
Faculdade de Tecnologia de Americana "Ministro Ralph Biasi"

Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Gabrielle de Souza Duarte
Talita Buzoni
Thiany Hhelenas Casaes Pereira

ARRUMARIA: DE MINA PARA MINA

Faculdade de Tecnologia de Americana "Ministro Ralph Biasi"

Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Gabrielle de Souza Duarte
Talita Buzoni
Thiany Hhelena Casaes Pereira

ARRUMARIA: DE MINA PARA MINA

Elaboração de um Plano de Negócio desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Gestão Empresarial, sob a orientação do Professor Me. Reyner Furtado Garbero.

Área de concentração: Inovação e Empreendedorismo.

FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte

D873a DUARTE, Gabrielle de Souza

Arrumaria: de mina para mina. / Gabrielle de Souza Duarte, Talita Buzoni, Thiany Helena Casaes Pereira. – Americana, 2021.

76f.

Plano de negócios (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) - - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Ms. Reydner Furtado Garbero

1 Empreendedorismo 2. Inovações tecnológicas I. BUZONI, Talita II. PEREIRA, Thiany Helena Casaes III. GARBERO, Reydner Furtado IV. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana

CDU: 658.3-05

Gabrielle de Souza Duarte
Talita Buzoni
Thiany Hhelenas Casaes Pereira

ARRUMARIA: DE MINA PARA MINA

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana, sob orientação do Professor Me. Reydner Furtado Garbero.

Área de concentração: Inovação e Empreendedorismo.

Americana, 14 de junho de 2021.

Banca Examinadora:

Professor Reydner Furtado Garbero (Presidente)
Mestre
Fatec Americana Ministro Ralph Biasi

Mauro Roberto Schlüter
Mestre
Fatec Americana Ministro Ralph Biasi

Professor Luiz Carlos Caetano
Especialista
Fatec Americana Ministro Ralph Biasi

RESUMO

Este estudo tem por objeto a elaboração de um plano de negócio para criação de uma empresa chamada ArruMaria: de mina para mina, que intermedia serviços para o público feminino na cidade de São Paulo via aplicativo. O plano de negócios é fundamental para analisar de forma ampla a viabilidade de uma empresa, analisar as estratégias necessárias, elaborar a pesquisa de mercado afim de conhecer o público alvo e ser capaz de alcança-lo, trabalhar o plano de marketing para analisar serviço, preço, praça e promoção, o plano operacional para explorar o serviço que a empresa vai fazer e detalhar todo os processos e por fim o plano financeiro que define as projeções e evidencia custos, capital, ponto de equilíbrio, prazo de retorno do investimento entre outros métodos para o desenvolvimento do negócio, evidenciando todo os conhecimento adquiridos e pesquisas.

Palavras-chave: gestão empresarial, plano de negócios, ArruMaria, viabilidade.

ABSTRACT

This study aims to develop a business plan for the creation of a company called ArruMaria: de mina para mina (from chick to chick) , which mediates services for the female public in the city of São Paulo through an app. The business plan is crucial to broadly analyze the viability of a company, to analyze the necessary strategies, to develop a market research in order to know the target audience and to be able to reach it, working the marketing strategy to analyze service, price, place and promotion, the operational plan to explore the service that the company will do and detail all processes , and finally, the financial plan that defines the projections and evidences costs, capital, breakeven point, the return of an investment, among other methods for the development of the business, showing all the knowledge acquired and a survey.

Keywords: business management, business plan, ArruMaria, viability.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo Canvas	20
Figura 2: Matriz de concorrentes.....	38
Figura 3: Análise SWOT.....	41
Figura 4: Matriz BCG.....	46
Figura 5: Layout escritório	49
Figura 6: Interfaces do APP	51
Figura 7: Organograma empresarial	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Pirâmide etária do município de São Paulo-SP (2019).....	25
Gráfico 2:Qual a sua faixa etária?	32
Gráfico 3: Qual o seu estado civil?	32
Gráfico 4: Você se identifica como?	32
Gráfico 5: Sua renda mensal atual se encontra entre:	33
Gráfico 6: Atualmente você reside:	33
Gráfico 7: Você já utilizou serviços de assistência com a presença de prestadores(as) de serviço?	34
Gráfico 8: Quão segura você se sente ao receber um prestador de serviço homem estando sozinha em casa?	34
Gráfico 9: Você se sentiria mais segura caso a prestação de serviço fosse realizada por uma mulher?	34
Gráfico 10: Quão mais segura você se sentiria ao receber um serviço prestado por uma mulher?	35
Gráfico 11: Saber previamente sobre a pessoa que irá lhe prestar serviço e sobre a nota média de seus atendimentos te passaria maior segurança acerca do serviço prestado?	35
Gráfico 12: Quão útil seria para você um aplicativo no qual apenas mulheres podem prestar e receber serviços?	36
Gráfico 13: Você estaria disposta a solicitar um serviço de uma prestadora via aplicativo?	36
Gráfico 14: Fluxograma	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estimativas de renda domiciliar mensal para os extratos.....	27
Tabela 2: Estimativas de distribuição de estratos na região metropolitana de São Paulo.....	27
Tabela 3: Capitais	57
Tabela 4: Máquinas e equipamentos	58
Tabela 5: Móveis e utensílios	58
Tabela 6: Locação do imóvel.....	59
Tabela 7: Investimentos Pré-operacionais	60
Tabela 8: Investimento Total	60
Tabela 9: Quantidade de serviços vendidos no primeiro mês	61
Tabela 10: Estimativa do custo unitário do serviço	62
Tabela 11: Simples Nacional 2021 - Anexo IV	62
Tabela 12: Estimativa do custo com a mão de obra.....	64
Tabela 13: Depreciação	64
Tabela 14: Estimativa dos custos fixos	65
Tabela 15: Estimativa dos custos variáveis.....	65
Tabela 16: Demonstrativo do resultado.....	66

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEP Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
APP Aplicativo
BCG Boston Consulting Group
CDC Código de Defesa do Consumidor
CNAE Código Nacional de Atividade Exercida
DRE Demonstração do resultado do exercício
IL Índice de Lucratividade
LGPD Lei Geral de Proteção de Dados
MEI Microempreendedor individual
PJ Pessoa Jurídica
PNADC Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
RH Recursos Humanos
SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEADE Sistema Estadual de Análise de Dados
SWOT Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats
TV Televisão

SUMÁRIO

1SUMÁRIO EXECUTIVO	19
1.1 Resumo dos principais pontos do Plano de Negócios	19
1.1.1 O modelo do negócio	20
1.2 Dados dos empreendedores	21
1.3 Dados do empreendimento	21
1.4. Core Business da empresa	21
1.4.1 Missão	22
1.5 Setores de atividade	22
1.6 Forma jurídica	23
1.7 Enquadramento tributário	23
1.8 Capital Social	23
1.9 Payback	24
1.10 Fonte de recursos	24
2ANÁLISE ESTRATÉGICA DE MERCADO	25
2.1 Análise Macroambiental	25
2.1.1 Fatores Demográficos	25
2.1.2. Fatores Econômicos	26
2.1.3. Fatores Naturais	27
2.1.4. Fatores Tecnológicos	28
2.1.5. Fatores Político-legais	29
2.1.6. Fatores Culturais	29
2.2. Estudo dos clientes	30
2.2.1 Segmentação de mercado e público-alvo	30
2.2.2 Pesquisa de mercado	31
2.2.3 Comportamento dos clientes	37
2.2.4 Segmentação de mercado	37
2.3 Estudo dos concorrentes	37
2.4 Estudo dos fornecedores	38
2.5. Fatores-chave de sucesso (FCS)	39
3AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	41
3.1 Análise da matriz F.O.F.A. (SWOT)	41
4PLANO DE MARKETING	45
4.1 Estratégia de produtos e serviços	45
4.2 Preço	47
4.3 Estratégias promocionais	47

4.4 Estrutura de comercialização	48
4.5 Localização do negócio	48
5PLANO OPERACIONAL	49
5.1 Arranjo físico	49
5.1.2 Definição e apresentação do APP	50
5.2 Capacidade produtiva	53
5.3 Processos operacionais	53
5.4 Necessidade de pessoal	54
6PLANO FINANCEIRO	57
6.1 Estimativa dos investimentos fixos	57
6.1.1 Máquinas e equipamentos	57
6.1.2 Móveis e utensílios	58
6.1.3 Veículos	58
6.1.4 Locação	58
6.1.5 Total dos investimentos fixos	59
6.2 Capital de giro	59
6.2.1 Estimativa do estoque inicial	59
6.2.2 Investimento do capital de giro	59
6.2.3 Resumo do capital de giro	59
6.3 Investimentos pré-operacionais	60
6.4 Investimento total	60
6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa	61
6.6 Estimativa do custo unitário do serviço	61
6.7 Estimativa dos custos de comercialização	62
6.8 Apuração dos custos dos materiais diretos e mercadorias vendidas	63
6.9 Estimativa dos custos com mão de obra	63
6.10 Estimativa do custo com depreciação	64
6.11 Estimativa de custos fixos operacionais mensais	64
6.12 Estimativa dos custos variáveis operacionais mensais	65
6.13 Demonstrativo de resultados	66
6.14 Indicadores de viabilidade	66
6.14.1 Ponto de equilíbrio	67
6.14.2 Índice Lucratividade	67
6.14.3 Rentabilidade	68
6.14.4 Prazo de retorno do investimento (Payback)	68
7CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	69

8AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	71
REFERÊNCIAS	72
APÊNDICE A– Contrato Social	76

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O Sumário Executivo, de acordo com Salim et al, (2005, p.41), é “um extrato competente e motivacional do plano de negócios”. Os autores ainda afirmam que se trata do conjunto de informações explicadas de maneira clara, objetiva e concisa, com poucos detalhes sobre investimentos, tempo de reembolso do capital social, relatórios e entre outros.

1.1 Resumo dos principais pontos do Plano de Negócios

A ArruMaria tem como principal foco intermediar prestações de serviços de manutenção, limpeza e instalações á domicilio, na capital de São Paulo – SP, via aplicativo, os serviços serão realizados somente por mulheres ao público feminino com mais de 18 anos, os objetivos da empresa são abrangentes, como garantir serviços com agilidade e segurança às mulheres que sofrem por assédios, inclusive em suas próprias casas e às mulheres, além disso, será possível oferecer novas oportunidades no mercado de trabalho para mulheres, afim de quebrar estereótipos que possam afetar a carreira e/ou reduzir salário das mesmas.

Os serviços disponíveis no aplicativo será vasto e oferecerá instalações elétricas e hidráulicas, reformas, pinturas, manutenções, jardinagem, limpeza entre outros e para garantir serviços de qualidade e padronizados as prestadoras de serviços receberão um manual de como proceder ao serem cadastradas no aplicativo, após o cadastro será selecionado a especialização da prestadora. Os serviços poderão ser contratados e agendados pelo app da ArruMaria onde será necessário realizar um cadastro que precisará ser aprovado, para que tanto a contratante como a prestadora tenham total segurança, evitando fraudes ou *fakes* e a finalidade do aplicativo será localizar a prestadora mais próxima da cliente, disponibilizar a avaliação da mesma e o preço calculado automaticamente de acordo com o serviço, nível de dificuldade e horas necessárias para realização da tarefa, as ferramentas utilizadas no serviço serão de responsabilidade da prestadora e os materiais necessários serão disponibilizados pela cliente.










O investimento possivelmente trará boas expectativas, já que se trata de um negócio inovador e tecnológico em uma região grande que possui bom poder aquisitivo, com uma equipe capacitada trabalhando em sinergia, o home office

também será uma boa oportunidade de reduzir os custos da empresa que não são desfavoráveis, assim será possível ganhar vantagem competitiva no mercado e obter bons resultados, atendendo as expectativas das clientes e das prestadoras. Mas também é possível prever possíveis riscos, como uma possível troca do serviço por um concorrente substituto que ofereça um plano diferente, baixa procura pelos serviços, falta de prestadora capacitada, a instabilidade econômica pode ser um risco para o novo negócio.

1.1.1 O modelo do negócio

O modelo Canvas de acordo com o site do Sebrae (2019) é uma das formas mais visuais de exibir a forma com que se cria, entrega e capta valor. O canvas é dividido em nove blocos sendo eles: segmentos de clientes, proposições de valor, canais de vendas, relacionamento com os clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades chaves, parceiros chaves e fonte de custos. O modelo Canvas da empresa apresenta aspectos a partir do público-alvo e do valor da empresa, definido por uma estrutura básica e sintética, complementando estratégias e análises com processos de modelos tradicionais, apresentado na figura 1.

Figura 1: Modelo Canvas

Parcerias Principais  - Equipe responsável pela criação e manutenção do aplicativo. -Marketing -Prestadoras de serviços.	Atividades-chave  - Consertos, reparos e limpeza á domicilio realizado por mulheres de forma rápida e segura. Recursos Principais  - Aplicativo que encontre o serviço mais próximo por agendamento ou urgência.	Proposta de Valor  - Consertos, reparos e limpeza á domicilio feito por mulheres para mulheres que buscam conforto e segurança.	Relacionamento com Clientes  - Prestações de serviços solicitados por aplicativo. Canais  - Redes sociais - App	Segmentos de Clientes  - Público feminino (maiores de 18 anos).
Estrutura de Custo  - Manutenção do app e redes sociais. - Publicidade e Marketing.		Fontes de Receita  - Porcentagem de acordo com cada serviço prestado, pagamentos pelo app.		

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

1.2 Dados dos empreendedores

- Gabrielle de Souza Duarte, brasileira, solteira, cursando gestão empresarial, nascida em 26/06/1999, natural em Americana portadora do RG nº55.759.010-4 e do CPF nº475.650.198-98, domiciliada na Rua Angelo Sans, 186 Parque Zabani CEP 134454-465 Santa Bárbara D' Oeste /SP, responsável pela gestão financeira.
- Talita Buzoni, brasileira, solteira, cursando gestão empresarial, nascida em 05/10/1998, natural em Americana portadora do RG nº46.856. 020-2 e do CPF nº426.205.678-20, domiciliada na Rua da Esperança, nº 153 - Jardim da Paz, CEP 13470-464 Americana /SP, responsável pelo setor de recursos humanos.
- Thiany Helena Casaes Pereira, brasileira, solteira, cursando gestão empresarial, nascida em 13/01/1998, natural de São Paulo-SP, portadora do RG nº38.018.523-6 e do CPF nº481.263. 030-83, domiciliada na Rua Cruz de Souza, 2050, Jd. Amanda 1, CEP 13188-040, Hortolândia/SP, responsável pelo setor de marketing.

1.3 Dados do empreendimento

Razão Social: Arrumaria gestão de serviços LTDA

Nome Fantasia: ArruMaria: de mina para mina

CNPJ: 05.856.159/0001-57

Natureza Jurídica: Responsabilidade Ltda

Endereço: Rua Afonso Sardinha, 320

Bairro: Lapa

Cidade: São Paulo

CEP: 05076-000

Telefone: (19) 3486-5685

Whatsapp: (19) 98110-5543

Email: arrumaria@gmail.com

Instagram: @_arrumaria

Facebook: arrumariademinaparamina

Aplicativo IOS e Android: ArruMaria: de mina para mina

1.4. Core Business da empresa

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), “Core business” se traduz como o núcleo do negócio, parte central da empresa, é aquilo que a fez ser criada, onde ela encontrou espaço para ser inovadora e oferecer uma solução para seus clientes. Em um mercado cada vez mais competitivo, trabalhar o core business de uma forma estratégica pelas companhias é fundamental.

