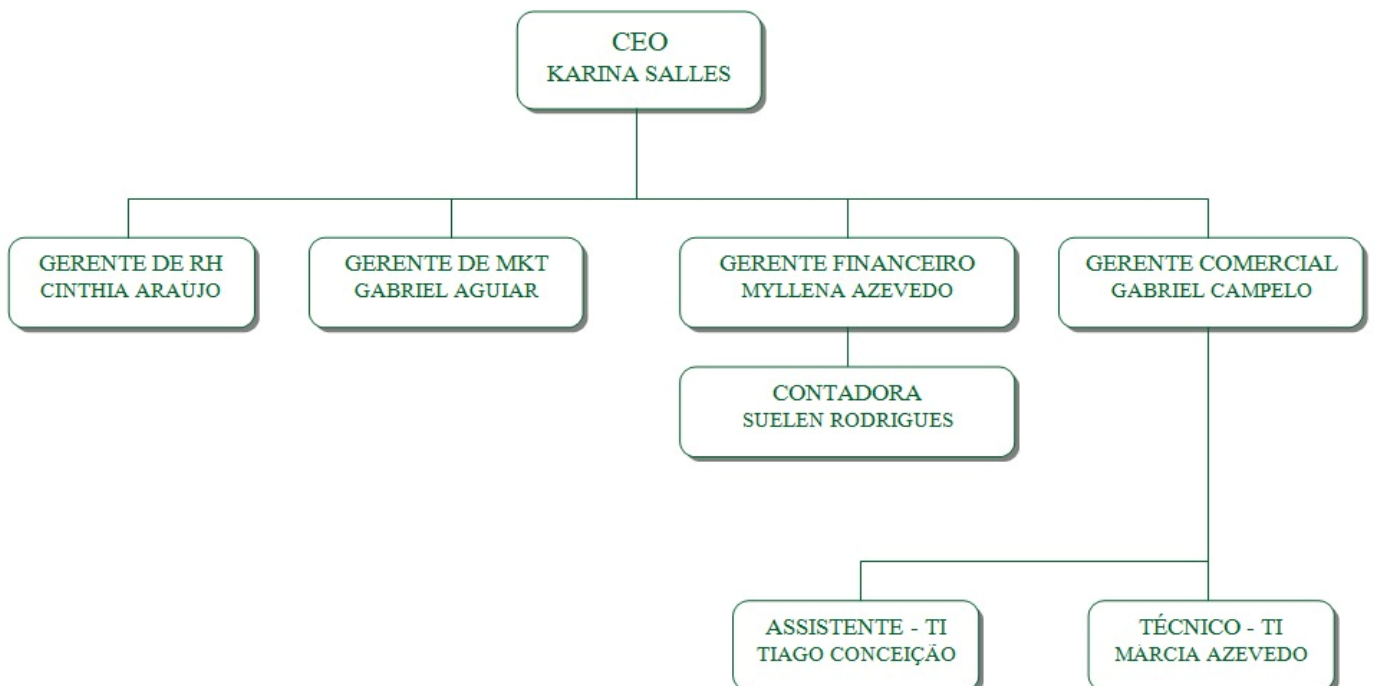
$$\begin{aligned} & [(325.000 - 131.752,43) / 131.752,43] \times 100 \\ & = (193.247,57 / 131.752,43) \times 100 = \\ & 1,466 \times 100 = 146,67\% \end{aligned}$$

Plano de ação para alcance do objetivo: Aumentar a receita, sem que o aumento dos custos sejam proporcionais, causando assim um retorno maior do investimento aplicado. Esse aumento poderá ser estruturado através de agregação de novos serviços e produtos.

19. FLUXOGRAMA



20. ORGANOGRAMA



21. EQUIPE GERENCIAL

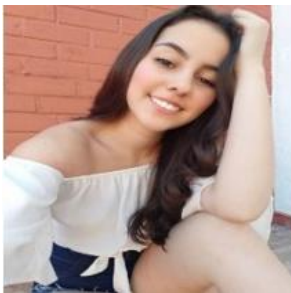
GESTORES:

Gabriel Aguiar (Marketing)



Formado em Ciências Contábeis e com especialização em Marketing. Social Media, responsável por planejar, organizar e analisar o perfil da Ecoenergiza, lidando com atualização e geração de conteúdo, atraindo seguidores, empresas, marcas e personalidades.

Cinthia Araújo (Gestão de Recursos Humanos)



Formada em Ciências Contábeis pela UCAM, atuando na área e com especialidade em Recursos Humanos, responsável por administrar os colaboradores e a gestão da empresa com as funções estratégicas dentro do RH, planejando os processos de seleção eficientes e garantindo que a empresa contrate os mais alinhados aos seus propósitos.

Suelen Rodrigues (Contadora)



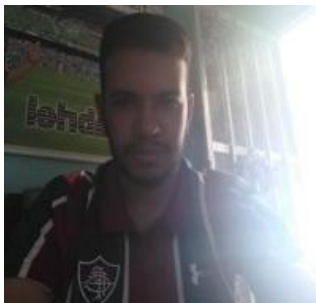
Contadora, formada em Ciências Contábeis pela UCAM, responsável por cuidar da organização financeira da empresa, entre suas responsabilidades: o controle das entradas e saídas, questões tributárias e patrimoniais, encargos trabalhistas, balanços e demais dados financeiros.

