

# Plano de Negócio – Co-WorkKing's

## Sumário Executivo

Empreender no Brasil, como sabemos, não é uma tarefa fácil. A boa notícia é que outras despesas, como a locação de um escritório, a compra do mobiliário, instalação de linhas telefônicas e internet hoje são totalmente dispensáveis graças ao crescente número de escritórios compartilhados.

Para oferecer essa opção de facilidade contra o tradicional modelo de hoje, nós da **Co-WorkKing's**, viemos para reunir milhares de pessoas a fim de trabalhar em um ambiente inspirador e aqui você irá encontrar ambientes especialmente pensados para o trabalho autônomo, muito networking com pessoas de diversas áreas e toda a estrutura para receber seus clientes com um custo menor do que teria ao alugar uma sala comercial.

## O Segmento de coworkings

O compartilhamento de espaços corporativos já é comum em todo o mundo. Estima-se que atualmente cerca de 3% de todo o mercado global de escritórios já seja ocupado por espaços de coworking – número que deve chegar a impressionantes 30% até 2030. Por aqui, muito mais do que racionalizar os custos dos empreendedores, o modelo também tem atraído um grande número de pequenas e médias empresas e até algumas multinacionais que já veem nos escritórios compartilhados uma excelente opção para a alocação de equipes em projetos de curta duração.

Mas não é somente a questão financeira que tem atraído cada vez mais profissionais autônomos e empresas para os coworkings. A liberdade para trabalhar em um local descontraído e propício para o networking também é apontada como diferencial dos escritórios compartilhados.

## Equipe Gerencial

A equipe de gestão do **Co-Working's** é bastante diversificada e experiente, tendo uma formação acadêmica bastante completa, e experiências diversificadas.

## Plano de Marketing

Os principais produtos vendidos serão os planos (Ouro, Prata e Bronze) para os profissionais autônomos e a possibilidade de empresas de co-working anunciarem seus espaços para atrair novos clientes e ampliar seus lucros reduzindo a vacância em seus espaços. Essa estratégia aliada à metodologia de classificação dos espaços a ser utilizados pretende posicionar a empresa como a melhor opção para se aliar buscar melhores co-works com rapidez e confiabilidade.

## Plano Financeiro

A **Co-Working's**, tem um investimento inicial previsto de R\$31.500,00, e a maior necessidade de caixa da empresa será de cerca de R\$200.000,00 que acontecerá no início do 2º ano de funcionamento onde iremos abrir um espaço físico próprio.

Entretanto a empresa mostra-se bastante rentável, tendo uma TIR (**Taxa Interna de Retorno**) de 30% prevista para os anos seguintes.

### **Estratégias de Crescimento**

A equipe gerencial acredita que no prazo de 2 anos poderá vir a oferecer novos produtos em seu portfólio e expandir o empreendimento para outros locais, talvez abrindo até espaços próprios não anunciados por colaboradores/terceiros.

## **Conceito do Negócio**

### **Serviços**

Nossa empresa faz a classificação dos espaços de nossos colaboradores atribuindo um nota levando em consideração fatores como:

- Localização
- Capacidade de internet por usuário
- Tipo de mobiliário
- Tipos de salas/estruturas fornecidas
- Disponibilidade de salas de reunião
- Serviços de amenidades
- Ambiente climatizado
- Serviços de recepção

Os clientes, ao selecionarem um plano, deverão escolher entre 3 opções de pacotes:

**Ouro:** Pacote mais completo, futuramente iremos dar maiores detalhes.

**Prata:** Pacote intermediário, futuramente iremos dar maiores detalhes.

**Bronze:** Pacote básico de menor custo porém de qualidade, futuramente iremos dar maiores detalhes.

Devemos lembrar também que a organização e a limpeza deverão ser pontos fortes dos espaços da Co-Working's.

A equipe de gestão é bastante diversificada e experiente, tendo uma formação acadêmica bastante completa, e experiências diversificadas.

**Lucas Gaudio, X Anos, CEO.**

### **Experiência**

### **Educação**

**Mayron Freitas, X Anos, Diretor de Marketing Digital.**

**Experiência**

**Educação**

**Rafael Almeida, X Anos, Gerente de Novos Negócios.**

**Experiência**

**Educação**

**Augusto Oliveira, X Anos, Diretor Financeiro.**

**Experiência**

**Educação**

## Análise do Negócio

### *EVOLUÇÃO DO COWORKING NO BRASIL*

Depois da explosão de 2017, neste ano o mercado começa a se organizar e amadurecer para continuar evoluindo de forma mais sustentável.