1.4.1 Missão

Missão, visão e valores correspondem aos princípios de uma organização e são fundamentais para sua criação e desenvolvimento, a partir disso é possível fazer planejamentos estratégicos, direcionar colaboradores e ser reconhecida por seus clientes e fornecedores. Chiavenato e Sapiro (2009) tratam missão, visão e valores como grandes e fortes pilares dentro de uma organização, sendo um conjunto de conceitos, filosofias e crenças gerais que a organização respeita e pratica.

Missão

A ArruMaria tem o intuito de intermediar via app, prestações de serviços de qualidade e padronizados feito de mulheres para outras mulheres, pensando na necessidade e bem-estar no conforto de cada casa.

Visão

Ser reconhecida na região pela excelência em atendimento diferenciado e foco no empoderamento tanto de nossas clientes, quanto das prestadoras de serviços.

Valores

Respeito, inovação, confiança, incentivo as mulheres, atendimento diferenciado.

A missão, visão e valores da ArruMaria foram designados com o intuito de nortear e trazer clareza no objetivo da organização e assim buscar um comportamento individual positivo, para que sua integridade e responsabilidade seja definido e expressado, definindo a cultura organizacional que é de suma importância.

1.5 Setores de atividade

De acordo com o CNAE (Código Nacional de Atividade Exercida), a empresa ArruMaria enquadra-se na:

43.30-4-04 - Serviços de pintura de edifícios em geral

43.30-4-05 - Aplicação de revestimentos e de resinas em interiores e exteriores

81.30-3-00 – Atividades paisagísticas

43.30-4-03 – Obras de acabamento em gesso e estuque

43.22-3-01 – Instalações hidráulicas, sanitárias e de gás

85.99-6-04 – Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial

43.21-5-00 – Instalação e manutenção elétrica

43.99-1-03 – Obras de alvenaria

33.29-5-01 – Serviços de montagem de móveis de qualquer material

1.6 Forma jurídica

A ArruMaria optou por ser uma sociedade de responsabilidade limitada, que é um modelo de sociedade constituída por dois ou mais sócios em que cada quotista ou sócio entra com uma parcela do capital inicial.

Os próprios sócios vão efetuar as atividades, juntos no ramo empresarial, comercial e outros serviços pertinentes. A empresa foi formalizada por um contrato social que está no Apêndice A.

Neste contrato social possui os dados dos sócios, a denominação da empresa, a divisão do capital social, o prazo da duração da sociedade limitada, o ramo da empresa, a localização da sede, objeto social, e outras informações importantes que no contrato contém e são relevantes.

1.7 Enquadramento tributário

A empresa irá trabalhar inicialmente com o Lucro presumido por ser uma empresa prestadora de serviços de pequeno porte em relação ao pagamento de tributos, de acordo com o site Empresa Junior Mackenzie (2020) esse regime tributário prevê o lucro das empresas através do valor da receita bruta, assim a Receita Federal define uma porcentagem em cima do faturamento, com isso os tributos serão o ISS, PIS, COFINS, IRPJ E CSLL.

1.8 Capital Social

O capital social será de R\$ 120.000,00 disponibilizados pelas próprias empreendedoras por partes iguais para investimento e terão participação de R\$ 40.000,00 cada.

1.9 Payback

De acordo com o item 6.14.4 especificado no Plano Financeiro, o prazo de retorno do prejuízo que terá no primeiro mês será de aproximadamente quatorze meses e meio, após isso deverá ser realizado um novo cálculo de *payback* para analisar o retorno do investimento.

1.10 Fonte de recursos

A organização terá capital próprio e assim não haverá custos de financiamento e nem perda de autonomia para tomada de decisões pelas partes iguais das sócias.

2 ANÁLISE ESTRATÉGICA DE MERCADO

Nesta seção serão levantados dados e informações acerca do mercado de prestação de serviços de manutenção. A partir destes dados será feito um estudo sobre os aspectos mais importantes em cada um deles, além de permitir analisá-los embasado em referências estatísticas, criando uma estrutura consolidada de informações. A partir dessas análises será possível observar perfil dos principais clientes e analisar a relação entre público e mercado-alvo.

2.1 Análise Macroambiental

A respeito do cenário macroambiental, afirma-se que:

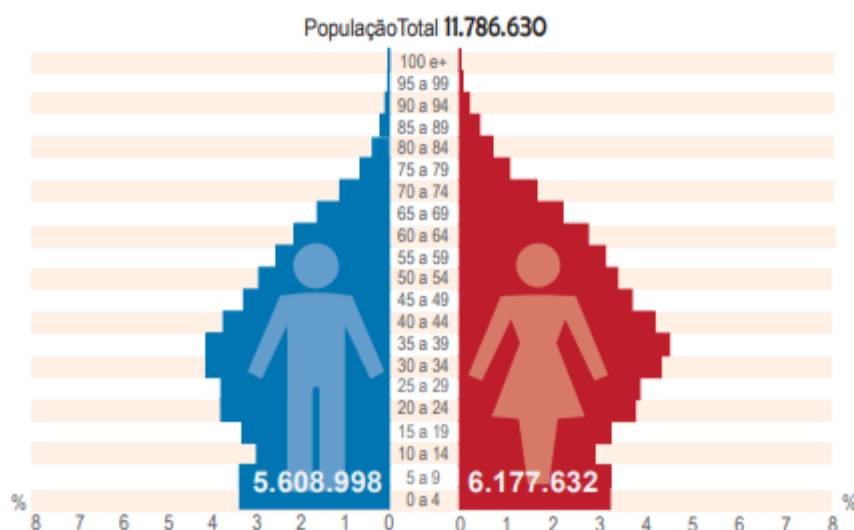
Fazem parte do macroambiente os aspectos políticos e legais, os fatos econômicos, as mudanças sociais e as novidades tecnológicas. Esses aspectos são dados exógenos, que podem ser percebidos e usados pela empresa, mas não podem ser diretamente alterados. Além disso, a mudança, muitas vezes arbitrárias, nestas instâncias tem impactos permanentes. (FARIAS; DUSCHITZ; CARVALHO, 2015, p.72)

2.1.1 Fatores Demográficos

De acordo Kotler e Armstrong (2007), a demografia se dá por estudar a população humana de determinada área, no tocante a tamanho, densidade, localização, sexo, idade, raça, ocupação, dentre outros dados estatísticos. Os aspectos demográficos de um território acometem a empresa de forma direta, embora as pessoas constituam o mercado e tornam estes dados confiáveis a curto, médio e longo prazo.

Conforme informações da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE) (2019), a população da capital marca 11.786.630 de habitantes, sendo 6.177.632 mulheres, como pode ser observado abaixo, no Gráfico 1.

Gráfico 1: Pirâmide etária do município de São Paulo-SP (2019)



Fonte: Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), 2019.

Como explícito no Gráfico 1, a maior concentração de pessoas está na faixa dos 30 aos 39 anos, de ambos os sexos. Entretanto, vale destacar que, para o modelo de negócio em questão, necessita-se apenas de dados referentes ao sexo feminino, que por sua vez é o gênero predominante e representa sua maior concentração etária dos 35 aos 39 anos, seguido da faixa entre os 30 e 34 anos.

Frente análise dos dados acima, é possível afirmar que a definição de público da ArruMaria tem total dependência dos fatores demográficos.

2.1.2. Fatores Econômicos

Segundo Kotler e Armstrong (2007), a esfera econômica é composta por matrizes que afetam o poder aquisitivo e o método de consumo das pessoas através de pesquisas relacionadas à distribuição de renda. Sendo assim, alega-se que o poder de compra de um indivíduo em uma economia reduz-se à renda da população e dos custos do mercado.

Os negócios dependem do poder aquisitivo dos compradores. “O poder de compra em uma economia depende da renda, dos preços, da poupança, do endividamento e da disponibilidade de crédito” (KOTLER; KELLER, 2006, p.84). Por conseguinte, é necessário estar sempre em alerta em relação aos fatores que afetam a possibilidade de obtenção de bens, bem como os hábitos de consumo do mercado.

A Tabela 1 mostra as estimativas de renda média domiciliar mensal entre os estratos socioeconômicos (2018) no Brasil, de acordo com uma pesquisa executada pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP). Estes

números têm por base a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), realizada em 2017.

Tabela 1: Estimativas de renda domiciliar mensal para os estratos

Estrato Socioeconômico	Renda Média Domiciliar	
A	R\$	23.345,11
B1	R\$	10.386,52
B2	R\$	5.363,19
C1	R\$	2.965,69
C2	R\$	1.691,44
D-E	R\$	708,19

Fonte: ABEP – Associação Brasileira de Empresas e Pesquisa, 2018.

Na próxima tabela mostra o percentual de distribuição desses estratos na região metropolitana de São Paulo.

Tabela 2: Estimativas de distribuição de estratos na região metropolitana de São Paulo.

Estrato	Percentual
A	5,10%
B1	7,50%
B2	22,70%
C1	26,80%
C2	26,10%
D-E	11,80%

Fonte: ABEP – Associação Brasileira de Empresas e Pesquisa, 2018.

Frente aos dados apresentados nas tabelas acima e aos preços dos serviços oferecidos pela ArruMaria, o público contemplado pelo acesso aos escritórios das prestadoras da empresa é o que está inserido entre os estratos A e C1.

2.1.3. Fatores Naturais

De acordo com Kotler e Armstrong (2007), o ambiente natural compreende os recursos naturais utilizados como matéria-prima pela empresa e influenciam diretamente em seu funcionamento.

A atenção com as questões ambientais tem concebido discussões relacionadas à sustentabilidade nas empresas e ações que visam diminuir os impactos gerados pelas atividades da empresa.

A ArruMaria para colaborar com a sustentabilidade optou por ser uma empresa *paperless*, ou seja, uma empresa com baixo consumo de papel. Todos os documentos e arquivos da empresa serão digitais, e, os que realmente

necessitarem serem impressos, serão feitos com folhas de papel de origem reciclada.

A empresa também não consumirá plásticos descartáveis, solicitando que, seus colaboradores utilizem *squeezes* e/ou canecas para ingestão de água e café.

Com o baixo consumo de papel e plástico, a empresa terá menos descartes, reduzindo assim o volume de lixo.

2.1.4. Fatores Tecnológicos

Segundo Kotler e Armstrong (2007), a tecnologia trouxe múltiplos benefícios para o mundo, como o avanço dos computadores e a disseminação da internet, que, por sua vez fez com que a aquisição de informações se tornasse mais rápida e eficaz. Não obstante, é necessário prestar atenção nas mudanças tecnológicas, da mesma maneira em seus prováveis resultantes negativos.

Os fatores tecnológicos são peças importantes para a análise do macro ambiente de uma organização, pois a tecnologia tem se desenvolvido cada vez mais com o passar dos anos, e, assim sendo, as empresas têm a necessidade de acompanhar esse progresso, de modo a reconhecer tal eficácia em seus serviços.

A ArruMaria é um programa de solicitações sob demanda que permite requisitar serviços de reparos e manutenções por meio de um aplicativo executável por IOS e Android. Este serviço utiliza de um software que envia à prestadora de serviço mais próxima a sua localização, possibilitando atendimento imediato ou sob agendamento.

Para que o serviço tenha bom desempenho são utilizadas as seguintes tecnologias:

- **Geolocalização:** permite que a prestadora de serviços identifique a localização da cliente e oferece a direção no mapa, o que facilita a chegada no destino no qual o serviço será prestado. Além disso, também fornece uma estimativa de preço a ser integrado no valor total a ser pago pela cliente, tratando-se do deslocamento. A tecnologia utilizada é a do Google Maps.

- **Notificações push:** envia notificações às prestadoras e às clientes. As notificações push vão avisar no topo da tela do celular da prestadora quando uma cliente solicitar um serviço, bem como para as clientes quando a

prestadora aceitar a solicitação e quando estiver próximo à residência. Além disso, fornecem detalhes da prestadora de serviço, incluindo seu nome completo, informações de contato e detalhes de como se apresentará. Para essa ação ser executada nos aparelhos, a tecnologia utilizada é a Amazon SNS.

- **Pagamentos in-app:** para que sejam realizados os pagamentos no aplicativo é necessário a agregação de um *gateway* de pagamentos, que realiza a função de dividir os pagamentos entre a prestadora de serviço e o aplicativo ao contemplar sua taxa.

2.1.5. Fatores Político-legais

Segundo Kotler e Armstrong (2008), o ambiente político-legal se dá por leis, órgãos governamentais e grupos de pressão que compelem diversas organizações e cidadãos de uma comunidade pré-instituída.

Os desígnios dos mercados sofrem impactos diretos, por reflexo de tudo que acontece no ambiente político-legal. Sendo assim, para que uma empresa inicie suas atividades de maneira congruente, é preciso integrar todos os requisitos estipulados pela legislação.

Conforme Lei N° 5.452, de 1° de Maio de 1983 da Consolidação das Leis de Trabalho, art. 3°: “Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário”. Logo, a ArruMaria não compõe qualquer vínculo empregatício para com as prestadoras de serviço inscritas pelo aplicativo, por se tratar de prestações pontuais e autônomas.

Pelo fato da empresa trabalhar por intermédio de um aplicativo, os dados tanto das usuárias quanto das prestadoras de serviço necessitam de estar seguros. No tocante à proteção dos dados, pode-se contar com a Lei N° 13.709, de 14 de Agosto de 2018, referente à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que garante a segurança das informações e dados pessoais coletados por empresas (sejam elas públicas ou privadas).

Bem como seus dados, as usuárias e prestadoras também estão protegidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

2.1.6. Fatores Culturais

Kotler e Armstrong (2008) afirmam que o ambiente sociocultural varia em função das preferências de cada indivíduo ou de uma comunidade. Assim sendo, o poder de compra acaba sendo direcionado para um tipo de produto e/ou serviço em comparação aos demais.

O hábito de contratar serviços de terceiros vem aumentando juntamente com o índice de empregabilidade feminina. Segundo dados do IBGE, a participação de mulheres no mercado de trabalho passou de 13,6% para 49,9% entre os anos de 1950 e 2010, e estudos do IPEA, segundo o Jornal O Globo (2019) estimam que até 2030 essa participação deva aumentar em 64,3%.

Os dados acima mostram que a cada ano as mulheres investem mais em suas carreiras e dão grande importância ao seu trabalho, isso faz com que tenham seus horários limitados e, em dados momentos não têm tempo para realizar certas tarefas e/ou não têm conhecimento para realizá-las.

Tem se tornado parte da cultura a dedicação ao trabalho, assim não tendo tempo e/ou conhecimento para realizar serviços de reparos e consertos, deste modo, também tem se tornado comum a terceirização desses serviços por intermédio de contratações de mão-de-obra qualificada.

2.2. Estudo dos clientes

O estudo dos clientes é utilizado para conhecer as preferências, comportamento de compra, expectativa dos clientes, para a empresa focar diretamente em suprir essas expectativas.

2.2.1 Segmentação de mercado e público-alvo

Lima e Richers (1991) interpretam público-alvo como a ponta final de seus produtos, ou seja, quem receberá o produto ou serviço da empresa e terá sua necessidade solucionada.

Segmentação de mercado, segundo Lima e Richers (1991), é conhecer o mercado e encontrar segmentos, áreas, onde a empresa poderia encontrar seus melhores resultados.