Myllena Azevedo (Gerente Financeiro)



Formada em Ciências Contábeis pela UCAM, atuando na área financeira, responsável por gerenciar as informações do fluxo de caixa e contas a pagar e a receber, além de ficar encarregada do planejamento e dos relatórios que chegam à diretoria. Também tem o papel de propor ações eficazes para as finanças da organização.

Gabriel Campelo (Administrador)



Formado em Administração de empresas pela UCAM, atuando como gerente na área comercial, realizando tarefas como formação de preços, pesquisas de mercado, relacionamento com clientes e fornecedores, definição de pontos de vendas e implicando no desenvolvimento de estratégias.

Karina Salles (CEO)



Formada em Ciências Contábeis pela UCAM, atua como CEO, responsável por direcionar os próximos passos da empresa por meio de planejamento estratégico, supervisiona as finanças da organização, implementa ou modifica processos dentro da empresa ou setores, representa e se relaciona com públicos externos.

22. FLUXO DE CAIXA ANUAL

- Cenário Provável:

		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Entradas						
Vendas Serviços	R\$	225.980,59	R\$ 483.976,70	R\$ 795.620,00	R\$ 1.184.474,93	R\$ 1.668.019,63
Capital de Giro	R\$	62.874,20	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Total Entradas	R\$	288.854,79	R\$ 483.976,70	R\$ 795.620,00	R\$ 1.184.474,93	R\$ 1.668.019,63
Saídas						
Água	R\$	2.160,00	R\$ 2.230,20	R\$ 2.302,68	R\$ 2.377,52	R\$ 2.454,79
Aluguel	R\$	14.400,00	R\$ 14.868,00	R\$ 15.351,21	R\$ 15.850,12	R\$ 16.365,25
Atividades Promocionais	R\$	3.350,46	R\$ 5.765,58	R\$ 5.952,96	R\$ 6.146,44	R\$ 6.346,20
Dividendos	R\$	9.419,39	R\$ 115.975,61	R\$ 259.529,30	R\$ 444.227,20	R\$ 677.170,83
Empréstimo	R\$	20.235,08	R\$ 20.235,08	R\$ 20.235,08	R\$ 20.235,08	R\$ 20.235,08
Energia Elétrica	R\$	2.400,00	R\$ 2.478,00	R\$ 2.558,54	R\$ 2.641,69	R\$ 2.727,54
Gestão de Marketing	R\$	6.480,72	R\$ 6.691,34	R\$ 6.908,81	R\$ 7.133,35	R\$ 7.365,18
Impostos Serviços	R\$	15.064,87	R\$ 40.862,43	R\$ 84.945,52	R\$ 145.866,51	R\$ 224.501,60
Internet	R\$	1.560,00	R\$ 1.610,70	R\$ 1.663,05	R\$ 1.717,10	R\$ 1.772,90
Manutenção do Software	R\$	400,00	R\$ 413,00	R\$ 426,42	R\$ 440,28	R\$ 454,59
Parceria - IE Tecnologia	R\$	6.449,85	R\$ 9.029,79	R\$ 10.319,76	R\$ 9.029,79	R\$ 10.319,76
Pró-labore	R\$	66.000,00	R\$ 68.145,00	R\$ 70.359,71	R\$ 72.646,40	R\$ 75.007,41
Salários	R\$	69.307,76	R\$ 89.575,76	R\$ 109.843,76	R\$ 130.063,76	R\$ 150.283,76
Seguro Empresarial	R\$	1.020,00	R\$ 1.053,15	R\$ 1.087,38	R\$ 1.122,72	R\$ 1.159,21
Material Uso e Consumo	R\$	1.661,46	R\$ 950,82	R\$ 981,72	R\$ 1.013,62	R\$ 1.046,57
Total Saídas	R\$	199.674,51	R\$ 359.649,38	R\$ 572.230,83	R\$ 840.276,50	R\$ 1.176.975,59
Saldo Inicial			R\$ 89.180,28	R\$ 213.507,59	R\$ 436.896,77	R\$ 781.095,19
Saldo Final	R\$	89.180,28	R\$ 213.507,59	R\$ 436.896,77	R\$ 781.095,19	R\$ 1.272.139,23

- Cenário Otimista:

		ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Entradas						
Vendas Serviços	R\$	271.176,71	R\$ 580.772,04	R\$ 954.744,00	R\$ 1.421.369,91	R\$ 2.001.623,55
Capital de Giro	R\$	62.874,20	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Total Entradas	R\$	334.050,91	R\$ 580.772,04	R\$ 954.744,00	R\$ 1.421.369,91	R\$ 2.001.623,55
Saídas						
Água	R\$	2.160,00	R\$ 2.230,20	R\$ 2.302,68	R\$ 2.377,52	R\$ 2.454,79
Aluguel	R\$	14.400,00	R\$ 14.868,00	R\$ 15.351,21	R\$ 15.850,12	R\$ 16.365,25
Atividades Promocionais	R\$	3.350,46	R\$ 5.765,58	R\$ 5.952,96	R\$ 6.146,44	R\$ 6.346,20
Dividendos	R\$	38.274,30	R\$ 174.282,81	R\$ 352.527,82	R\$ 587.894,67	R\$ 881.215,13
Empréstimo						
Energia Elétrica	R\$	2.400,00	R\$ 2.478,00	R\$ 2.558,54	R\$ 2.641,69	R\$ 2.727,54
Gestão de Marketing	R\$	6.480,72	R\$ 6.691,34	R\$ 6.908,81	R\$ 7.133,35	R\$ 7.365,18
Impostos Serviços	R\$	15.064,87	R\$ 40.862,43	R\$ 84.945,52	R\$ 145.866,51	R\$ 224.501,60
Internet	R\$	1.560,00	R\$ 1.610,70	R\$ 1.524,46	R\$ 72.646,40	R\$ 1.772,90
Manutenção do Software	R\$	400,00	R\$ 413,00	R\$ 426,42	R\$ 440,28	R\$ 454,59
Parceria - IE Tecnologia	R\$	6.449,85	R\$ 9.029,79	R\$ 10.319,76	R\$ 9.029,79	R\$ 10.319,76
Pró-labore	R\$	66.000,00	R\$ 68.145,00	R\$ 70.359,71	R\$ 72.646,40	R\$ 75.007,41
Salários	R\$	69.307,76	R\$ 89.575,76	R\$ 109.843,76	R\$ 130.063,76	R\$ 150.283,76
Seguro Empresarial	R\$	1.020,00	R\$ 1.053,15	R\$ 1.087,38	R\$ 1.122,72	R\$ 1.159,21
Material Uso e Consumo	R\$	1.661,46	R\$ 950,82	R\$ 981,72	R\$ 1.013,62	R\$ 1.046,57
Total Saídas	R\$	228.529,43	R\$ 417.956,59	R\$ 665.229,35	R\$ 1.054.873,27	R\$ 1.381.019,89
Saldo Inicial			R\$ 105.521,48	R\$ 268.336,93	R\$ 557.851,58	R\$ 924.348,22
Saldo Final	R\$	105.521,48	R\$ 268.336,93	R\$ 557.851,58	R\$ 924.348,22	R\$ 1.544.951,88

- Cenário Pessimista:

	ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4		ANO 5	
Entradas										
Vendas Serviços	R\$	180.784,47	R\$	387.181,36	R\$	636.496,00	R\$	947.579,94	R\$	1.334.415,70
Capital de Giro	R\$	62.874,20	R\$	-	R\$	-	R\$	-	R\$	-
Total Entradas	R\$	243.658,67	R\$	387.181,36	R\$	636.496,00	R\$	947.579,94	R\$	1.334.415,70
Saídas										
Água	R\$	2.160,00	R\$	2.230,20	R\$	2.302,68	R\$	2.377,52	R\$	2.454,79
Aluguel	R\$	14.400,00	R\$	14.868,00	R\$	15.351,21	R\$	15.850,12	R\$	16.365,25
Atividades Promocionais	R\$	3.350,46	R\$	5.765,58	R\$	5.952,96	R\$	6.146,44	R\$	6.346,20
Dividendos	R\$	-	R\$	62.367,43	R\$	170.870,92	R\$	302.206,85	R\$	473.700,21
Empréstimo	R\$	20.235,08	R\$	20.235,08	R\$	20.235,08	R\$	20.235,08	R\$	20.235,08
Energia Elétrica	R\$	2.400,00	R\$	2.478,00	R\$	2.558,54	R\$	2.641,69	R\$	2.727,54
Gestão de Marketing	R\$	6.480,72	R\$	6.691,34	R\$	6.908,81	R\$	7.133,35	R\$	7.365,18
Impostos Serviços	R\$	15.064,87	R\$	40.862,43	R\$	84.945,52	R\$	145.866,51	R\$	224.501,60
Internet	R\$	1.560,00	R\$	1.610,70	R\$	1.524,46	R\$	72.646,40	R\$	1.772,90
Manutenção do Software	R\$	400,00	R\$	413,00	R\$	426,42	R\$	440,28	R\$	454,59
Parceria - IE Tecnologia	R\$	6.449,85	R\$	9.029,79	R\$	10.319,76	R\$	9.029,79	R\$	10.319,76
Pró-labore	R\$	66.000,00	R\$	68.145,00	R\$	70.359,71	R\$	72.646,40	R\$	75.007,41
Salários	R\$	69.307,76	R\$	89.575,76	R\$	109.843,76	R\$	130.063,76	R\$	150.283,76
Seguro Empresarial	R\$	1.020,00	R\$	1.053,15	R\$	1.087,38	R\$	1.122,72	R\$	1.159,21
Material Uso e Consumo	R\$	1.661,46	R\$	950,82	R\$	981,72	R\$	1.013,62	R\$	1.046,57
Total Saídas	R\$	190.255,12	R\$	306.041,20	R\$	483.572,44	R\$	769.185,46	R\$	973.504,97
Saldo Inicial			R\$	53.403,55	R\$	134.543,71	R\$	287.467,26	R\$	465.861,75
Saldo Final	R\$	53.403,55	R\$	134.543,71	R\$	287.467,26	R\$	465.861,75	R\$	826.772,48

