

**ISERV**



ALESSANDRO DOS SANTOS

ARAMIS NOGUEIRA

CINTIA DONABELA

DIEGO MEDEIROS

CUBATÃO/SP

NOVEMBRO/2019

Conteúdo

[PLANO DE NEGÓCIOS 4](#_Toc25180258)

[RESUMO DA EMPRESA E DOS PLANOS DE NEGÓCIO 4](#_Toc25180259)

[IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA 4](#_Toc25180260)

[RAMO DE ATIVIDADE 4](#_Toc25180261)

[VISÃO EMPRESA ISERV 4](#_Toc25180262)

[MISSÃO EMPRESA ISERV 4](#_Toc25180263)

[FORMA JURÍDICA 4](#_Toc25180264)

[ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO 5](#_Toc25180265)

[FONTE DE RECURSOS 5](#_Toc25180266)

[CAPITAL SOCIAL 5](#_Toc25180267)

[SÓCIOS DIRETORES 5](#_Toc25180268)

[ANÁLISE DE MERCADO 6](#_Toc25180269)

[PÚBLICO ALVO 6](#_Toc25180270)

[COMPORTAMENTO 6](#_Toc25180271)

[CONCORRENTES 6](#_Toc25180272)

[FORNECEDORES 6](#_Toc25180273)

[PLANO DE MARKETING 7](#_Toc25180274)

[ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO 7](#_Toc25180275)

[CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO 7](#_Toc25180276)

[NOSSA MARCA / NOSSO SLOGAN 7](#_Toc25180277)

[ESTRATÉGIA DA IMAGEM NO MERCADO 7](#_Toc25180278)

[PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS 7](#_Toc25180279)

[PREÇO 8](#_Toc25180280)

[ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS 8](#_Toc25180281)

[LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO 8](#_Toc25180282)

[PLANO OPERACIONAL 8](#_Toc25180283)

[PLANO FINANCEIRO 9](#_Toc25180284)

[INVESTIMENTO FIXO INICIAL 9](#_Toc25180285)

[IMPOSTOS 10](#_Toc25180286)

[FATURAMENTO 10](#_Toc25180287)

[MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO 10](#_Toc25180288)

[LUCRO ESPERADO PARA FATURAMENTO ESTIMADO 11](#_Toc25180289)

[CAPITAL DE GIRO 11](#_Toc25180290)

[CANVAS (Colar Imagem) 11](#_Toc25180291)

[SWOT (Colar Imagem) 11](#_Toc25180292)

[5 FORÇAS (Colar Imagem) 11](#_Toc25180293)

# PLANO DE NEGÓCIOS

## RESUMO DA EMPRESA E DOS PLANOS DE NEGÓCIO

De forma geral, a empresa proposta neste documento refere-se a um sistema que fará a divulgação de serviços, no qual permitirão a comunicação dos fornecedores e/ou prestadores e seus clientes, no caso, os chamados “usuários”. Os fornecedores/prestadores utilizarão nossa ferramenta como plataforma de propaganda dos produtos ou serviços oferecidos.

Temos como principal objetivo ser o elo ou a ferramenta de aproximação entre os usuários que precisam dos produtos e/ou serviços e aqueles que os fornecem. Através de nosso sistema, iremos propor que nossos clientes diretos terão maior visibilidade de seus anúncios e consequentemente, maior rentabilidade. O mercado é propício. Temos conhecimento de que existem sistemas similares, porém iremos aprimorar e buscar facilitar a experiência do cliente e do usuário. Outro diferencial a se destacar é a preocupação do pós venda no sentido de monitorar e acompanhar o usuário para garantir que tenham tido sucesso na contratação e que nos sinalizem se os serviços divulgados em nossa plataforma tenham sido de qualidade.

## IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nome: ISERV Ltda.

CNPJ: 00.000.000/0000-00

## RAMO DE ATIVIDADE

Prestação de serviços em divulgação.

## VISÃO EMPRESA ISERV

Tornar-se referência de plataforma para contração de serviços na Baixada Santista.

## MISSÃO EMPRESA ISERV

Facilitar a experiência do cliente e aumentar suas demandas através da divulgação feita em nossa plataforma, bem como, satisfazer o usuário que busca pelo serviço.

## FORMA JURÍDICA

Empresa formada por sócios administradores, no formato de Sociedade Limitada (Ltda).

## ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Simples Nacional – Âmbito Federal

## FONTE DE RECURSOS

O investimento inicial deste projeto será custeado e mantido pelos próprios sócios descritos no quadro a seguir, onde o valor investido será para as despesas mensais dos principais serviços necessários para manter o sistema em funcionamento, bem como custear os equipamentos necessários para o desenvolvimento e manutenção do mesmo.