A segregação ou segmentação de mercado é a identificação dos grupos de clientes que a organização pretende alcançar, tendo como objetivo tornar as estratégias de alcance mais certeiras, trazendo consigo fatores que moldam a ponta final do produto ou serviço; e esses fatores são as características do

público alvo, seus hábitos de consumo, as necessidades a serem supridas e os desejos de consumo dos clientes.

A divisão do público-alvo da Arrumaria se dará em dois grupos, sendo eles o grupo de contratantes e o de prestadoras de serviço.

Os fatores segregatórios para o grupo de contratantes são:

- **Características:** Mulheres (cis ou transgênero) a partir de 18 anos pertencentes às classes sociais de A a C1.
- **Hábitos de consumo:** Rotina de compras e/ou contratações de serviços *on-line*.
- **Necessidade:** Serviços de consertos, pinturas, limpeza e reparos.
- **Desejo:** Maior segurança contra possíveis assédios e/ou abusos ao receber serviços de terceiros.

Os fatores segregatórios para o grupo de prestadoras são:

- **Características:** Mulheres (cis ou transgênero) a partir de 18 anos autônomas, cadastradas como pessoa física ou jurídica.
- **Hábitos de consumo:** Rotina de compras e/ou contratações de serviços *on-line*.
- **Necessidade:** Propostas de serviços no tocante à consertos, pinturas, limpeza e reparos.
- **Desejo:** Maior segurança contra possíveis assédios e/ou abusos ao prestar serviços.

2.2.2 Pesquisa de mercado

Segundo Mattar (2011), a pesquisa de mercado se dá pela coleta de informações relevantes, com a finalidade de transformá-las em dados essenciais para reconhecer oportunidades e ter conhecimento acerca dos impasses da área estudada, por meio da análise dos resultados obtidos.

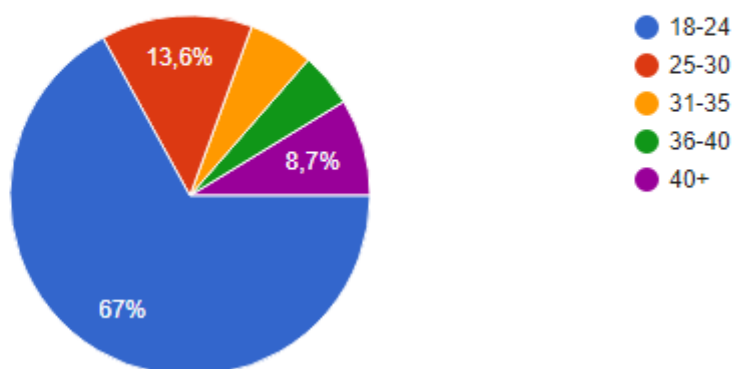
No mês de abril de 2021, foi efetuada uma pesquisa com uma amostra de 104 mulheres em forma de formulário online composta por 12 questões entre múltipla escolha e grade linear, com a finalidade de conhecer o interesse das consumidoras quanto á preferência em solicitar os serviços ofertados pelo aplicativo. O formulário foi divulgado por meio de redes sociais (Facebook,

Instagram, WhatsApp). A margem de isenção de respostas estabelecida foi de até 8%. Os resultados estão apresentados separadamente nos gráficos a seguir:

Gráfico 2: Qual a sua faixa etária?

Qual a sua faixa etária?

103 respostas

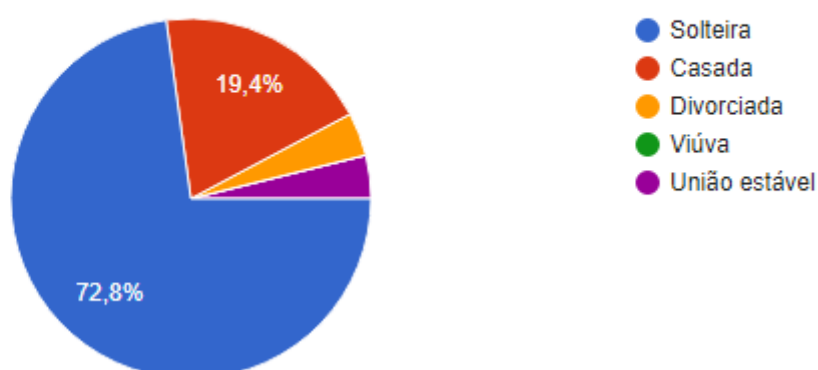


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 3: Qual o seu estado civil?

Qual o seu estado civil?

103 respostas

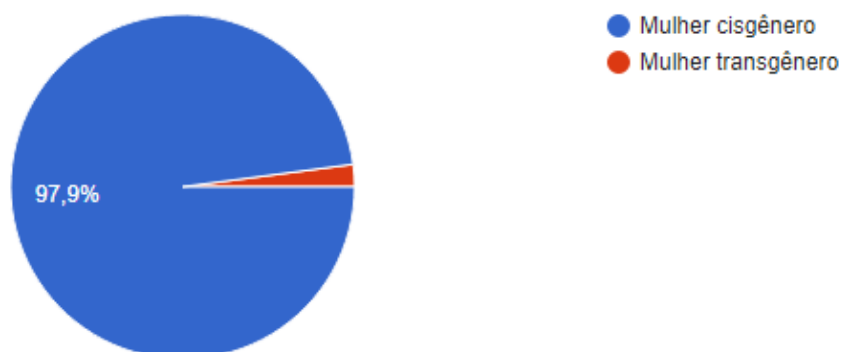


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 4: Você se identifica como?

Você se identifica como:

96 respostas

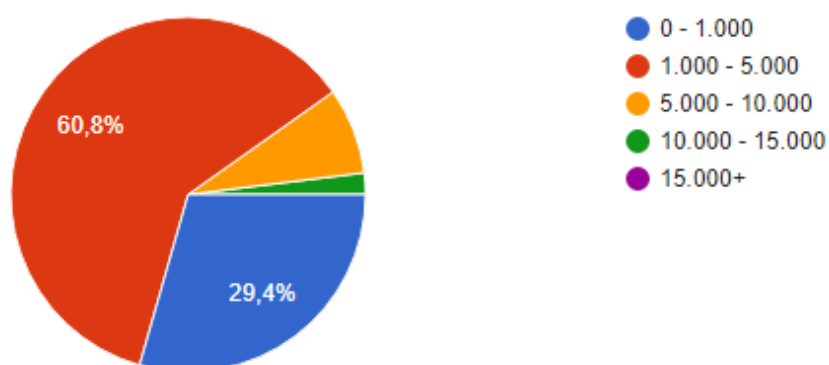


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 5: Sua renda mensal atual se encontra entre:

Sua renda mensal atual se encontra entre:

102 respostas

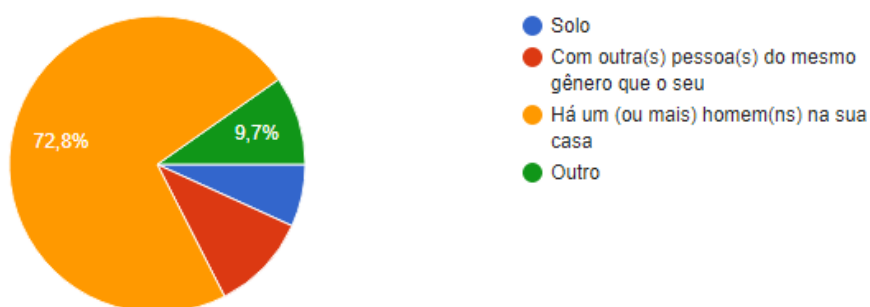


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 6: Atualmente você reside:

Atualmente você reside:

103 respostas

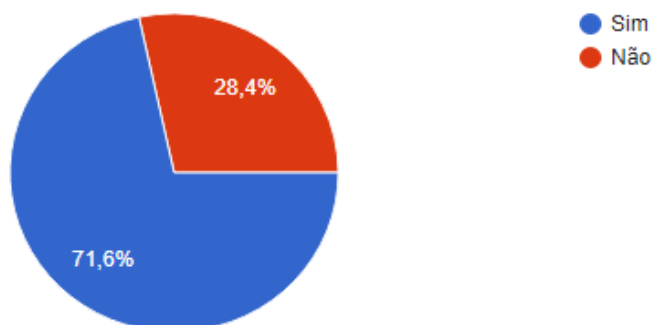


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 7: Você já utilizou serviços de assistência com a presença de prestadores(as) de serviço?

Você já utilizou serviços de assistência com a presença prestadores(as) de serviço?

102 respostas

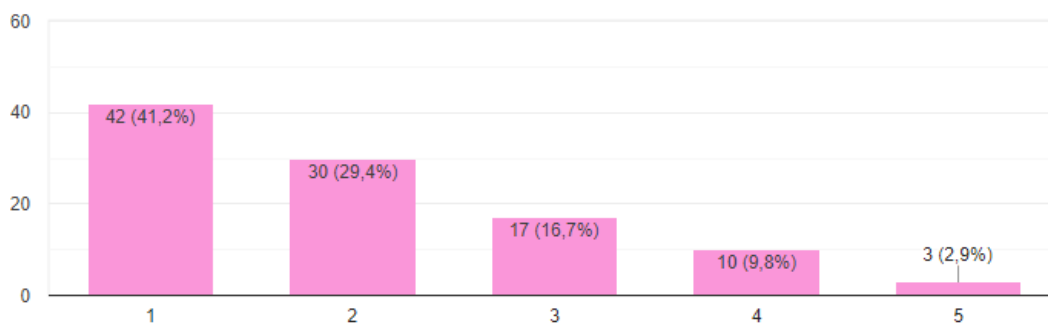


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 8: Quão segura você se sente ao receber um prestador de serviço homem estando sozinha em casa?

Quão segura você se sente ao receber um prestador de serviço homem estando sozinha em casa?

102 respostas



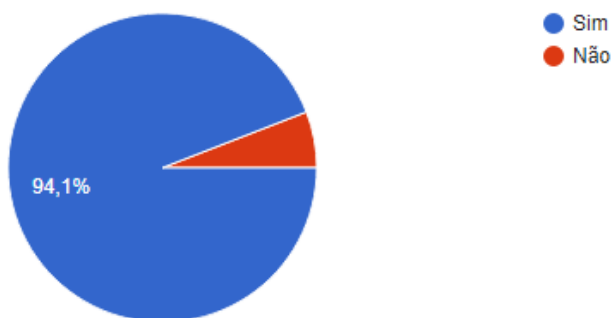
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Legenda: Escala de 1 a 5, sendo 1 “muito insegura” e 5 “muito segura”.

Gráfico 9: Você se sentiria mais segura caso a prestação de serviço fosse realizada por uma mulher?

Você se sentiria mais segura caso a prestação de serviço fosse realizada por uma mulher?

102 respostas

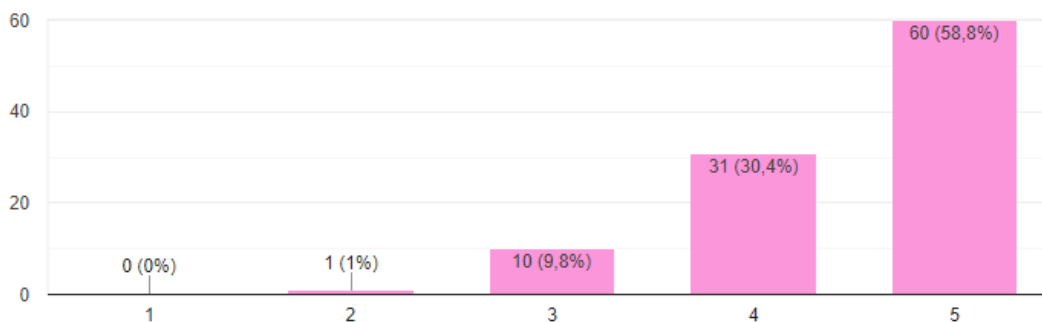


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 10: Quão mais segura você se sentiria ao receber um serviço prestado por uma mulher?

Quão mais segura você se sentiria ao receber um serviço prestado por uma mulher?

102 respostas



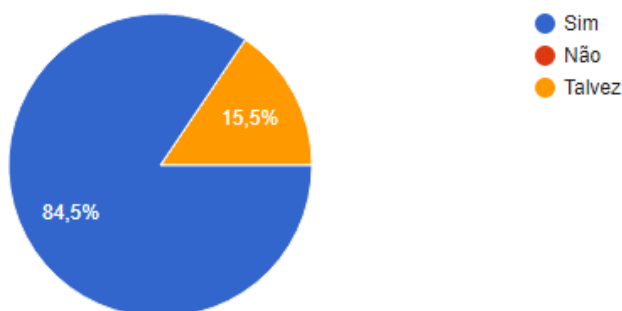
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Legenda: Escala de 1 a 5, sendo 1 “muito insegura” e 5 “muito segura”

Gráfico 11: Saber previamente sobre a pessoa que irá lhe prestar serviço e sobre a nota média de seus atendimentos te passaria maior segurança acerca do serviço prestado?

Saber previamente sobre a pessoa que irá lhe prestar serviço e sobre a nota média de seus atendimentos te passaria maior segurança acerca da qualidade do serviço prestado?

103 respostas

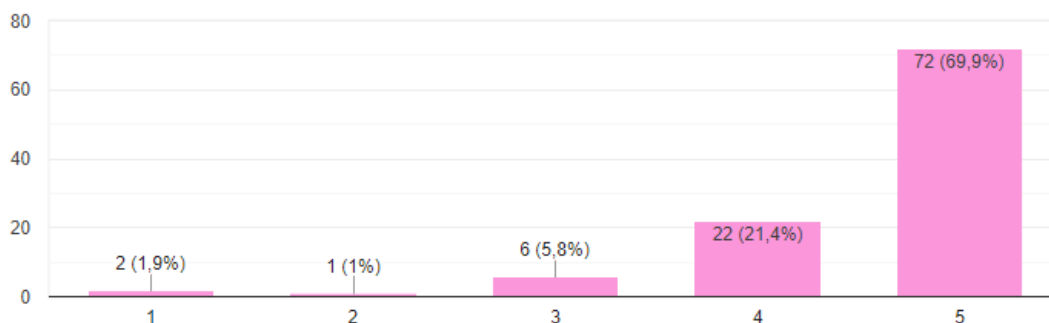


Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Gráfico 12: Quão útil seria para você um aplicativo no qual apenas mulheres podem prestar e receber serviços?

Quão útil seria para você um aplicativo no qual apenas mulheres podem prestar e receber serviços?

103 respostas



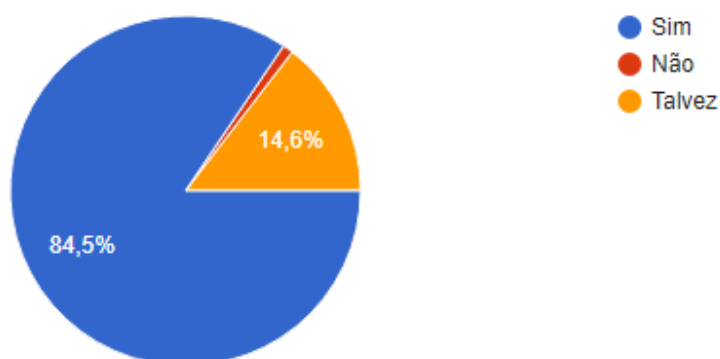
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Legenda: Escala de 1 a 5, sendo 1 “muito inútil” e 5 “muito útil”

Gráfico 13: Você estaria disposta a solicitar um serviço de uma prestadora via aplicativo?