23. BALANÇO PATRIMONIAL

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ATIVO CIRCULANTE	R\$ 160.714,06	R\$ 379.097,18	R\$ 737.232,80	R\$ 1.263.724,56	R\$ 1.995.586,59
Disponibilidades	R\$ 115.069,14	R\$ 353.687,34	R\$ 732.058,04	R\$ 1.263.724,56	R\$ 1.995.586,59
Caixa	R\$ 23.013,83	R\$ 70.737,47	R\$ 146.411,61	R\$ 252.744,91	R\$ 399.117,32
Banco Conta Movimento	R\$ 91.672,57	R\$ 166.884,78	R\$ 297.997,98	R\$ 505.489,82	R\$ 798.234,63
Aplicação com Liquidez Imediata	R\$ 46.027,65	R\$ 141.474,94	R\$ 292.823,22	R\$ 505.489,82	R\$ 798.234,63
ATIVO NÃO CIRCULANTE	R\$ 63.004,30	R\$ 57.130,37	R\$ 51.256,44	R\$ 45.382,51	R\$ 39.508,58
Conta de Compensação	R\$ 6.100,00	R\$ 6.100,00	R\$ 6.100,00	R\$ 6.100,00	R\$ 6.100,00
Imobilizado	R\$ 32.465,38	R\$ 26.591,45	R\$ 20.717,52	R\$ 14.843,59	R\$ 8.969,66
Máquinas e Equipamentos	R\$ 30.748,09	R\$ 30.748,09	R\$ 30.748,09	R\$ 30.748,09	R\$ 30.748,09
Móveis e Utensílios	R\$ 7.591,22	R\$ 7.591,22	R\$ 7.591,22	R\$ 7.591,22	R\$ 7.591,22
(-) Depreciação Acumulada	R\$ (5.873,93)	R\$ (11.747,86)	R\$ (17.621,79)	R\$ (23.495,72)	R\$ (29.369,66)
Intangível	R\$ 24.438,92	R\$ 24.438,92	R\$ 24.438,92	R\$ 24.438,92	R\$ 24.438,92
Software	R\$ 20.350,00	R\$ 20.350,00	R\$ 20.350,00	R\$ 20.350,00	R\$ 20.350,00
Website	R\$ 4.088,92	R\$ 4.088,92	R\$ 4.088,92	R\$ 4.088,92	R\$ 4.088,92
TOTAL DO ATIVO	R\$ 223.718,36	R\$ 436.227,55	R\$ 788.489,24	R\$ 1.309.107,06	R\$ 2.035.095,16
PASSIVO CIRCULANTE	R\$ 37.271,00	R\$ 149.791,30	R\$ 302.648,13	R\$ 487.566,57	R\$ 725.324,99
Salários a Pagar	R\$ 5.775,65	R\$ 7.464,65	R\$ 9.153,65	R\$ 10.838,65	R\$ 12.523,65
Impostos a Pagar	R\$ 1.516,61	R\$ 4.957,79	R\$ 10.443,81	R\$ 15.003,56	R\$ 20.784,72
Contas a Pagar	R\$ 2.020,33	R\$ 2.085,99	R\$ 2.153,79	R\$ 2.223,78	R\$ 2.296,06
Empréstimo					
(-) Juros a Transcorrer	R\$ 11.382,14	R\$ 9.611,56	R\$ 7.486,85	R\$ 4.937,21	R\$ 1.877,63
Fornecedores - Parceria	R\$ -		R\$ 3.869,91	R\$ -	
Pro Labore a pagar	R\$ 5.500,00	R\$ 5.678,75	R\$ 5.863,31	R\$ 6.053,87	R\$ 6.250,62
Outras Obrigações	R\$ 1.656,88	R\$ 4.016,96	R\$ 4.147,51	R\$ 4.282,31	R\$ 4.421,48
Dividendos a Pagar	R\$ 9.419,39	R\$ 115.975,61	R\$ 259.529,30	R\$ 444.227,20	R\$ 677.170,83
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	R\$ 45.644,92	R\$ 36.791,99	R\$ 18.681,61	R\$ 16.056,50	R\$ 19.116,07
Empréstimo Longo Prazo	R\$ 69.558,17	R\$ 39.711,54	R\$ 11.989,60	R\$ 25.172,29	R\$ 22.112,71
(-) Juros a Transcorrer	R\$ (23.913,25)	R\$ (2.919,55)	R\$ 6.692,01	R\$ (9.115,79)	R\$ (2.996,64)
TOTAL DO PASSIVO	R\$ 82.915,92	R\$ 186.583,29	R\$ 321.329,74	R\$ 503.623,07	R\$ 744.441,06
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 140.802,43	R\$ 249.644,26	R\$ 467.159,50	R\$ 805.484,00	R\$ 1.290.654,10
Capital Social	R\$ 131.752,43	R\$ 132.675,90	R\$ 144.046,06	R\$ 169.490,11	R\$ 203.388,13
Reserva Legal	R\$ 923,47	R\$ 11.370,16	R\$ 25.444,05	R\$ 33.898,02	R\$ 40.677,63
Reserva de Contingência	R\$ 2.585,72	R\$ 31.836,44	R\$ 71.243,34	R\$ 119.531,30	R\$ 179.462,11
Reserva para expansão	R\$ 5.540,82	R\$ 73.761,76	R\$ 226.426,06	R\$ 482.564,57	R\$ 867.126,24
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 140.802,43	R\$ 249.644,26	R\$ 467.159,50	R\$ 805.484,00	R\$ 1.290.654,10
	R\$ 0,00	R\$ (0,00)	R\$ (0,00)	R\$ (0,00)	R\$ (0,00)
Capital Circulante Líquido (CCL)	R\$ 123.443,05	R\$ 229.305,88	R\$ 434.584,67	R\$ 776.157,99	R\$ 1.270.261,60
20% do Cap. Social	R\$ 26.350,49	R\$ 26.535,18	R\$ 28.809,21	R\$ 33.898,02	R\$ 40.677,63
5% do Lucro Líquido	R\$ 923,47	R\$ 11.370,16	R\$ 25.444,05	R\$ 42.889,75	R\$ 64.093,61
Reserva a ser constituída	R\$ 923,47	R\$ 11.370,16	R\$ 25.444,05	R\$ 33.898,02	R\$ 40.677,63
Porcentagem	5,00%	5,00%	5,00%	3,97%	3,17%