O valor de investimento será relativamente baixo, uma vez que a maioria dos softwares necessários para o desenvolvimento do sistema será gratuita. Teremos também como recurso gratuito a divulgação através de redes sociais, logo não será necessário investimento financeiro para esta finalidade.

## CAPITAL SOCIAL

O capital inicial da empresa será no valor de R$10.000,00 (Dez mil reais) divididos em cotas iguais entre os sócios integrantes.

## SÓCIOS DIRETORES

|  |
| --- |
| Alessandro dos Santos  Coordenador de Desenvolvedor.  Avenida Piaçaguera, 1907, Guarujá/SP  Desenvolvimento dos principais das funcionalidades e layout do sistema.  Participante ativo nas tomadas de decisões. |
| Aramis Nogueira  Diretor Administrativo Financeiro  Rua Aurélio Pona, 25, São Vicente/SP  Responsável pela saúde financeira da empresa.  Tomador das decisões administrativas acerca dos processos |
| Cintia Donabela  Diretora de Marketing e Estratégias  Avenida das Américas, 407, Cubatão/SP  Coordenará as estratégias de buscas de novos clientes e fidelização da carteira de clientes já existentes.  Participante ativo nas tomadas de decisões |
| Diego Medeiros  Coordenador de Análise e Teste.  Rua M, 12 – Sítio do Campo – Praia Grande/SP  Responsável pela validação e testes dos dados e a comunicação direta com a área de desenvolvimento do sistema. Participante ativo nas tomadas de decisões |

# ANÁLISE DE MERCADO

## PÚBLICO ALVO

Temos com potenciais clientes os prestadores/fornecedores de produtos/serviços, com foco em primeiro momento nos profissionais que atuam informalmente e que não possuem expertise ou recursos próprios para difundir seus serviços. Como exemplo disto, temos os: Pedreiros, Faxineiros, Pintores, Eletricistas, dentre outros similares. Este, em contato com nosso sistema, utilizarão nossa ferramenta como veículo de propagação de seus produtos/serviços.

## COMPORTAMENTO

Atualmente, com a facilidade no uso de novas tecnologias, os usuários buscam sempre facilitar a forma como realizam suas atividades diárias, o que torna uma tarefa difícil e morosa, em algo simples, prático e rápido. Com isso, elas devem se sentirão atraídas por uma ferramenta que auxilie no processo de busca de serviços, de forma fácil e interativa, possível de recorrer em qualquer local com acesso à internet.

## CONCORRENTES

Temos conhecimentos da existência de concorrentes diretos, bem como estimamos ter outros que ainda são desconhecidos já que como se trata de um veículo de divulgação, há concorrentes voltados especificamente para este fim e outros que além deste tem por objetivo outras ferramentas em suas plataformas. Por conta disso, preferimos focar em uma ferramenta com o objetivo único de divulgação de serviços, em especial o prestador informal conforme mencionado. Como isso, buscaremos estabelecer sempre boa comunicação com nossos clientes e também os usuários, como nossa visão é uma região mais limitada, como a baixada santista, ao invés de ampliar o território já que nosso intuído é mantermos o mercado de forma mais próxima para mantermos uma boa visão e maior controle para que a as tomadas de decisão sejam mais efetivas e eficientes.

## FORNECEDORES

Pela necessidade de desenvolvimento contínuo em nossa área de sistemas, é imprescindível estabelecermos laços. Nossos fornecedores aparecem em alguns segmentos, como: Servidores de hospedagem confiáveis para evitarmos ao máximo, imprevistos relacionados à disponibilidade do sistema em rede. (Custo médio, curto prazo).

Vale mencionar também nossos fornecedores de serviços básicos, porém imprecindíveis para o bom funcionamento de nossa estrutura, como: Telefone, Internet, Água, Energia Elétrica.

# PLANO DE MARKETING

## ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

A princípio faremos utilização da internet e plano de indicação como forma de divulgar nossa plataforma.

## CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

A forma com a qual a empresa levará nossos serviços aos nossos futuros clientes será através da influência das Mídias Sociais, como exemplo: *Facebook*, *Instagram*, *Pinterest,* Mala Direta via *Whatsapp*, assim como pretendemos utilizar outros métodos similares a envios de e-mails por mala direta, programa de marketing direto focado em nosso cliente alvo, no caso os prestadores de serviços, abordagem de possíveis clientes em locais onde são ministrados cursos profissionalizantes (Ex.: SEBRAE) e uso do anúncio patrocinado nas mesmas mídias citadas no sentido de ter maior alcance orgânico, desde que limitado à nossa área de abrangência foco, a baixada Santista.