Você estaria disposta a solicitar um serviço de uma prestadora via aplicativo?

103 respostas



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Ao analisar os gráficos acima, nota-se predominância no índice de insegurança por parte das mulheres em receber uma prestação de serviços por um homem em um cenário onde a mesma se encontra sozinha. Essa insegurança dá lugar à inclinação por preferir o recebimento do serviço por uma mulher.

Tendo em vista que a opção de contratar uma mulher para realizar o serviço necessário é por via de um aplicativo de celular, a disposição do público alvo em utilizar do aplicativo é alta.

2.2.3 Comportamento dos clientes

A partir dos dados acima, houve uma percepção grande acerca do medo e da preocupação quanto ao senso de proteção e segurança que as mulheres têm ao prestar ou receber um serviço de uma pessoa do sexo masculino estando sozinhas.

O objetivo da ArruMaria é trazer a solução para essa insegurança, oferecendo a plataforma como uma ponte, que conecta a cliente a prestadora de serviço, sendo esse o fator responsável pelo interesse das mesmas em utilizar o serviço.

2.2.4 Segmentação de mercado

Segmentação de mercado, segundo Lima e Richers (1991, p.16) é conhecer o mercado e encontrar segmentos, áreas, onde a empresa poderia encontrar seus melhores resultados.

2.3 Estudo dos concorrentes

“O sucesso de uma organização depende não só de as características de seus negócios atenderem aos requisitos-chave de êxito na operação em mercados-alvo, mas também de superarem os pontos fortes dos concorrentes.” (KOTLER, 2000, p.98)

Para se iniciar um plano de negócios é preciso analisar o público-alvo, de que maneira os objetivos serão obtidos e como o produto ou serviço será oferecido. Mas também é necessário identificar analisar quais são os seus concorrentes. A partir dessa identificação e análise é possível definir qual(is) será(ão) o(s) diferencial(is) que empresa oferecerá. É necessário avaliar bases como as características, pontos fracos e fortes, relação custo versus benefício e suas estratégias de marketing.

Seguindo esse critério a ArruMaria realizou uma pesquisa de identificação dos principais concorrentes em São Paulo - SP.

Figura 2: Matriz de concorrentes

Empresas comparadas	Se vira, mulher!	Manas à obra	Mana manutenção	Porto seguro
Tempo de Atuação	4 anos	5 anos	5 anos	63 anos
Pontos fortes	Parceria com grandes empresas	Inclusão de atendimento a pessoas do público LGBTQIA+	Grande abrangência de serviços em várias cidades	Grande abrangência de serviços
Pontos fracos	Baixo número de colaboradoras	Baixa abrangência de serviços	Preços elevados	Dependência contratual e carência
Estratégias	Realização de workshops	Inclusão de todo o público LGBTQIA+	Oferecimento de cursos de especialização	Asseguração residencial e de autos no mesmo contrato
Benefícios da estratégia	Grande procura	Mais abrangência na procura	Maior procura de mulheres para serem prestadoras de serviços	Redução nos preços

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

2.4 Estudo dos fornecedores

De acordo com Kotler e Armstrong (2007), os fornecedores manifestam uma conexão essencial no sistema administrativo de entrega de valor. Oferecem artifícios importantes para que a organização tenha condições de efetuar seus serviços.

A ArruMaria conta com fornecedores para o escritório físico, para acarretar boas condições de trabalho, garantir o bem estar dos colaboradores e o bom funcionamento cotidiano do serviço.

A empresa conta com a Kalunga para o fornecimento de itens de papelaria como canetas, lápis, borrachas, blocos de notas de papel adesivo, fitas adesivas, folhas de sulfite recicladas, entre outros itens. Para o fornecimento dos uniformes e itens personalizados da empresa como mouse pads, canecas e squeezes a ArruMaria conta com a Artcor Brasil.

Para o oferecimento de cafés na empresa, a empresa conta com aluguel de uma máquina multi-bebidas, fornecido pela Multicafé. E, para os insumos para a máquina a ArruMaria conta com a Hot Coffee.

2.5. Fatores-chave de sucesso (FCS)

Segundo HOOLEY (2001), uma boa estratégia empresarial se trata daquela que outorga à empresa a conquista de alguma vantagem persuasiva no alto de seus concorrentes a um dispêndio permissível.

Os fatores de sucesso são postos-chaves que, quando bem executados, anuem o crescimento e o desenvolvimento de uma empresa dando a ela o poder de atingir seus objetivos. Em contraparte, quando estes fatores são inadvertidos, podem contribuir para o revés da empresa e acarretar problemas para permanência das atividades da mesma.

Os principais fatores-chave da ArruMaria são:

- **Relacionamento com público específico:** estabelecer um público particular é um potente fator chave de sucesso pois possibilita total foco em atender e investir no público-alvo, e, desse modo assim dedicar-se a um ponto exclusivo do negócio. Com o foco na especificidade do público aumenta a possibilidade de criar um forte alicerce de referências, dado que a empresa mergulha nas preferências do seu público e permite se concentrar nas necessidades dos clientes e nas exigências totais do mercado. Frente à segmentação de mercado pode-se observar a especificidade do público-alvo da ArruMaria.
- **Marketing digital e relacionamento:** o marketing digital se trata de ações de comunicação que as organizações podem utilizar para promover e comercializar seus produtos e/ou serviços. Deste modo a ArruMaria terá um profissional da área de marketing que irá promover as publicações através de posts patrocinados e interagir com o público por meio de redes sociais. No marketing de relacionamento o objetivo

é a fidelização dos clientes. Para reforçar essa relação de proximidade, a empresa oferece benefícios e cupons de desconto para garantir a satisfação dos clientes. A ArruMaria além de interagir com os clientes pelas redes sociais também terá um SAC no aplicativo e telefone de contato para resolver problemas ou atender necessidade dos mesmos.

- **Inovação e tecnologia:** outro fator de sucesso da ArruMaria é a intenção de modernizar o processo de solicitar um serviço. O mercado se modifica e se torna cada vez mais tecnológico e se abastece de novas ferramentas virtuais. A empresa se iniciará com processos modernizados, desse modo, não tendo que aguardar os efeitos contraproducentes para modificar os processos. O investimento em inovação e tecnologia dá a chance ao empreendedor de aumentar a sua capacidade de produção e de se organizar.

3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

A avaliação estratégica é necessária para manter o planejamento no caminho certo, por meio de dados e análises para projetar o futuro da empresa e garantir que as estratégias adotadas sejam eficazes definindo a maneira em que deverá se portar diante do mercado.

De acordo com Kotler e Armstrong (1999, p. 23) “O planejamento estratégico é o processo de desenvolvimento e manutenção de uma referência estratégica entre objetivos e capacidades da empresa e as mudanças de suas oportunidades no mercado”

Sendo assim será analisado através da análise SWOT da empresa, suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças no mercado inserido.

3.1 Análise da matriz F.O.F.A. (SWOT)

A análise da Matriz SWOT é uma ferramenta essencial para uma organização, pois é através dela que a empresa consegue ter uma visão clara e objetiva no mercado inserido, sobre quais são suas forças e fraquezas no ambiente interno e suas oportunidades e ameaças no ambiente externo, dessa forma com essa análise é possível elaborar estratégias para obter vantagem competitiva e melhorar o desempenho organizacional.

Segundo Chiavenato e Sapiro (2004, p. 188) “A função da análise SWOT é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. Esse cruzamento forma uma matriz com quatro células, e para cada célula haverá uma indicação de que rumo tomar.”

Foi elaborado a matriz SWOT definindo as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da ArruMaria:

Figura 3: Análise SWOT



Fonte: elaborado pelas autoras (2021).

Diante da SWOT é possível analisar melhor o ambiente interno e externo que a empresa enfrentará:

Forças

- **Inovação:** a empresa intermediará vários tipos de serviços via aplicativo, realizado de mulheres para outras mulheres;
- **Fácil acesso via app com segurança:** um aplicativo garante fácil acesso e segurança ao usuário com possibilidade de ser baixado no próprio celular pela Apple store ou Play store onde terão avaliações dos usuários;
- **Equipe própria de desenvolvimento do app:** trará mais segurança e controle para a empresa;
- **Baixo custo:** o foco será trabalhar no desenvolvimento do aplicativo manutenção e divulgação do mesmo, não acarretando demais custos finais.

Fraquezas

- **Dificuldade em encontrar prestadoras de serviço:** já que é algo recente no mercado voltado para as mulheres, geralmente esses cargos que envolvem prestação de serviços são ocupados pelo público masculino;
- **Dificuldade em padronizar o serviço:** pois dependerá da formação e maneira com que cada prestadora trabalha;
- **Limitação da localidade:** os serviços são limitados a específicas regiões de São Paulo, não tendo possibilidade inicialmente de atender a todas localidades.

Oportunidades

- **Aumento de contrato de serviços juntamente com índice de empregabilidade feminina:** houve um aumento pelo hábito de contratação de serviços juntamente com o índice de empregabilidade feminina, beneficiando a empresa que necessita desses dois pontos;
- **Aumento da utilização por app's:** cada vez mais as pessoas utilizam de celulares no seu dia a dia, com isso é cômodo utilizar das ferramentas disponíveis como os aplicativos que facilitam acesso e otimizam tempo;
- **Poder aquisitivo do cliente:** estrategicamente foi escolhido atuar na cidade de São Paulo – SP, uma cidade com grande número de habitantes que possuem uma renda melhor, sendo eles a maioria do público feminino, fazendo com que seja possível contratar os serviços disponíveis;
- **Ausência de concorrente que faça o mesmo:** por mais que a empresa tenha concorrentes, não foi identificado na região nenhum concorrente que trabalhe com a intermediação de serviços femininos via aplicativo.

Ameaças

- **Concorrentes substitutos:** será uma ameaça para empresa os concorrentes que oferecem diferentes tipos de planos que envolvem prestação de serviço incluso no contrato;
- **Cenário econômico e político instável:** com a instabilidade relacionado ao vírus Covid-19, a crise no Brasil, alta do dólar e etc. a empresa pode enfrentar riscos e dificuldades para alcançar seus objetivos no mercado;
- **Ameaça de entrada de novos concorrentes:** O capital necessário de certa forma é acessível para ingressar nesse mercado que não necessita

de tantos investimentos para funcionar, dessa forma se torna fácil a entrada de novos concorrentes futuros.

4 PLANO DE MARKETING

Acerca do plano de marketing, pode-se afirmar que:

Quando as pessoas falam sobre um plano de negócios, elas normalmente se referem a um documento formal escrito que especifica todos os principais fatores necessários à concepção ou inovação de uma empresa, seja ela pequena ou grande; um documento escrito que ajuda a esclarecer seu pensamento e lhe dá algo ao qual se referir mais tarde.

(MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2005, P.196)

4.1 Estratégia de produtos e serviços

A estratégia de fornecimento dos serviços oferecidos pela empresa ArruMaria, visa facilitar o acesso ao trabalho predisposto com segurança física e emocional para as mulheres maiores de 18 anos. Assim os serviços oferecidos no aplicativo ArruMaria será prestado por mulheres qualificadas e certificadas.

Portanto a fim de facilitar a vida da cliente a empresa fornece um direcionamento claro via formulário de necessidade, ao qual especifica o serviço que sanará a demanda da cliente.

A seguir, estão elencados os serviços oferecidos no aplicativo ArruMaria:

- **Reforma de móveis:** verniz, pátina, pinturas;
- **Instalação:** prateleiras, micro-ondas, TV, painel de TV, cortinas e persianas, armários, varal, veda porta, caixa de correio, araras, suportes de plantas, quadros;
- **Pinturas:** fachadas e ambientes internos, portas, pisos, pequenos reparos em paredes, verniz;
- **Instalação elétrica:** luminárias, tomadas, interruptores, instalação de chuveiros e resistências, extensões para novas ligações elétricas;
- **Hidráulica:** sifão, torneiras, ducha higiênica e filtro de cozinha, eliminação de goteiras e vazamentos em geral, limpeza de caixa d'água;
- **Aparelhos eletrônicos:** home theater, computador, interfone e campainhas, antenas, extensão de telefone;
- **Jardinagem:** limpeza de terrenos, adubação, irrigação e plantio em geral;
- **Diversos:** montagem e desmontagem de móveis para mudança; troca de puxadores e dobradiças de armários, limpezas das casas, estantes e roupeiros, instalação de corrimão, divisórias.

A matriz BCG tem como principal objetivo fornecer informações para a tomada de decisão referente aos serviços do portfólio. A matriz evidencia quais produtos se deve construir (ampliar a participação de mercado), manter, colher os lucros ou abandonar.

Para essa análise os serviços são expostos nos quadrantes: Ponto de interrogação, estrela, vaca e cachorro. O quadrante da interrogação refere-se aos serviços que se encontram em um mercado que apresenta oportunidades de crescimento rápido, no entanto, ainda tem uma fatia de participação muito pequena. O quadrante da estrela refere-se aos serviços que detêm uma grande participação de um mercado que está crescendo rapidamente e, portanto, tem muitos concorrentes. O quadrante da vaca refere-se aos serviços líderes ou com grande participação em um mercado que já está maduro e crescendo moderadamente. O quadrante do cachorro refere-se aos serviços que já foram suas estrelas nas vendas e já não tem grande participação e se encontra em um mercado em declínio... é duro, mas está na hora de abandonar esse serviço. Vide na figura 4 a Matriz BCG da ArruMaria.

Figura 4: Matriz BCG



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

4.2 Preço

Refere-se a quanto e como será cobrado do cliente. De acordo com Kotler (2007, p. 262) [...] “No sentido mais escrito, preço é a quantia que se cobra por um produto ou serviço. De maneira mais ampla, preço é a soma de todos os valores que os consumidores trocam pelos benefícios de obter ou utilizar um produto ou serviço”. É o valor aceito por compradores e vendedores sob determinadas circunstâncias.

Preço é o único elemento do composto de marketing que produz receita. Nesse quesito, é importante salientar a volatilidade do preço que está diretamente ligada ao posicionamento de mercado. Uma empresa que pretende ter um posicionamento por uso ou aplicação, define o seu preço, pois a aplicação do serviço é a melhor estratégia para terrenos difíceis. Assim uma empresa que se diferencia, possui a estratégia de preço inelástica.

A empresa ArruMaria não aposta em proposta de menor preço. Pois a formação de preço é realizada com base na estimativa dos custos, ou seja, as sócias analisam o plano financeiro periodicamente com a frequência mensal. Nesta análise verifica os custos fixos, os custos variáveis, o faturamento, o capital de giro e a porcentagem de rentabilidade. Logo após, calculam um valor fixo direcionado ao aplicativo devido a utilização e realizam mais um cálculo referente a média da frequência do serviço, a qualificação da prestadora e os materiais de trabalho utilizados, para definir o mínimo e o máximo de comissão repassado para a prestadora após a avaliação satisfatória do cliente.

Portanto as estratégias que abrangem o preço são de curto prazo com grande variação, sendo formadas com previsão de uso do último mês.

4.3 Estratégias promocionais

De acordo com Kotler, o “[...] mix de promoção de uma empresa consiste na combinação específica de propaganda, promoção de vendas, relações públicas, vida pessoal e marketing direto que, a mesma utiliza para ter contatos diretos com o cliente e construir um relacionamento com eles [...]”.