NOTAS EXPLICATIVAS

O saldo de Disponibilidades está dividido entre as contas Caixa, Banco e Aplicações, sendo atribuídos as porcentagens de 20%, 40% e 40%, respectivamente para cada uma. A Conta de Compensação é referente ao valor de caução.

A conta de Fornecedores (parceria) está zerada no Balanço por não ter saldos a pagar em Dezembro.

A Depreciação Acumulada, referente às contas do Imobilizado, está devidamente calculada na planilha "Depreciação".

O saldo de Contas a Pagar é composto pelas contas de Água, Aluguel, Energia Elétrica, Internet, Seguro e Materiais de Uso e Consumo, expostas no Fluxo de Caixa.

A saldo da conta Outras Obrigações refere-se as contas de Atividades Promocionais, Gestão de Marketing e Atualização do Software.

O saldo de Capital Social a partir do Ano 2, é formado pelo Capital Social do ano anterior somado ao saldo da Reserva Legal, também do ano anterior.

As Reservas de Lucro foram devidamente calculadas no planilha de DRE.

A conta de Reserva de Lucro para Expansão é composta pelo soma da conta de Reserva de Lucro para Expansão do ano vigente com o saldo do ano anterior.

24. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

	ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4		ANO 5	
Receita Operacional Bruta	R\$	225.980,59	R\$	483.976,70	R\$	795.620,00	R\$	1.184.474,93	R\$	1.668.019,63
Serviços Prestados	R\$	225.980,59	R\$	483.976,70	R\$	795.620,00	R\$	1.184.474,93	R\$	1.668.019,63
(-) Deduções da Receita Bruta	R\$	15.064,87	R\$	40.862,43	R\$	84.945,52	R\$	145.866,51	R\$	224.501,60
Simples Nacional	R\$	15.064,87	R\$	40.862,43	R\$	84.945,52	R\$	145.866,51	R\$	224.501,60
(=) Receita Líquida	R\$	210.915,72	R\$	443.114,27	R\$	710.674,47	R\$	1.038.608,41	R\$	1.443.518,03
(-) Custos	R\$	6.849,85	R\$	9.442,79	R\$	10.746,18	R\$	9.470,07	R\$	10.774,35
Custo dos Serviços Prestados	R\$	6.849,85	R\$	9.442,79	R\$	10.746,18	R\$	9.470,07	R\$	10.774,35
(=) Lucro Bruto	R\$	204.065,87	R\$	433.671,48	R\$	699.928,29	R\$	1.029.138,34	R\$	1.432.743,68
(-) Despesas	R\$	185.596,48	R\$	208.854,04	R\$	222.883,75	R\$	246.586,65	R\$	270.402,74
Despesas Administrativas	R\$	158.509,22	R\$	180.911,63	R\$	204.148,04	R\$	227.432,93	R\$	250.817,43
Despesas Comerciais	R\$	9.831,18	R\$	12.456,93	R\$	12.861,78	R\$	13.279,78	R\$	13.711,38
Despesa Depreciação	R\$	5.873,93	R\$	5.873,93	R\$	5.873,93	R\$	5.873,93	R\$	5.873,93
Outras Despesas	R\$	11.382,14	R\$	9.611,56	R\$	7.486,85	R\$	4.937,21	R\$	1.877,63
(=) Lucro Líquido	R\$	18.469,39	R\$	224.817,43	R\$	477.044,54	R\$	782.551,69	R\$	1.162.340,94
(+) Reversão da Reserva de Contingência	-		R\$	2.585,72	R\$	31.836,44	R\$	71.243,34	R\$	119.531,30
(=) Lucro Ajustado	-		R\$	227.403,15	R\$	508.880,98	R\$	853.795,03	R\$	1.281.872,24
Dividendo	R\$	9.419,39	R\$	115.975,61	R\$	259.529,30	R\$	444.227,20	R\$	677.170,83
% Dividendo		51%		51%		51%		52%		53%
Reserva Legal	R\$	923,47	R\$	11.370,16	R\$	25.444,05	R\$	33.898,02	R\$	40.677,63
% Reserva Legal		5%		5%		5%		3,97%		3,17%
Reserva de Contingencia	R\$	2.585,72	R\$	31.836,44	R\$	71.243,34	R\$	119.531,30	R\$	179.462,11
% Reserva de Contingencia		14%		14%		14%		14%		14%
Reserva de Lucros para expansão	R\$	5.540,82	R\$	68.220,94	R\$	152.664,29	R\$	256.138,51	R\$	384.561,67
% Reserva de Lucros para expansão		30%		30%		30%		30%		30%