No ano passado, tivemos um crescimento espantoso, com o mercado mais que dobrando de tamanho. Em 2018 essa taxa cai um pouco, como esperado, mas continua acelerada. Nesse mercado de mais de 200 milhões de pessoas, em que iniciar um negócio é tão difícil que afugenta até empreendedores experientes, a flexibilidade de espaços compartilhados começa a se espalhar cada vez mais.

Entretanto os números também revelam um aumento da concorrência no setor, com o surgimento de diversas novas franquias, buscando nichos diferentes de mercado.

### *ESTRUTURA & PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS*

Uma dualidade interessante começa a surgir este ano. Enquanto por um lado algumas marcas consolidam suas atividades, com espaços amplos e estruturados, no outro lado cada vez mais as pequenas empresas, os cafés e os centros comerciais abrem suas portas para a comunidade local, mesmo que ainda de forma improvisada.

Estamos vendo uma grande pluralização do perfil dos espaços. Hoje não existe “espaço ideal”. Cada um vem experimentando diferentes tipos de estrutura, com diferentes serviços e testando o que funciona. Ao passo que um pequeno espaço aposta na proximidade do fundador com os membros, shoppings espalhados pelo Brasil confiam na sua atratividade para inaugurar espaços de trabalho.

### *MATURIDADE DO NEGÓCIO*

O faturamento anual médio cresceu, mas a lucratividade mostra uma pequena queda em relação ao ano passado. No geral, o mercado movimentou um valor estimado de 127 milhões de reais em 2017.

Pela primeira vez levantamos o valor de investimento inicial necessário e também a origem dessa verba. Em empresas de grande porte, mais de 23% já contam com investidores externos como fonte principal de captação de recursos. No entanto, no cenário geral, capital pessoal corresponde à realidade da grande maioria.

### *A COMUNIDADE*

Pequenas empresas de até três pessoas são a grande massa do público nos coworkings. No total, estima-se que mais de 200 mil pessoas passem por um desses ambientes mensalmente.

Seja para frequentar eventos, conhecer o local, fazer uma reunião ou efetivamente ter o seu ponto de trabalho fixo, mensalmente uma pequena cidade passa pelos 1196 espaços de coworking brasileiros conhecidos. É um público bastante qualificado, com poder aquisitivo, cujos principais valores são compartilhar e aprender.

## Plano de Marketing

### Produtos

#### Pacote Ouro

Valor Aproximado: 1000 R\$. Em definição do que está contemplado

#### Pacote Prata

Valor aproximado: 500 R\$. Em definição do que está contemplado

#### Pacote Bronze

Valor aproximado: 300 R\$. Em definição do que está contemplado

### Parceiros e anunciantes

Será cobrado um % em cima do valor dos pacotes oferecidos pelos espaços e um vínculo de adesão dos parceiros com cobrança anual.

## Preço

Conforme o resultado da pesquisa de mercado, o modelo de plano mais utilizado pelos coworkes é o plano mensal onde cerca de 57% o utilizam, 10% utilizam por hora e 5% planos diários. Com foco nestes números, a **Co-Working's** irá oferecer os pacotes nessa modalidade:

A definir!

## Plano Financeiro

### Investimentos Iniciais

<i>Descrição</i>	<i>Valores em Reais</i>	<i>Tempo</i>
<u>Dominio .br</u>	<u>R\$ 40,00</u>	<u>Ao ano</u>
<u>Servidor dedicado</u>	<u>R\$ 18.000,00</u>	<u>Ao ano</u>
<u>Banco de Dados</u>	<u>R\$ 6.000,00</u>	<u>Ao ano</u>
<u>Load Balance</u>	<u>R\$ 4.960,00</u>	<u>Ao ano</u>
<u>Sistem Operacional</u>	<u>R\$ 2.500,00</u>	<u>Ao ano</u>
<u>Total</u>	<u>R\$ 31.500,00</u>	<u>Primeiro ano</u>

### Custos

Os custos variáveis foram estimados em 50% do valor de venda do produto.

Os custos fixos previstos ao final de 12 meses contando com um fluxo máximo de pessoas por hora no horário de pico da página.

### Evolução dos Resultados Financeiros

Como premissa para simplificar os cálculos financeiros foi adotado um consumo médio por cliente. Também não foram consideradas as depreciações dos ativos.

### Indicadores de Rentabilidades

© Este plano de negócios foi elaborado por Augusto Cesar de Castro dos Santos Oliveira. Todos os direitos reservados.