Ao analisar o perfil da ArruMaria, pode-se constatar a prática de duas combinações presente na teoria de Kotler. A primeira é promoção de venda, utilizada diretamente com a promoção ou desconto para a primeira contratação do serviço via aplicativo, ou seja, a empresa utiliza a promoção para chamar a

atenção do cliente, a empresa promove a divulgação do aplicativo, através da divulgação de posts patrocinados.

. Em seguida, relacionado sucessivamente com a primeira prática, o marketing direto também proporciona contatos individuais e diretos, tanto na comunicação com a prestadora, quanto no período de realização do serviço. Essas, promovem relações mais duradouras e concretas com cada cliente.

4.4 Estrutura de comercialização

Os serviços da empresa serão comercializados exclusivamente via aplicativo ArruMaria. Quanto a distribuição, será realizado através da prestadora que disponibiliza e executa o serviço contratado, para tal é necessário ir até a casa do cliente.

4.5 Localização do negócio

O impacto da localização é especialmente significativo, devido ao impacto nas receitas, no custo e na segurança dos clientes e colaboradores. Deste modo, a ArruMaria escolheu se localizar na cidade de São Paulo, a fim de atender toda a região Metropolitana de São Paulo.

A localidade da empresa é na Rua Afonso Sardinha, 320, Lapa, São Paulo - São Paulo CEP 05076-000.

5 PLANO OPERACIONAL

Segundo Malheiros; Ferla e Cunha (2005), o plano operacional explora todos os fatores relacionados à produção do produto ou serviço que a empresa irá oferecer. Nesta etapa que será definido como a empresa irá operar. Por isso, é conveniente que sejam consideradas as informações do estudo de mercado. São elas que estabelecerão o volume de produção, as expectativas do cliente, atributos como: preço, qualidade, design, sabor, pontos de compra, formas de pagamento etc. Desta forma, o plano operacional é considerado um plano de ação da empresa.

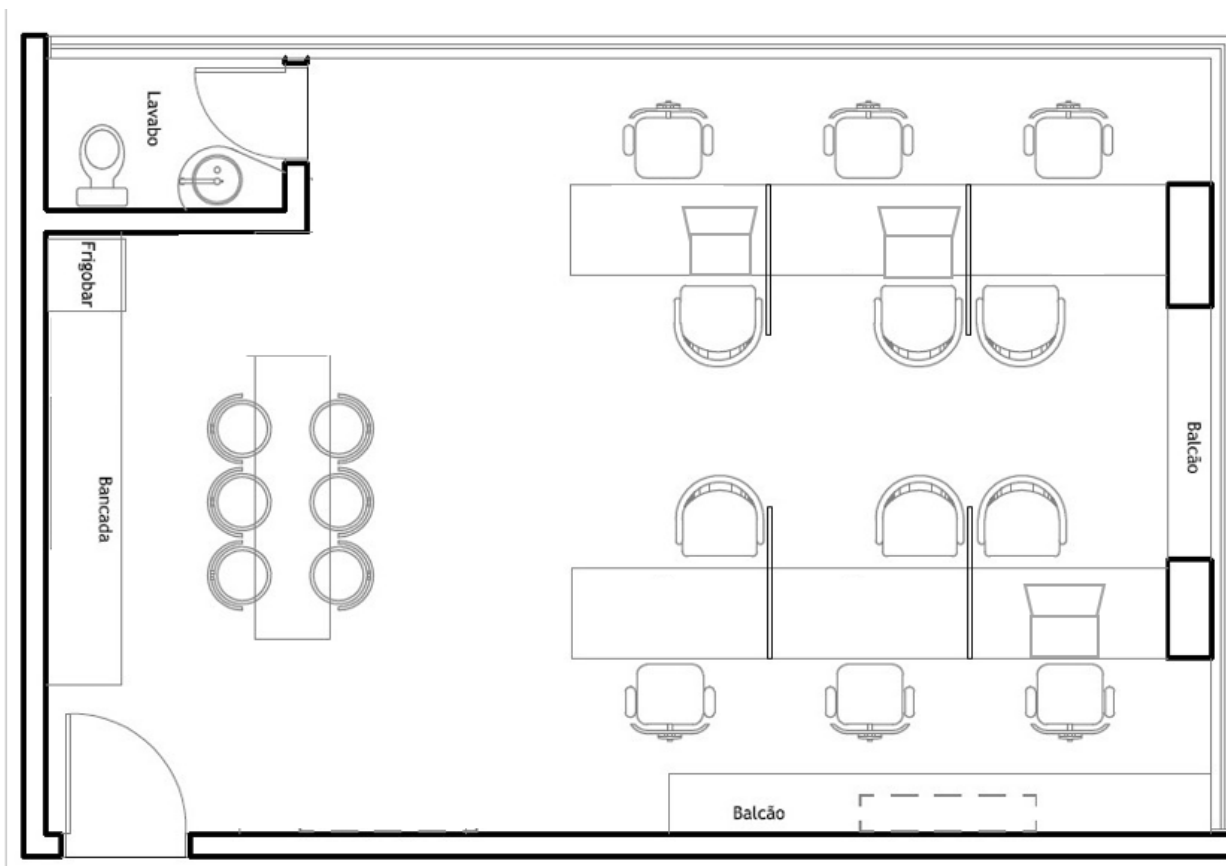
Neste tópico, serão demonstradas as formas que os serviços serão prestados e como estarão disponíveis, além de detalhar os processos, a estrutura, entre outros elementos. O planejamento operacional da ArruMaria tem total foco na gestão dos serviços e realização das atividades, garantindo total controle e qualidade das áreas.

5.1 Arranjo físico

Layout físico está relacionado ao posicionamento dos recursos de uma organização, afim de permitir melhor desempenho dos colaboradores e equipamentos. Segundo Slack, Chambers e Johnston 2000 pag. 7 “O arranjo físico de uma operação produtiva preocupa-se com o posicionamento físico dos recursos de transformação, de forma simples, definir o arranjo físico é decidir onde colocar todas as instalações, máquinas, equipamentos e pessoal...”

Em relação a ArruMaria haverá um escritório onde será realizado reuniões semanais entre toda a equipe, esse espaço será usado apenas diante da necessidade da equipe e sócias se reunirem, já que a empresa nos demais dias trabalhará home office, abaixo na figura 5 encontra-se o layout do mesmo.

Figura 5: Layout escritório



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Identificou-se que o layout do escritório é o funcional, com os recursos disponíveis posicionados, possuindo diversas formas de se deslocar no ambiente e sendo possível executar os processos necessários de maneira confortável e eficiente.

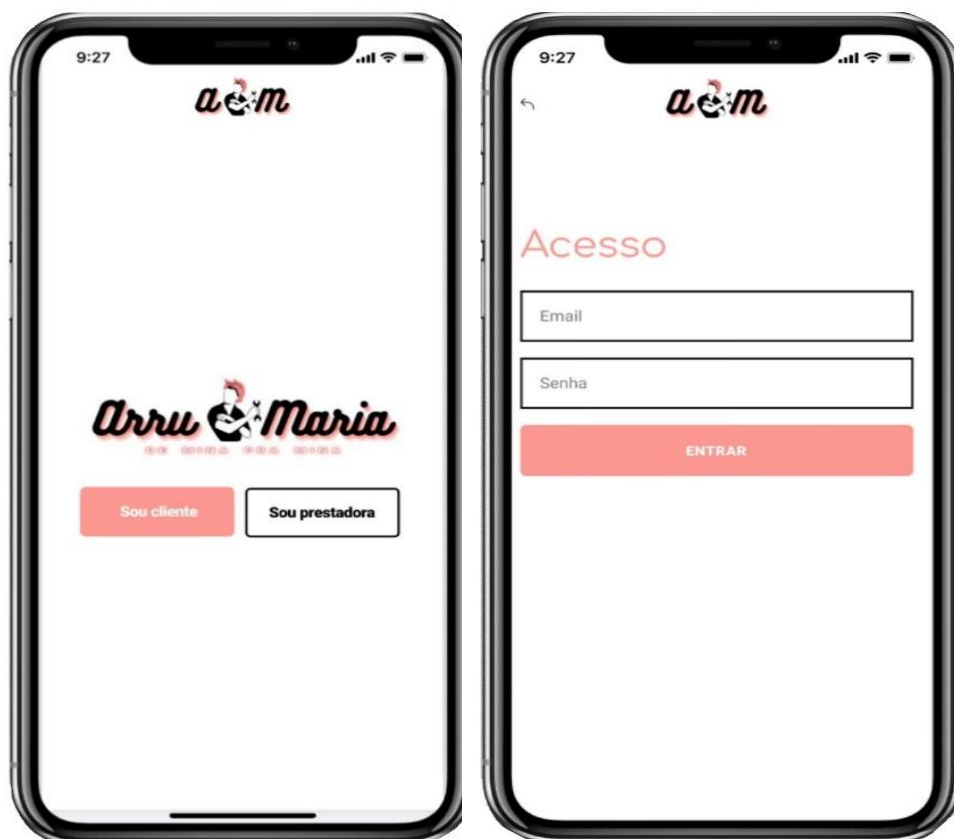
5.1.2 Definição e apresentação do APP

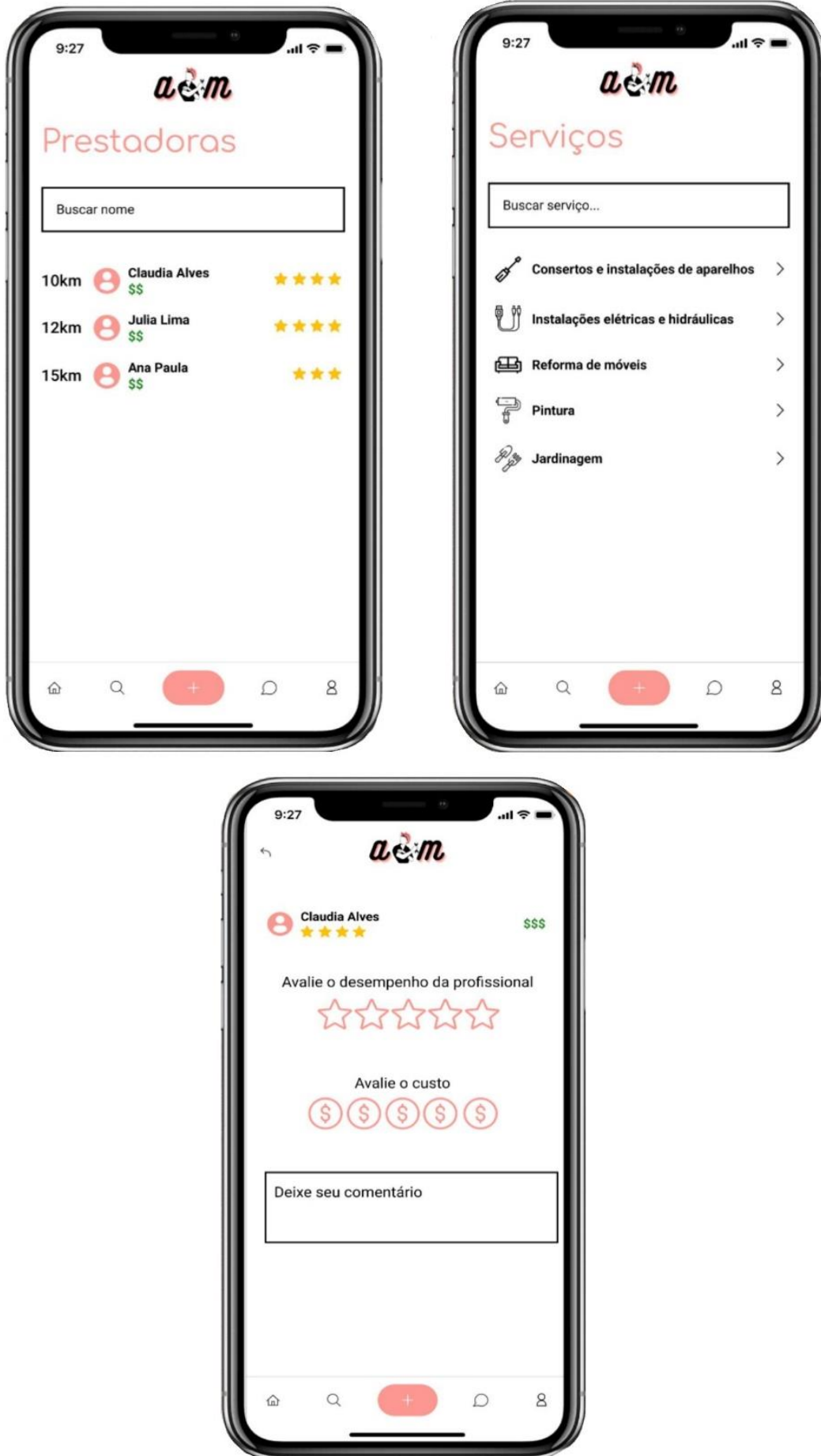
De acordo com o site Techtudo (2019) os aplicativos são ferramentas utilizadas nos dispositivos móveis ou aparelhos inteligentes, alguns gratuitos ou pagos, que desempenham várias funções, os aplicativos se tornaram indispensáveis para atender necessidades.

O aplicativo para dispositivo móvel da Arrumaria será a ferramenta principal, desenvolvida pela equipe de programadores, para que todos os processos sejam eficientes visualmente e bem apresentados, facilitando a comunicação e a intermediação do serviço entre a prestadora e a cliente, desde o acesso a área de cliente ou prestadora que enviará para a página de login ou cadastro, tipos de serviços e quais são disponibilizados, informações sobre as prestadoras como distância, disponibilidade, quantas estrelas possui de

avaliação, preço calculado pelo próprio aplicativo de acordo com o serviço, mão de obra e parte para a Arrumaria e no final a cliente irá avaliar o serviço que foi fornecido, as interfaces foram exemplificadas na figura 6:

Figura 6: Interfaces do APP





5.2 Capacidade produtiva

De acordo com Gaither e Frazier (2007), a empresa deve ter conhecimento do plano operacional, logo é necessário que haja um entendimento sobre a capacidade produtiva da empresa, para que este seja alinhado com os fatores financeiros do plano de negócio.

Para desenvolver todas as etapas a fim de atingir a produção necessária e eficaz, é preciso seguir alguns estágios. Dentre eles, o planejamento da capacidade produtiva.

A ArruMaria tem o objetivo de intermediar serviços de manutenções, limpezas e instalações a domicílio na capital de São Paulo – SP para mulheres, portanto foi adotada a estratégia de automatizar os processos por meio da tecnologia que serão executados pelo aplicativo a ser desenvolvido pela equipe para facilitar os trâmites entre a necessidade das clientes e as prestadoras de serviço, para encontrar o serviço desejado mais próximo e com segurança para as mulheres, dessa forma a empresa visa o aumento da capacidade produtiva, priorizando o desenvolvimento e manutenção do aplicativo trabalhando com uma equipe eficaz, utilizando estratégias de marketing através das divulgações nas redes sociais, indicações e etc. Tanto em busca de prestadoras de serviços, quando em busca de clientes que necessitem desses serviços.

No item 7. Plano financeiro será especificado e analisado mais a fundo a questão financeira da empresa.

5.3 Processos operacionais

Segundo Gaither e Frazier (2007), processos operacionais consistem em tudo aquilo que integra a Administração da Produção e Operação e possuem o objetivo de transformar a matéria-prima, bem como os insumos, no produto e/ou serviço final.