25. INVESTIMENTO INICIAL

ITENS	VALORES	% DO TOTAL
Locação, obras e reformas	R\$ 6.100,00	4,63%
Móveis e utensílios	R\$ 7.591,22	5,76%
Equipamentos eletrônicos	R\$ 30.748,09	23,34%
Atividades Promocionais	R\$ 4.088,92	3,10%
Sistema Operacional	R\$ 20.350,00	15,45%
Reserva de Capital de Giro	R\$ 62.874,20	47,72%
TOTAL	R\$ 131.752,43	100,00%

R\$ 65.876,21

O investimento inicial corresponde aos recursos financeiros necessários para que a empresa comece a operar efetivamente. Os itens da tabela acima estão descritos na planilha "Anexo 1 - Detalhamento do Invest.", contemplando os investimentos fixos e os investimentos pré-operacional.

A Reserva de Capital de Giro é o valor necessário para custear as despesas diárias, em caso de imprevistos financeiros. O valor dessa Reserva equivale ao valor de 3 meses dos custos e despesas da empresa.

O valor total de Investimento Inicial será constituído através de contribuição dos sócios ao Capital Social da empresa e empréstimo tomado ao banco, em sua constituição. O Empréstimo corresponde à 50% do Investimento Inicial, totalizando R\$65.880,00. Os outros 50% do Investimento Inicial são divididos igualmente entre os sócios, cada um contribuirá com, aproximadamente, 16,67% do valor total.

Investimento Inicial

Empréstimo = 50%	R\$ 65.880,00	
Divisão entre Sócios = 50%	R\$ 65.872,43	(Cerca de R\$ 10.978,74 16,67%)

26. FONTES DE FINANCIAMENTO

Financiamento	R\$ 65.880,00
Prazo (meses)	60
Taxa Anual (C.E.T.)*	20%
Taxa Mensal	1,53%
Prestação	R\$ 1.686,26

* O CET - Custo Efetivo Total - corresponde ao valor total da negociação (juros + taxas + tributos + encargos + seguros). Como este valor é negociável até certo ponto, para os fins deste levantamento, especulamos um custo total com base na média encontrada no mercado, conforme pesquisa realizada.