## NOSSA MARCA / NOSSO SLOGAN

Por acreditar que uma marca bem trabalhada pode contribuir de forma efetiva para o sucesso do nosso negócio. Por nos preocuparmos em transmitir ao nosso cliente a qualidade e a credibilidade da empresa buscaremos a consolidação de nossa imagem no mercado.

***“I$erv - O caminho mais curto entre o cliente e o profissional”***

## ESTRATÉGIA DA IMAGEM NO MERCADO

Empresa Digital

## PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Nossa plataforma, o **IServ** é um site que tem por finalidade fazer a conexão entre o cliente e o profissional autônomo. No sistema haverá uma plataforma de cadastro dos profissionais, em especial os autônomos, de diversas áreas de atuação. Em paralelo, disponibilizaremos um cadastro de clientes que farão requisições de serviços. Ao final da prestação do serviço, ou após o acesso dos clientes e usuários, será aplicada uma avaliação para ambos os lados, no sentido de certificar se houve de fato a prestação do serviço buscado, e checar se este serviço satisfez a necessidade do usuário.

## PREÇO

A remuneração será através do pagamento de Taxa Fixa Mensal e comissão referente ao serviço realizado dos profissionais autônomos que se cadastrarem em nosso site, a plataforma irá intermediar o aceite do orçamento e o pagamento que será efetuado com cartão de crédito do cliente que consta no cadastro do mesmo.

## ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Sistema de indicação onde o indicador ganhará uma comissão na primeira mensalidade do seu indicado, Degustação do site sem cobrança por um breve período para o cliente testar o alcance de usuários.

## LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

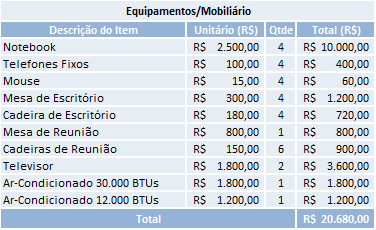
Por se tratar de uma plataforma digital, não se torna tão relevante a localização do escritório de desenvolvimento. Mesmo assim, caso haja possíveis reuniões com clientes que prefiram conhecer nossas instalações físicas, disponibilizaremos um local em endereço acessível.

# PLANO OPERACIONAL (Fluxograma)

# PLANO FINANCEIRO

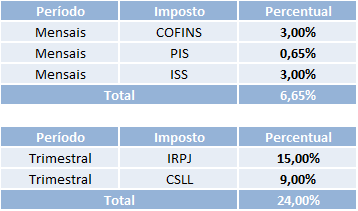
## INVESTIMENTO FIXO INICIAL







## IMPOSTOS



## FATURAMENTO

|  |  |
| --- | --- |
| Faturamento estimado | R$ 17.550,00 |
| Custos fixos | R$8.468,50 |
| Impostos | R$ 1.167,08 |

Com base de 15 escolas particulares de ensino fundamental/médio (sendo 3 no plano básico, 5 no plano intermediário e 7 no plano avançado), 10 escolas de ensino técnico (sendo 3 no plano intermediário e 7 no plano avançado) e 8 universidades de ensino superior (sendo as 8 no plano avançado).

## MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

|  |  |
| --- | --- |
| Faturamento | R$ 17.550,00 |
| (-) Custos fixos | R$ 8.468,50 |
| (-) Impostos | R$ 1.167,08 |
| Margem de contribuição | R$ 7.914.42 |

|  |  |
| --- | --- |
| ÍNDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO | 45,10% |

|  |  |
| --- | --- |
| PONTO DE EQUILIBRIO | R$ 18.777,16 |

## LUCRO ESPERADO PARA FATURAMENTO ESTIMADO

|  |  |
| --- | --- |
| Faturamento estimado | R$ 17.550,00 |
| Custos fixos | R$ 8.468,50 |
| Lucro | R$ - 553,45 |

## CAPITAL DE GIRO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Descriminação | 1º mês | 2º mês |
| Faturamento estimado |  | R$ 17.550,00 |
| Custos fixos | R$ 8.468,50 | R$ 8.468,50 |
| Saldo final | R$- 8.468,50 | R$ 9.081,50 |

|  |  |
| --- | --- |
| INVESTIMENTO NECESSÁRIO: | R$ 18.468,50 |

|  |  |
| --- | --- |
| TAXA DE RENTABILIDADE | 49,17% |

|  |  |
| --- | --- |
| PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO | 2 meses |

# CANVAS (Colar Imagem)

# SWOT (Colar Imagem)

# 5 FORÇAS (Colar Imagem)