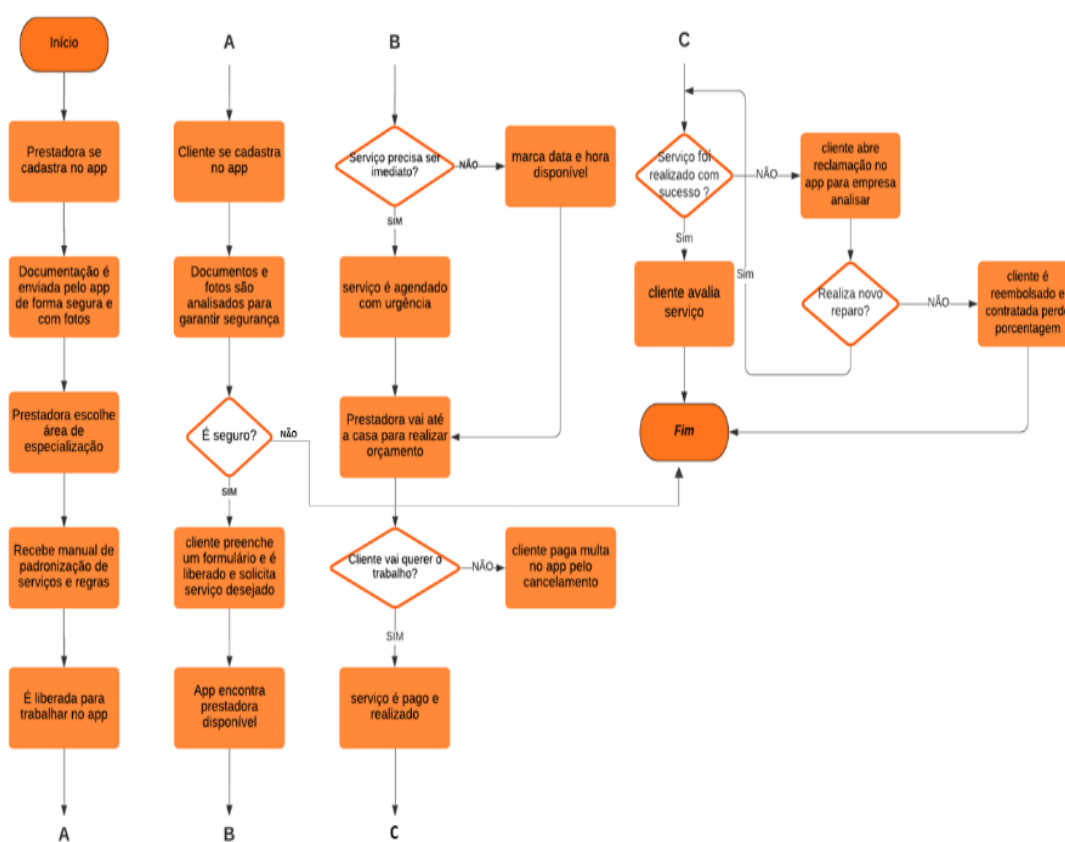
Será disponibilizado ferramentas necessárias para a equipe trabalhar home office e terão suporte por parte da gestora administrativa, sempre deverá ser compartilhado dados e arquivos relacionados ao aplicativo, a comunicação será essencial para o fluxo de trabalho, através de videoconferências ou reuniões presenciais de acordo com a necessidade.

Para detalhar os processos e otimizar tempo, foi desenvolvido o fluxograma que é uma representação gráfica da sequência de procedimentos,

que permite visualmente esquematizar e analisar um desenvolvimento passo a passo. Através dessa ferramenta é possível analisar se o trabalho está sendo realizado de maneira correta, tempo necessário, quem está realizando, e como está fluindo diante desse processo. “Os executivos das empresas devem estar cientes de que maior rapidez no circuito das informações, economias de mão de obra e de material, maior exatidão e são obtidas pela simplificação dos métodos administrativos”. (OLIVEIRA, 2007, p.257)

Os processos operacionais referentes da ArruMaria estão presentes no fluxograma no gráfico 14 que representa todo o processo de trabalho da empresa, desde o cadastro no aplicativo, até a prestação de serviço realizado.

Gráfico 14: Fluxograma



Fonte: Elaborado pelas autoras 2021.

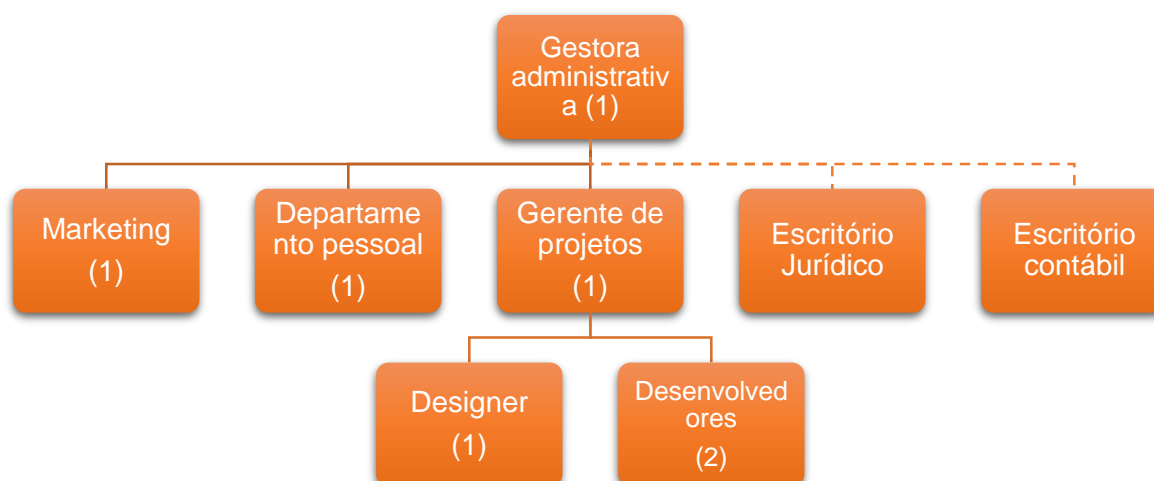
5.4 Necessidade de pessoal

Para garantir o bom funcionamento de uma organização, é preciso que haja um quadro de colaboradores eficientes e qualificados, de acordo com as

funções e tarefas a serem desempenhadas. A seguir foi especificado o cargo e funções representadas a seguir:

- **Gestora administrativa:** Sócia da empresa, responsável pela gestão da equipe, implementações estratégicas e setor financeiro.
- **Departamento pessoal:** Sócia da empresa responsável pelo setor de RH, contratações, supervisão e seleção das prestadoras de serviços ou funcionárias.
- **Marketing:** Sócia da empresa responsável pelo marketing para divulgação e implementação de estratégias para atrair clientes e prestadoras de serviço para ingressar no aplicativo.
- **Gerente de projetos:** responsável pela criação e cronograma de projeto, distribuindo tarefas e supervisionando a equipe, também verifica a validação do aplicativo e possíveis erros.
- **Designer:** Responsável pela elaboração dos layouts das interfaces do app, desenvolvendo a usabilidade.
- **Desenvolvedor front-end:** Responsável por desenvolver a interface criada pela designer, desenvolve toda a parte de estrutura e estilo do app.
- **Desenvolvedor back-end:** Responsável pela implementação inteligente do app e aplicações de programação.
- **Contabilidade:** escritório que presta serviço contábil terceirizado, atuando em emissão de guias de impostos, processamento de folha de pagamento etc.
- **Escritório Jurídico:** escritório terceirizado responsável pelos contratos de trabalho das prestadoras, para que fique claro que a empresa é uma intermediadora de serviços.

Figura 7: Organograma empresarial



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Os colaboradores responsáveis pelo desenvolvimento e manutenção do app, serão profissionais pessoa jurídica pelo MEI (microempreendedor individual), que serão remunerados de acordo com as horas trabalhadas, afim de reduzir os custos com folha de pagamento e obrigações do vínculo empregatício, com menor burocracia possível para a empresa. Já os escritórios serão terceirizados, o jurídico para organizar a divisão societária e realização de contratos e melhor cumprimento da lei e o contábil gerenciar as finanças.

6 PLANO FINANCEIRO

De acordo com CHING (2010), o plano financeiro é onde se encontra as projeções do que a empresa deverá realizar, seja de médio e/ou longo prazo. O planejamento financeiro evidencia a estimativa dos custos fixos, os custos variáveis, o capital de giro, a demonstração de resultados, o ponto de equilíbrio e o prazo de retorno do investimento. Portanto o planejamento oferece ao gestor elementos para que se antecipe e possa ter uma opção já calculada, caso precise tomar uma decisão. Logo, o plano financeiro esclarece todo o resultado obtido com o planejamento financeiro, sendo a última etapa do plano de negócios, pois apresenta a viabilidade do projeto a partir do investimento inicial projetado.

6.1 Estimativa dos investimentos fixos

Para o início das atividades da ArruMaria, foram investidos pelas sócias, o valor total de R\$120.000,00 (cento e vinte mil reais) com a intenção de realizar a compra de todos os bens necessário para a abertura da empresa. Vide tabela 3.

Tabela 3: Capitais

Capitais	Valor do Investimento	
Sócia Gabrielle de Souza Duarte	R\$	40.000,00
Sócia Talita Buzoni	R\$	40.000,00
Sócia Thiany H. Casaes Pereira	R\$	40.000,00
Total	R\$	120.000,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.1.1 Máquinas e equipamentos

A cotação foi realizada nos sites das Lojas Americanas, do Mercado Livre, da Magazine Luiza e da Amazon, lá foram selecionados os produtos de melhor qualidade a um custo baixo de máquinas e equipamentos para a ArruMaria conforme evidenciado na tabela 4.

Tabela 4: Máquinas e equipamentos

Descrição do item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Servidores	1	R\$ 298,08	R\$ 298,08
Segurança da informação (Antivírus)	1	R\$ 219,99	R\$ 219,99
Notebook	7	R\$ 2.224,50	R\$ 15.571,50
Impressora a laser	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Total:			R\$ 17.089,57

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.1.2 Móveis e utensílios

Para a realização da compra dos móveis e utensílios da ArruMaria foi considerado o trabalho home office realizado pelos colaboradores. As cotações foram realizadas nos sites das Lojas Americanas, do Mercado Livre, da Magazine Luiza e da Amazon, lá foram escolhidos os itens de melhor qualidade a um custo baixo conforme mostra a tabela 5.

Tabela 5: Móveis e utensílios

Descrição do item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Cadeira Escritório Giratória c/ Rodas	7	R\$ 298,08	R\$ 2.086,56
Mesa de Reunião	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Armário Arquivo	2	R\$ 4.449,00	R\$ 8.898,00
Mouse	7	R\$ 45,90	R\$ 321,30
Mouse Pad	7	R\$ 15,00	R\$ 105,00
Teclado	7	R\$ 35,00	R\$ 245,00
Suporte Ergonômico para Notebook	7	R\$ 32,50	R\$ 227,50
Lixeira Telada para Escritório	1	R\$ 23,49	R\$ 23,49
Total:			R\$ 13.406,85

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.1.3 Veículos

A empresa não terá um veículo próprio, devido à baixa necessidade de locomoção que o trabalho home office proporciona.

6.1.4 Locação

Acerca da locação foi escolhida uma região de fácil acesso as marginais Tietê e Pinheiros, a fim de facilitar a locomoção dos colaboradores da companhia quando necessário. Vide na tabela 6, os custos de locação do imóvel.

Tabela 6: Locação do imóvel

Descrição do item	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Aluguel da Sala Comercial	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
IPTU (Parcelado)	8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00
Total:			R\$ 2.040,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.1.5 Total dos investimentos fixos

Foi utilizado as cotações dos móveis e utensílios, das máquinas e equipamentos, do veículo e da locação mencionados anteriormente para calcular o total dos investimentos fixos. Portanto, o valor total dos investimentos fixos da ArruMaria é de R\$ 32.536,42

6.2 Capital de giro

Segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p174), define-se capital de giro como os recursos necessários para custear a diferença entre os ativos circulantes e os passivos circulantes operacionais. Logo, o capital de giro se transforma, constantemente dentro do ciclo operacional para atender as demandas financeiras.

6.2.1 Estimativa do estoque inicial

A empresa ArruMaria trabalha com infoprodutos, as atualizações são realizadas de acordo com a necessidade da demanda. Logo, temos alta rotatividade de usuários e não trabalhamos com um estoque mínimo, devido ao trabalho ser divulgado de forma eletrônica e não física.

6.2.2 Investimento do capital de giro

Para o cálculo do capital de giro foi utilizado o valor total investido pela empresa e dele subtraído o total dos investimentos fixos e os investimentos pré-operacionais. Assim, o capital de giro da empresa ArruMaria é R\$ 85.113,58. Logo, esse valor resguarda o caixa mínimo, adicionado a margem de segurança que poderá ser utilizado em possíveis eventualidades.

6.2.3 Resumo do capital de giro

O capital de giro da empresa ArruMaria é R\$ 85.113,58 esse cobre os custos com as máquinas e equipamentos, móveis e utensílios e locatário. A empresa trabalha com uma taxa fixa de 30% para o aplicativo, independente do valor do serviço contratado ou da forma de pagamento selecionado.

6.3 Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré-operacionais são todos os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que o negócio abra as portas e comece a faturar. Vide tabela 7.

Tabela 7: Investimentos Pré-operacionais

Descrição do Investimento	Valor do Investimento	
Registro da marca e patente	R\$	200,00
Alvará de localização e funcionamento	R\$	250,00
Alvará do Corpo de Bombeiros	R\$	800,00
Licença da Vigilância Sanitária	R\$	100,00
Outdoor	R\$	1.000,00
Total	R\$	2.350,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.4 Investimento total

O valor total investido pela empresa ArruMaria foi de R\$120.000,00 dado que corresponde a soma dos investimentos fixos, do capital de giro e dos investimentos pré-operacionais.

O capital de giro de R\$ 85.113,58 é composto pelo estoque inicial, o caixa mínimo (que representa o valor que a empresa precisa ter disponível para cobrir os custos até que as contas a receber de clientes entrem no caixa) e a margem de segurança que poderá ser utilizado em possíveis eventualidades. Vide na tabela 8 o investimento total da empresa.

Tabela 8: Investimento Total

Descrição do Investimento	Valor do Investimento	
Investimento Fixo	R\$	32.536,42
Capital de Giro	R\$	85.113,58
Investimento Pré-operacionais	R\$	2.350,00
Total	R\$	120.000,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

Para o cálculo do faturamento mensal da empresa é necessário saber o preço de venda unitário do serviço.

Para isso considere as seguintes informações:

- O valor gasto com o servidor para o suporte do aplicativo é de R\$ 298,08;
- Custos fixos: 10%;
- Impostos: 6,14%;
- Custos com a mão de obra: 10%
- Depreciação: 0,025 (Total % anual ÷ por 12 meses).

Com base nessas informações, foi calculado o seguinte preço unitário: R\$ 298,08 + 10% (custo fixo) = R\$ 327,88 + 6,14% (impostos) = R\$ 348,02 + 4% (mão de obra) = R\$ 382,82 + 0,025 (depreciação) = R\$ 382,85.

De acordo com a pesquisa de mercado realizada pelo grupo, é possível afirmar que 60,8% dos clientes recebem renda mensal entre R\$1.000,00 a R\$ 5.000,00 reais. Portanto um valor médio estimado para a prestação de serviço é 10% da média da renda, ou seja R\$ 300,00.