Parcela	Saldo Inicial	Juros	Saldo Atualizado	Amortização	Prestação	Saldo Devidor
1	R\$ 65.880,00	R\$ 1.008,59	R\$ 66.888,59	R\$ 677,67	R\$ 1.686,26	R\$ 65.202,33
2	R\$ 65.202,33	R\$ 998,21	R\$ 66.200,54	R\$ 688,04	R\$ 1.686,26	R\$ 64.514,29
3	R\$ 64.514,29	R\$ 987,68	R\$ 65.501,97	R\$ 698,58	R\$ 1.686,26	R\$ 63.815,71
4	R\$ 63.815,71	R\$ 976,98	R\$ 64.792,70	R\$ 709,27	R\$ 1.686,26	R\$ 63.106,44
5	R\$ 63.106,44	R\$ 966,13	R\$ 64.072,57	R\$ 720,13	R\$ 1.686,26	R\$ 62.386,31
6	R\$ 62.386,31	R\$ 955,10	R\$ 63.341,41	R\$ 731,16	R\$ 1.686,26	R\$ 61.655,15
7	R\$ 61.655,15	R\$ 943,91	R\$ 62.599,06	R\$ 742,35	R\$ 1.686,26	R\$ 60.912,80
8	R\$ 60.912,80	R\$ 932,54	R\$ 61.845,35	R\$ 753,71	R\$ 1.686,26	R\$ 60.159,09
9	R\$ 60.159,09	R\$ 921,00	R\$ 61.080,09	R\$ 765,25	R\$ 1.686,26	R\$ 59.393,84
10	R\$ 59.393,84	R\$ 909,29	R\$ 60.303,13	R\$ 776,97	R\$ 1.686,26	R\$ 58.616,87
11	R\$ 58.616,87	R\$ 897,39	R\$ 59.514,26	R\$ 788,88	R\$ 1.686,26	R\$ 57.828,01
12	R\$ 57.828,01	R\$ 885,32	R\$ 58.713,32	R\$ 800,94	R\$ 1.686,26	R\$ 57.027,07
13	R\$ 57.027,07	R\$ 873,05	R\$ 57.900,12	R\$ 813,20	R\$ 1.686,26	R\$ 56.213,86
14	R\$ 56.213,86	R\$ 860,60	R\$ 57.074,47	R\$ 825,65	R\$ 1.686,26	R\$ 55.388,21
15	R\$ 55.388,21	R\$ 847,96	R\$ 56.236,17	R\$ 838,29	R\$ 1.686,26	R\$ 54.549,92
16	R\$ 54.549,92	R\$ 835,13	R\$ 55.385,05	R\$ 851,13	R\$ 1.686,26	R\$ 53.698,79
17	R\$ 53.698,79	R\$ 822,10	R\$ 54.520,89	R\$ 864,16	R\$ 1.686,26	R\$ 52.834,64
18	R\$ 52.834,64	R\$ 808,87	R\$ 53.643,51	R\$ 877,39	R\$ 1.686,26	R\$ 51.957,25
19	R\$ 51.957,25	R\$ 795,44	R\$ 52.752,69	R\$ 890,82	R\$ 1.686,26	R\$ 51.066,43
20	R\$ 51.066,43	R\$ 781,80	R\$ 51.848,23	R\$ 904,48	R\$ 1.686,26	R\$ 50.161,97
21	R\$ 50.161,97	R\$ 767,95	R\$ 50.929,93	R\$ 918,30	R\$ 1.686,26	R\$ 49.243,67
22	R\$ 49.243,67	R\$ 753,89	R\$ 49.997,56	R\$ 932,38	R\$ 1.686,26	R\$ 48.311,31
23	R\$ 48.311,31	R\$ 739,62	R\$ 49.050,93	R\$ 946,64	R\$ 1.686,26	R\$ 47.364,67
24	R\$ 47.364,67	R\$ 725,13	R\$ 48.089,80	R\$ 961,13	R\$ 1.686,26	R\$ 46.403,54
25	R\$ 46.403,54	R\$ 710,41	R\$ 47.113,96	R\$ 975,84	R\$ 1.686,26	R\$ 45.427,70
26	R\$ 45.427,70	R\$ 695,47	R\$ 46.123,17	R\$ 990,78	R\$ 1.686,26	R\$ 44.436,92
27	R\$ 44.436,92	R\$ 680,31	R\$ 45.117,22	R\$ 1.005,95	R\$ 1.686,26	R\$ 43.430,97
28	R\$ 43.430,97	R\$ 664,91	R\$ 44.095,87	R\$ 1.021,35	R\$ 1.686,26	R\$ 42.409,62
29	R\$ 42.409,62	R\$ 649,27	R\$ 43.058,88	R\$ 1.036,99	R\$ 1.686,26	R\$ 41.372,63
30	R\$ 41.372,63	R\$ 633,39	R\$ 42.006,02	R\$ 1.052,86	R\$ 1.686,26	R\$ 40.319,76
31	R\$ 40.319,76	R\$ 617,27	R\$ 40.937,04	R\$ 1.068,98	R\$ 1.686,26	R\$ 39.250,78
32	R\$ 39.250,78	R\$ 600,91	R\$ 39.851,69	R\$ 1.085,35	R\$ 1.686,26	R\$ 38.165,43
33	R\$ 38.165,43	R\$ 584,29	R\$ 38.749,73	R\$ 1.101,96	R\$ 1.686,26	R\$ 37.063,47
34	R\$ 37.063,47	R\$ 567,42	R\$ 37.630,89	R\$ 1.118,83	R\$ 1.686,26	R\$ 35.944,63
35	R\$ 35.944,63	R\$ 550,29	R\$ 36.494,93	R\$ 1.135,96	R\$ 1.686,26	R\$ 34.808,67
36	R\$ 34.808,67	R\$ 532,90	R\$ 35.341,57	R\$ 1.153,35	R\$ 1.686,26	R\$ 33.655,32
37	R\$ 33.655,32	R\$ 515,25	R\$ 34.170,56	R\$ 1.171,01	R\$ 1.686,26	R\$ 32.484,31
38	R\$ 32.484,31	R\$ 497,32	R\$ 32.981,62	R\$ 1.188,94	R\$ 1.686,26	R\$ 31.295,37
39	R\$ 31.295,37	R\$ 479,12	R\$ 31.774,48	R\$ 1.207,14	R\$ 1.686,26	R\$ 30.088,23
40	R\$ 30.088,23	R\$ 460,63	R\$ 30.548,86	R\$ 1.225,62	R\$ 1.686,26	R\$ 28.862,60
41	R\$ 28.862,60	R\$ 441,87	R\$ 29.304,47	R\$ 1.244,39	R\$ 1.686,26	R\$ 27.618,22
42	R\$ 27.618,22	R\$ 422,82	R\$ 28.041,04	R\$ 1.263,44	R\$ 1.686,26	R\$ 26.354,78
43	R\$ 26.354,78	R\$ 403,48	R\$ 26.758,26	R\$ 1.282,78	R\$ 1.686,26	R\$ 25.072,00
44	R\$ 25.072,00	R\$ 383,84	R\$ 25.455,84	R\$ 1.302,42	R\$ 1.686,26	R\$ 23.769,59
45	R\$ 23.769,59	R\$ 363,90	R\$ 24.133,48	R\$ 1.322,36	R\$ 1.686,26	R\$ 22.447,23
46	R\$ 22.447,23	R\$ 343,66	R\$ 22.790,88	R\$ 1.342,60	R\$ 1.686,26	R\$ 21.104,63
47	R\$ 21.104,63	R\$ 323,10	R\$ 21.427,73	R\$ 1.363,16	R\$ 1.686,26	R\$ 19.741,47
48	R\$ 19.741,47	R\$ 302,23	R\$ 20.043,70	R\$ 1.384,03	R\$ 1.686,26	R\$ 18.357,45
49	R\$ 18.357,45	R\$ 281,04	R\$ 18.638,49	R\$ 1.405,21	R\$ 1.686,26	R\$ 16.952,23
50	R\$ 16.952,23	R\$ 259,53	R\$ 17.211,76	R\$ 1.426,73	R\$ 1.686,26	R\$ 15.525,50
51	R\$ 15.525,50	R\$ 237,69	R\$ 15.763,19	R\$ 1.448,57	R\$ 1.686,26	R\$ 14.076,94
52	R\$ 14.076,94	R\$ 215,51	R\$ 14.292,45	R\$ 1.470,75	R\$ 1.686,26	R\$ 12.606,19
53	R\$ 12.606,19	R\$ 192,99	R\$ 12.799,18	R\$ 1.493,26	R\$ 1.686,26	R\$ 11.112,93
54	R\$ 11.112,93	R\$ 170,13	R\$ 11.283,06	R\$ 1.516,12	R\$ 1.686,26	R\$ 9.596,80
55	R\$ 9.596,80	R\$ 146,92	R\$ 9.743,73	R\$ 1.539,33	R\$ 1.686,26	R\$ 8.057,47
56	R\$ 8.057,47	R\$ 123,36	R\$ 8.180,82	R\$ 1.562,90	R\$ 1.686,26	R\$ 6.494,57
57	R\$ 6.494,57	R\$ 99,43	R\$ 6.594,00	R\$ 1.586,83	R\$ 1.686,26	R\$ 4.907,74
58	R\$ 4.907,74	R\$ 75,13	R\$ 4.982,87	R\$ 1.611,12	R\$ 1.686,26	R\$ 3.296,62
59	R\$ 3.296,62	R\$ 50,47	R\$ 3.347,09	R\$ 1.635,79	R\$ 1.686,26	R\$ 1.660,83
60	R\$ 1.660,83	R\$ 25,43	R\$ 1.686,26	R\$ 1.660,83	R\$ 1.686,26	R\$ -