A ArruMaria cobra uma taxa fixa, pelo serviço prestado via aplicativo 30% do valor total, sem a inclusão do frete de deslocamento que fica por conta do cliente. Portanto, devido à diversidade, não foi calculado o real preço unitário de cada serviço, mas sim o preço médio dos serviços.

A partir disto, foi criada uma estimativa de quanto a ArruMaria pretende faturar mensalmente. Vide tabela 9.

Tabela 9: Quantidade de serviços vendidos no primeiro mês

Opções de serviços	Quantidade (serviços contratados mensalmente)	Valor mínimo (cobrado pela prestadora)	Valor máximo (cobrado pela prestadora)	Faturamento mínimo(mensal)	Faturamento máximo (mensal)
Reforma de móveis	10	R\$ 100,00	R\$ 800,00	R\$ 300,00	R\$ 2.400,00
Pinturas	10	R\$ 250,00	R\$ 3.000,00	R\$ 750,00	R\$ 9.000,00
Instalação	40	R\$ 50,00	R\$ 500,00	R\$ 600,00	R\$ 6.000,00
Instalação Elétrica	30	R\$ 150,00	R\$ 800,00	R\$ 1.350,00	R\$ 7.200,00
Hidráulica	10	R\$ 600,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.800,00	R\$ 3.600,00
Aparelho eletrônicos	5	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 750,00	R\$ 1.500,00
Jardinagem	25	R\$ 110,00	R\$ 250,00	R\$ 825,00	R\$ 1.875,00
Diversos	20	R\$ 30,00	R\$ 1.500,00	R\$ 180,00	R\$ 9.000,00
				R\$ 6.555,00	R\$ 40.575,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.6 Estimativa do custo unitário do serviço

A composição do cálculo do custo unitário do serviço é a soma do custo da mão de obra direta, mais o custo do material direto. A tabela 10 mostra a estimativa do custo unitário do serviço intermediado pela ArruMaria.

Tabela 10: Estimativa do custo unitário do serviço

Custo Unitário		
Valor mínimo por hora prestadora	R\$	21,00
Custo do material direto	R\$	-
Total:	R\$	21,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.7 Estimativa dos custos de comercialização

De acordo com o site Contabilizei, a ArruMaria se encaixa na tabela do simples nacional, participante do setor de prestação de serviços, anexo IV. Vide tabela 11.

Tabela 11: Simples Nacional 2021 - Anexo IV

Faixa	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)
1a Faixa	Até 180.000,00	4,5%	-
2a Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	9,0%	R\$ 8.100,00
3a Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	10,20%	R\$ 12.420,00
4a Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	14,00%	R\$ 39.780,00
5a Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	22,00%	R\$ 183.780,00
6a Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,00%	R\$ 828.000,00

Fonte: Contabilizei, Contabilidade Online.

O cálculo para apurar o regime tributário do simples nacional é $(RBA12 \times ALIQ) - PD / RBA12$.

Sendo:

- RBT12: Receita Bruta Total acumulada nos doze meses anteriores; (média de faturamento)
- Aliq: alíquota nominal constante;
- PD: parcela a deduzir constante.

Deste modo, o cálculo consiste em: $(R\$ 282.780 \times 9,0\%) - 8.100 \div 282.780 = 6,14\%$ (alíquota efetiva).

Isso significa que a empresa ArruMaria, irá pagar uma taxa de 6,14% ao mês sobre o faturamento, essa taxa corresponde a somatória de todos os impostos previstos pela (LC nº 123/06, art. 18, § 5º-C; Resolução CGSN nº 94/2011, art. 25-A, § 1º, IV), que entrou em vigor em 1 janeiro de 2018 e está em vigor até o ano de 2021. Sendo assim, o valor total a pagar em impostos no primeiro mês será de **R\$ 1.446,89** considerando o valor médio de faturamento R\$ 23.565,00.

Portanto, como a ArruMaria se encontra no anexo IV não incide sob a tributação do fator “R”, como as empresas caracterizadas no anexo V do simples nacional.

6.8 Apuração dos custos dos materiais diretos e mercadorias vendidas

Os materiais diretos são os materiais utilizados para a realização da prestação de serviço. No caso da ArruMaria, como a tabela de serviços é ampla, o material necessário para a realização do serviço, é custeado pelo cliente. Logo, o custo dos materiais diretos, não entram no custo unitário do serviço.

6.9 Estimativa dos custos com mão de obra

De acordo com o site VB Meu mundo RH, a empresa ArruMaria pode contratar pessoas jurídicas desde que o trabalho não tenha vínculos empregatícios tais como: pessoalidade, subordinação, onerosidade e, principalmente a não eventualidade.

A ArruMaria trabalha com contratação de pessoas jurídicas através da celebração de um contrato de prestação de serviços, os honorários do prestador devem estar incluídos no valor do serviço cobrado pela pessoa jurídica, o pagamento só é efetuado através da emissão de Notas Fiscais.

Em suma, a empresa contrata colaboradores reconhecidos no mercado que oferecem serviços, via PJ. A relação de trabalho/ faturamento não se compromete devido as sócias analisarem o trabalho entregue pelos profissionais. Sendo assim, a ArruMaria não trabalha com a contratação CLT e não tem custos com encargos sociais e trabalhista.

Para que seja identificado a estimativa do custo com a mão de obra, foi somado o valor total previsto com os gastos dos colaboradores, e multiplicado pelo total de horas trabalhadas durante o contrato vigente. Vide tabela 12.

Tabela 12: Estimativa do custo com a mão de obra

Descrição	Valor da hora	Previsão de horas trabalhas	Valor total
Sócia Gestora administrativa	R\$ 9,10	220	R\$ 2.002,00
Sócia Departamento pessoal	R\$ 9,10	220	R\$ 2.002,00
Sócia Marketing	R\$ 9,10	220	R\$ 2.002,00
Gerente de projetos	R\$ 44,39	176	R\$ 7.812,64
Designer	R\$ 18,70	176	R\$ 3.291,20
Desenvolvedor de front-end	R\$ 24,95	176	R\$ 4.391,64
Desenvolvedor de back-end	R\$ 18,47	176	R\$ 3.250,72
Total:			R\$ 24.752,20

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.10 Estimativa do custo com depreciação

A depreciação ou desvalorização é o custo da obsolescência dos ativos imobilizados, como por exemplo máquinas, veículos, móveis, imóveis ou instalações.

Segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.174), a depreciação deduz o valor da receita de uma empresa sem afeitar o caixa. Isso ocorre após um bem ou serviço se deteriorar fisicamente ou tornar-se ultrapassado devido ao fator tempo.

A depreciação foi calculada em cima dos bens que são utilizados para a realização do aplicativo. Vide tabela 13.

Tabela 13: Depreciação

Bens	Valor da aquisição	Vida útil (ano)	Taxa Anual	Depreciação Anual
Máquinas e Equipamentos	R\$ 17.089,57	5	10%	R\$ 1.708,96
Móveis e Utensílios	R\$ 13.406,85	10	10%	R\$ 1.340,69
Total:				R\$ 3.049,64

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Conforme foi apresentado na tabela 13, o total a depreciar é de R\$3.049,64.

6.11 Estimativa de custos fixos operacionais mensais

De acordo com o site portal de contabilidade, os custos fixos são aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção. Vide tabela 14.

Tabela 14: Estimativa dos custos fixos

Descrição	Quantidade mensal	Valor mensal	Valor total
Depreciação	1	R\$ 254,13	R\$ 254,13
Escritório contábil	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Escritório jurídico	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Internet +post patrocinado	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
Aluguel máquina de café	1	R\$ 260,00	R\$ 260,00
Produtos de limpeza	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Servidor	1	R\$ 298,08	R\$ 298,08
Aluguel da Sala Comercial	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
IPTU	1 de 8	R\$ 130,00	R\$ 1.040,00
Total:			R\$ 3.982,21

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.12 Estimativa dos custos variáveis operacionais mensais

De acordo com o site portal de contabilidade, é classificado como custos ou despesas variáveis aqueles que variam proporcionalmente de acordo com o nível de produção ou atividade. Seus valores dependem diretamente do volume produzido ou volume de vendas efetivado num determinado período. Vide tabela 15.

Tabela 15: Estimativa dos custos variáveis

Descrição	Quantidade mensal	Valor mensal	Valor total
Energia	1	R\$ 72,82	R\$ 72,82
Água e esgoto	1	R\$ 37,06	R\$ 37,06
Insumo máquina de café (Chocolate solúvel)	1	R\$ 44,90	R\$ 44,90
Insumo máquina de café (Cappuccino solúvel)	1	R\$ 45,90	R\$ 45,90
Insumo máquina de café (Leite em pó)	1	R\$ 19,70	R\$ 19,70
Insumo máquina de café (Café solúvel)	2	R\$ 48,72	R\$ 97,44
Camisetas	14	R\$ 59,90	R\$ 838,60
Squeezes	7	R\$ 20,90	R\$ 146,30
Canecas	7	R\$ 16,00	R\$ 112,00
Mouse-pads	7	R\$ 16,90	R\$ 118,30
Papelaria	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Previsão de pagamento colaboradores	1	R\$ 24.752,20	R\$ 24.752,20
Total:			R\$ 26.405,22

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

- A tarifa cobrada pela energia do estado de São Paulo, é: 0.516 R\$/kWh;

- Cálculo da tarifa:
- $7 \text{ (lâmpadas)} \times 100 \text{ w} \times 24\text{h} \times 4\text{d} / 1.000 = 67,2 \text{ kwh/mês} \times 0,516 = \text{R\$ } 34,68$;
- $7 \text{ Equipamentos} \times 110\text{w} \times 24\text{h} \times 4\text{d} / 1000 = 73,92 \text{ kwh/mês} \times 0,516 = \text{R\$ } 38,14$;
- Total de energia gasto R\$ 72,82 em média.
- Os itens personalizados tais como: camisetas, squeezes, canecas e mouse-pads, são itens com a frequência de compra semestralmente.

6.13 Demonstrativo de resultados

De acordo com o dicionário financeiro, o Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE), é um relatório contábil, que exhibe, de maneira sucinta, as execuções de uma empresa em determinado período e o resultado apurado, que pode ser de lucro ou prejuízo.

Para a elaboração do demonstrativo do resultado da ArruMaria foi utilizado a média de faturamento projetado. Pois a empresa é recente no mercado e não tem clientes consolidados. Vide o resultado apurado na tabela 16.

Tabela 16: Demonstrativo do resultado

Descrição	Valor (R\$)	
Receita total das vendas	R\$	23.565,00
(-) Impostos sobre as vendas	R\$	1.446,89
(=) Lucro bruto	R\$	22.118,11
(-) Custos variáveis totais	R\$	1.653,02
(=) Lucro operacional	R\$	20.465,09
(-) Custos fixos totais	R\$	3.982,21
(-) Gasto com pessoas	R\$	24.752,20
(=) Demonstrativo de Resultados (lucro ou prejuízo)	-R\$	8.269,32

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

6.14 Indicadores de viabilidade

Segundo o site siteware, os indicadores de viabilidade financeira são ferramentas utilizadas para embasar decisões em relação a investir ou não em

uma ideia de negócio. É um método utilizado no plano financeiro para avaliar a viabilidade de seu negócio.

6.14.1 Ponto de equilíbrio

Conforme o site sage blog, o ponto de equilíbrio é a condição na qual o total de receitas de uma companhia é exatamente igual ao total de despesas. Nessa condição, tanto o lucro quanto o prejuízo são iguais a zero.

O principal fundamento do ponto de equilíbrio é identificar qual é o valor mínimo que a empresa precisa faturar todos os meses para honrar todas as suas dívidas. A ideia é que a companhia obtenha o valor mínimo necessário para saldar todas as suas dívidas sem que haja prejuízo ou que seja preciso utilizar o capital de giro.

O cálculo do ponto de equilíbrio é feito da seguinte maneira:

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

(*) Índice da Margem de Contribuição = $(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) \div \text{Receita Total}$

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}}{\text{Receita Total}}$$

Sendo assim, foi realizado o cálculo, conforme evidenciado abaixo os resultados foram:

$$\text{Margem de contribuição} = (\text{R\$}40.575,00 - \text{R\$}26.405,22) \div 40.575,00 = 0,35$$

$$PE = \text{R\$} 3.982,21 \div 0,35 = \text{R\$} 11.377,74/\text{mês.}$$

O ponto de equilíbrio é de R\$ 11.377,74 ao mês. Isso significa que a ArruMaria precisa vender no mínimo em reais R\$ 11.377,74, para que consiga cobrir seus custos.

6.14.2 Índice Lucratividade

Uma outra ferramenta muito utilizada é o índice de lucratividade e, segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.154), o qual apresenta a viabilidade dos lucros após o investimento inicial.

O cálculo do índice de lucratividade é realizado da seguinte maneira: $(\text{Lucro líquido} \div \text{Receita total}) \times 100 = \text{Índice de Lucratividade em porcentagem.}$

O Índice de Lucratividade (IL) é um ótimo indicador para analisar a capacidade do empreendimento em gerar lucros a partir do projeto desenvolvido. Esse indicador mostra se o projeto é viável e/ou está precisando ser melhorado, e no pior cenário, não iniciar o projeto.

6.14.3 Rentabilidade

De acordo com o site Sebrae, a rentabilidade é a relação entre o valor do lucro líquido e o investimento realizado. Ou seja, é o percentual de remuneração obtido a partir da quantia investida no negócio.

6.14.4 Prazo de retorno do investimento (Payback)

De acordo com o dicionário financeiro, Payback é um indicador do tempo de retorno de um investimento. Diz respeito ao período que a empresa irá levar para devolver as sócias o dinheiro inicialmente aplicado.

O cálculo de payback é feito da seguinte maneira: Valor investido ÷ Lucro mensal = retorno financeiro.

Deste modo, $R\$120.000,00 \div R\$ (8.269,32)1 =$ aproximadamente 14 meses e meio para a empresa recuperar o investimento tomado esse mês, considerando a média de faturamento e não o valor possível projetado de faturamento) e a partir disto deve ser realizado um novo cálculo de payback para as sócias saberem quando irão obter o retorno completo de seus investimentos.

7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

O imprevisto é um grande problema enfrentado pelas organizações, até mesmo por aquelas que se encontram, de certo modo, mais preparadas. A resposta a ações circunstanciais pode trazer impactos nocivos à empresa, de maneira positiva ou negativa. Não obstante, para tornar os imprevistos em acontecimentos menos recorrentes os gestores aplicam a ferramenta de construção de cenários para prever diversas situações e as possíveis procedências e tomadas de decisões.

Esses cenários são simulações do que tem chance de ocorrer desde o pior dos casos até o melhor deles. Por esses e outros motivos, essa construção é tida como uma ferramenta analítica, bem como de tomada de decisões. (GODET; ROUBELAT, 1996; GAUSEMEIER; FINK; SCHLAKE, 1998, apud TADEU, SILVA).