27. INDICADORES FINANCEIROS

Cenário Realista				
Ano	Fluxo de Caixa	Saldo	Fluxo Descontado	Saldo
0	R\$ (131.752,43)	R\$ (131.752,43)	R\$ (131.752,43)	R\$ (131.752,43)
1	R\$ (99.099,73)	R\$ (230.852,16)	R\$ (84.791,21)	R\$ (216.543,64)
2	R\$ 124.828,54	R\$ (106.023,62)	R\$ 91.384,10	R\$ (125.159,54)
3	R\$ 277.639,68	R\$ 171.616,06	R\$ 173.906,84	R\$ 48.747,30
4	R\$ 446.852,31	R\$ 618.468,37	R\$ 239.484,56	R\$ 288.231,85
5	R\$ 653.718,75	R\$ 1.272.187,12	R\$ 299.766,31	R\$ 587.998,16

TMA	16,88%	Selic 13,75%
VPL	R\$ 587.998,16	
TIR	72,53%	É viável, TIR > TMA.
Payback	2,38	
Payback Descontado	2,72	

INDICADORES FINANCEIROS					
Índices	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Liquidez Corrente	4,31	2,53	2,44	2,59	2,75
Liquidez Imediata	3,09	2,36	2,42	2,59	2,75
ROA	8,26%	51,54%	60,50%	59,78%	57,11%
ROE	13,12%	90,06%	102,12%	97,15%	90,06%
Margem Líquida	8,17%	46,45%	59,96%	66,07%	69,68%
Endividamento Geral	37,06%	42,77%	40,75%	38,47%	36,58%

Lucro Líquido	R\$ 18.469,39	R\$ 224.817,43	R\$ 477.044,54	R\$ 782.551,69	R\$ 1.162.340,94
Receita Total	R\$ 225.980,59	R\$ 483.976,70	R\$ 795.620,00	R\$ 1.184.474,93	R\$ 1.668.019,63
Investimento	R\$ 131.752,43				

Índice de Lucratividade	8,17%	46,45%	59,96%	66,07%	69,68%
Índice de Lucratividade dos 5 anos		61,16%			