- **Cenário pessimista:** O cenário pessimista se dá quando o faturamento apresenta-se menor do que os custos. Na ArruMaria, esse tipo de cenário se daria quando o número de solicitações mensais não for alcançado, tendo um faturamento mensal inferior a R\$30.387,43. Nesse caso a empresa não obterá lucro e não disporá de capital suficiente para arcar com as despesas, sendo necessária a utilização do capital de giro. Nesse cenário é necessário evitar o máximo de perdas e criar ações preventivas como reduzir custos e pró-labore, rever contratos e melhorias, diversificar os canais e comunicação com o público alvo, alterar a proposta de marketing, investir em possíveis estratégias de alianças comerciais de forma com quem a parceria aumente os resultados garantindo a sobrevivência da empresa.
- **Cenário realista:** Para que um cenário seja realista, o faturamento e os custos apresentam-se próximos ou iguais, isto é, aquilo que a ArruMaria receber mensalmente através das solicitações requisitadas durante o mês deve ser igual ou próximo a R\$30.387,43. Esse valor será suficiente para liquidar seus custos; desse modo não gerará lucratividade, porém não precisará utilizar do capital de giro. Comparado ao cenário pessimista este cenário pode não ser considerado ruim, entretanto, não é considerado algo desejável para a empresa, nem que a mesma se encontre

predominantemente neste cenário, visto que uma empresa sem lucratividade, não consegue ir muito longe. Para Barney (2007) as estratégias de nível corporativo são ações empenhadas pela empresa para ganhar vantagem em diversos mercados ou setores simultaneamente. A estratégia de nível corporativo que se adequa para a ArruMaria no cenário realista é a de crescimento interno, atentando-se às oportunidades, buscando oferecer cada vez maior inovação que atenda a expectativas, manter um foco claro para atingir os objetivos, integrar a equipe para que trabalhe com sinergia para um bom desenvolvimento do aplicativo, para que a empresa possa crescer em um menor prazo para obter lucratividade.

- **Cenário otimista:** No o cenário otimista, o faturamento apresenta-se maior do que os custos, e acontece quando a empresa realizar o número estimado ou um número maior de solicitações mensais de serviços, assim tendo uma receita maior do que R\$30.387,43. Ao alcançar esse número, a ArruMaria conseguirá arcar com a quitação dos custos e obterá lucro. A estratégia de nível corporativo que mais se adequa para a empresa no cenário otimista é a de estabilidade, podendo dar ênfase em pontos de crescimento interno, mantendo o foco nos aspectos de sucesso e continuar atentando-se às oportunidades para que assim a empresa continue obtendo lucro e tenha oportunidades de expansão.

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

A elaboração do plano de negócio é essencial para projetar o possível sucesso de um empreendimento, pois traz ao empreendedor melhor controle de prováveis acontecimentos, previsão do que poderá afetar seus resultados, melhorar o modelo de gestão de seu negócio e obter informações necessárias para a tomada de decisões. No presente plano de negócio foram realizadas diversas análises da estruturação da empresa, sumário executivo, estudo de mercado, plano operacional, plano de marketing, plano financeiro, construção de cenários para estabelecer com clareza os objetivos e planejamentos da empresa.

Diante das análises, consultas bibliográficas e pesquisas realizadas, entende-se que a ArruMaria se encontra em um bom segmento de mercado, com diversas oportunidades e possível crescimento, pois busca por inovação e utiliza de tecnologias diversas voltadas para segurança e melhor oportunidades para as mulheres em uma metrópole, que por sua vez abrange um público promissor e obtém chances de expansão para demais regiões com poucos concorrentes, sendo possível ganhar vantagem competitiva a curto prazo.

Como todo negócio, é necessário projetar cenários para que seja possível enxergar possíveis riscos futuros relacionados as questões financeiras e administrativas, contudo, com a tomada de decisão correta a empresa pode se preparar para eventuais problemas para que não tenha prejuízos. Será necessário sempre ter uma visão realista do negócio e periodicamente atualizar as análises e projeções da empresa para sempre estar um passo à frente, principalmente nos primeiros meses, logo que, de acordo com o plano financeiro, inicialmente a empresa terá um prejuízo, sendo necessário após o retorno monetário desse prejuízo refazer o *payback*.

Conclui-se que o empreendimento do presente plano de negócio será viável tanto em oportunidades de mercado quanto em questões financeiras, inicialmente enfrentará impasses, sendo necessário um maior cuidado, todavia a empresa após esse início terá rentabilidade e terá possibilidade de crescer sucessivamente.

REFERÊNCIAS

Artcor Brasil, **Produtos**. Disponível em: <<https://artcorbrasil.com.br/produtos/>
<https://www.questionpro.com/blog/pt-br/publico-especifico/>> Acesso em 19/maio/2021.

BARNEY, J. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico: Fundações e Aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. 2ª ed.** – Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Contabilidade. Portal de contabilidade. Disponível em: <
<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/custo-fixo-variavel.htm>>. Acesso em 02/Junho/2021.

Contabilizei. Contabilidade online. Disponível em: < Anexo IV simples nacional: Tabela completa de atividades 2021 (contabilizei.com.br)>. Acesso em 02/Junho/2021.

DÂMASO Livia. **O que é app? Quatro perguntas e respostas sobre aplicativos para celular**. Techtudo, 2019. Disponível em <
<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/12/o-que-e-app-quatro-perguntas-e-respostas-sobre-aplicativos-para-celular.ghtml> > Acesso em 12 de abril de 2021.

Dicionário financeiro. Payback. Disponível em: <
<https://www.dicionariofinanceiro.com/payback/>>. Acesso em 10/Junho/2021.

Empresa Junior Mackenzie. **A importância da escolha correta de Regime Tributário**<https://www.jrmack.com.br/a-importancia-da-escolha-correta-de-regimeributario.php?gclid=Cj0KCQiA3YABhCnARIsAKYDH7tZAxw8ukiKHIN4B0xBYaPTPNXFCAMvGxvk7-ZwWSd9Jo4MC6b0dmlaAppBEALw_wcB> acesso em 17/janeiro/2020.

GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. **Administração da produção e operações**. Ed. 8, São Paulo, Thomson learning, 2007.

HOOLEY, G. J, et al, **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo: Prentice HallMakron 2001.

Hot Coffee, **Insumos**. Disponível em: <<https://www.lojahotcoffee.com.br/insumos-cafeteiras-expresso>> Acesso em 19/maio/2021.

Itaú Mulher Empreendedora, **Mulheres que Inspiram**: Priscila Vaiciunas, do Manas à Obra, oferece serviços de reparos domésticos sem o risco de abusos, assédios e discriminações. Disponível em: <<https://imulherempreendedora.com.br/inspiracao/mulheres-que-nsiram/mulheres-que-inspiram-priscila-vaiciunas-do-manas-a-obra-oferece-servicos-de-reparos-domesticos-sem-o-risco-de-abusos-assedios-e-discriminaces>> Acesso em 10/março/2021.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 7ªed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

KOTLER, Philip; Gary Armstrong. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Mana Manutenção, **Mulher conserta para mulher**. Disponível em: <<http://manamanutencao.com.br/>> Acesso em 09/março/2021.

Manas à Obra, **Manas à Obra – Prestação de Serviços**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/manutencaomulheres/>> Acesso em 10/março/2021.

MALHEIROS, R.; FERLA, L. A.; CUNHA, C. J. C. A. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis: IEA, 2005.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de Marketing** - Edição compacta. 5ª edição: Editora GEN Atlas. São Paulo-SP. 2012.

Sambatech, **O que é segmentação de mercado?**. Disponível em: <<https://sambatech.com/blog/insights/segmentacao-de-mercado/#:~:text=O%20objetivo%20de%20segmentar%20%C3%A9,possuem%20caracter%20C3%ADsticas%20e%20objetivos%20semelhantes.>> Acesso em 14/maio/2021

Multicafé, **As Melhores Máquinas de Bebidas Quentes**. Disponível em: <<https://www.multicafe.com.br/>> Acesso em 10/maio/2021. Acesso em 19/maio/2021.

OLIVEIRA, D. P. R.; **Sistemas, Organizações e Métodos: Uma abordagem gerencial**. Pag.257. 4ªed. São Paulo: Atlas, 2007.

Porto Seguro, **História Porto Seguro**. Disponível em: <<https://www.portoseguro.com.br/institucional/a-porto-seguro/historia>> Acesso em 22/março/2021.

ROSS, A Stephen; WESTERFIELD, Randolph W; JAFFE, Jeffrey; LAMB, Roberto. **Administração financeira**. Capítulos 2, 4, 5 e 6. Porto Alegre, AMGH 2015;

SALIM, Cesar Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Andrea Cecilia; RAMAL, SilvanaAna. **Construindo planos de negócios**. Capítulos 1, 4 e 6. Rio de Janeiro, Elsevier,2005

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. Pag. 7. São Paulo: Atlas 2000.

Se Vira, Mulher!, **Contrate mulheres!**. Disponível em: <<https://www.seviramulher.com/contrate-mulheres>> Acesso em 09/março/2021.

Siteware. Indicador de viabilidade. Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/blog/>>. Acesso em 09/Junho/2021.

Subchefia para assuntos jurídicos, **DECRETO-LEI Nº5,452, DE 1º DE MAIO DE 1943**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm#:~:text=Art.%203%C2%BA%20%2D%20Considera%2Dse,trabalho%20intelectual%2C%20t%C3%A9cnico%20e%20manual.> Acesso em 10/maio/2021

Subchefia para assuntos jurídicos, **DECRETO-LEI Nº13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm> Acesso em 11/maio/2021.

VB Meu mundo RH. Contratação Pessoa Jurídica. Disponível em: <<https://blog.vb.com.br/contratacao-pj/>>. Acesso em 05/Junho/2021.

5Sebrae. **Canvas: como estruturar seu modelo de negócio**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-como-estruturar-seu-modelo-denegocio,6dab288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> acesso 17/janeiro/2020.

APÊNDICE A– Contrato Social**INSTRUMENTO PARTICULAR DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE
LIMITADA
(Arrumaria gestão de serviços
LTDA)**

Resolvem pelo instrumento particular, os sócios constituir uma sociedade limitada, abaixo designados:

Gabrielle de Souza Duarte, brasileira, solteira, cursando gestão empresarial, nascida em 26/06/1999, natural em Americana portadora do RG nº55.759.010-4 e do CPF nº475.650.198-98, domiciliada na Rua Angelo Sans, 186 Parque Zabani CEP 134454-465 Santa Bárbara D' Oeste /SP;

Talita Buzoni, brasileira, solteira, cursando gestão empresarial, nascida em 05/10/1998, natural em Americana portadora do RG nº46.856.020-2 e do CPF nº426.205.678-20, domiciliada na Rua da Esperança, nº 153 - Jardim da Paz, CEP 13470-464 Americana /SP;

Thiany Helena Casaes Pereira, brasileira, solteira, cursando gestão empresarial, nascida em 13/01/1998, natural de São Paulo-SP, portadora do RG nº38.018.523-6 e do CPF nº481.263.030-83, domiciliada na Rua Cruz de Souza, 66, Jd. Amanda 1, CEP 13188-040, Hortolândia/SP;

**DA DENOMINAÇÃO, SEDE,
OBJETO E PRAZO.**

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade girará sob a denominação social de **Arrumaria gestão de serviços LTDA** e terá sede e foro na Rua Afonso Sardinha, 320, Lapa, São Paulo - São Paulo CEP 05076-000.

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade terá por objeto social a prestação de serviços em geral feito por mulheres para o público feminino, conforme previsto no artigo 25 do Decreto-Lei 9295/46 e serviços econômicos.

CLÁUSULA TERCEIRA: A sociedade iniciará suas atividades em 01 de Agosto de 2021 e seu prazo de duração é indeterminado.

DO CAPITAL SOCIAL E QUOTAS

CLÁUSULA QUARTA: O capital social será de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), dividido em 120.000 (cento e vinte mil quotas), no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, assim distribuídas:

- **Gabrielle de Souza Duarte**, já qualificada, subscreve e integraliza 40.000,00 (quarenta mil quotas), de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 40.000,00 (quarenta mil mil reais), neste ato em moeda corrente do país;
- **Talita Buzoni**, já qualificada, subscreve e integraliza 40.000,00 (quarenta mil quotas), de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 40.000,00 (quarenta mil mil reais), neste ato em moeda corrente do país;
- **Thiany H. Casaes Pereira**, já qualificada, subscreve e integraliza integraliza 40.000,00 (quarenta mil quotas), de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalizando R\$ 40.000,00 (quarenta mil mil reais), neste ato em moeda corrente do país;

CLÁUSULA QUINTA: As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, o direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

PARÁGRAFO ÚNICO: Se o alienante for os sócios administradores as quotas forem alienadas a terceiros ou mesmo a outro sócio, cuja condição profissional não for idêntica, o Contrato Social será alterado para cumprimento das restrições quanto ao artigo 25 do Decreto-Lei 9295/46 e para modificação do objeto social e da responsabilidade técnica.

CLÁUSULA SEXTA: A responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas quotas, mas todos responderão solidariamente pela integralização do capital social.

DA ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE

CLÁUSULA SÉTIMA: Ficam designados administradores todos os sócios, cabendo-lhes praticar os atos referentes à gestão social, representar a sociedade judicial e extrajudicialmente, sendo que o uso da denominação social será por, no mínimo, dois administradores, sempre em conjunto, vedado o seu emprego para fins estranhos ao objeto social, tais como, abonos, avais, fianças, seja a favor dos sócios, seja a favor de terceiros.

CLÁUSULA OITAVA Os administradores farão jus a uma retirada mensal, a título de pró-labore, em valores pelos mesmos estabelecidos, independentemente de alteração deste contrato.

DA RESPONSABILIDADE TÉCNICA

CLÁUSULA NONA: A responsabilidade técnica pela execução dos serviços profissionais prestados pela sociedade, de acordo com os objetivos sociais, estará assim distribuída entre os sócios:

- a. Gabrielle de souza Duarte, sócia, responderá pela parte gestão administrativa, previstos no art. 25, exceto os enumerados na sua alínea “c”, do Decreto-Lei 9.295 de 1.946;
- b. Talita Buzoni, sócia, responderá pela parte de departamento pessoal previstos no art. 25 do mencionado Decreto-Lei 9.295 de 1.946;
- c. Thiany H. Casaes Pereira, sócia, responderá pela parte de marketing no art. 25 do mencionado Decreto-Lei 9.295 de 1.946.

PARÁGRAFO ÚNICO: A sociedade não poderá outorgar responsabilidades técnicas a terceiros, inclusive da mesma categoria dos sócios, visto que as mesmas são indelegáveis.

DO EXERCÍCIO

CLÁUSULA DÉCIMA: O exercício social será encerrado no dia 31 de dezembro de cada ano, quando serão levantados o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício, e demais demonstrações e relatórios exigidos pelas normas contábeis e pela legislação, cabendo aos sócios na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

DA TRANSFERÊNCIA

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: A sociedade não se dissolverá pelo falecimento ou interdição de um dos sócios, mas continuará com os sócios remanescentes, sendo que o meeiro e os herdeiros do sócio falecido, ou representante do sócio que for declarado interdito somente poderão ingressar na sociedade observando-se o que dispõe o presente contrato sobre a substituição e admissão de novos sócios.

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios e que sejam estas identificadas.

CLÁUSULA DECIMA TERCEIRA: Os administradores declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

E, por se acharem assim, justos e contratados, assinam o presente instrumento juntamente com as testemunhas abaixo, em 3 (três) vias de igual teor, datilografadas e rubricadas apenas no anverso, devendo ser arquivado no Registro Público das Sociedades Mercantis (Junta Comercial) e no(s) órgão(s) de registro e fiscalização profissional.

São Paulo, _____ de _____ de _____.

Gabrielle de Souza Duarte

Talita Buzoni

Thiany H. Pereira Casaes

Visto do Advogado

TESTEMUNHAS:

Nome e

Nome e C.I.
