

# Proposta Detalhada PRIME

**Sistema Web de gestão empresarial**

# Índice

## Dados cadastrais

Informações para contato .....	1
Caracterização da empresa .....	1

## A Empresa

Histórico da empresa e motivação para empreender .....	2
Estrutura Organizacional e Legal.....	2
Equipe Dirigente .....	2

## Os produtos e a tecnologia

Produtos e Serviços.....	4
Benefícios e Vantagens competitivas .....	4
Caracterização da Inovação .....	4
Caracterização da Oportunidade .....	5

## O mercado

Setor de Atuação .....	7
Clientela.....	7
Concorrência.....	8
Planejamento Estratégico .....	9

## Estratégias de marketing

Segmentação .....	10
Política de Preços .....	10
Ponto/Distribuição .....	11
Promoção & Divulgação .....	11
Relacionamento com clientes .....	11
Estratégias Futuras.....	12

## KIT PRIME

Sobre o apoio ao empreendedor (até dois empreendedores ou especialistas técnicos): .....	13
Sobre o apoio ao Gestor de Negócios:.....	13
Sobre o apoio à consultoria de mercado:.....	14
Sobre o apoio de consultorias em áreas de gestão:.....	15
Resumo do Orçamento .....	16
Apresentação da Contrapartida .....	18
Cronograma físico .....	19

## Projeções financeiras

Investimentos .....	21
Projeção de Vendas .....	21
Principais Custos e Despesas.....	22
Projeção de Resultados .....	22

Projeção de Fluxo de Caixa .....	22
Análises de Investimento .....	22

## **Plano de implementação**

### **Documentação que deverá ser entregue**

## A. Dados cadastrais

### A.1. Informações para contato

**Endereço:**

**Bairro:**

**Cidade:**

**UF:**

**CEP:**

**Telefone:**

**e-mail:**

### A.2. Caracterização da empresa

**Nome da Empresa:** Triveos Tecnologia

**Setor/Atividade:** 63.11-9-00 – Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet.

**CNPJ:**

**Razão Social:** Triveos Tecnologia Ltda.

**Data de Fundação:** 25/06/2008

A empresa possui alguma patente?

Sim

Não

De quem é a propriedade da patente?

Quando ela foi registrada/depositada?

## B. A Empresa

### B.1. Histórico da empresa e motivação para empreender

Durante o ano de 2003 participei do processo de fusão entre dois provedores de Internet de pequeno porte. Após a conclusão do negócio foi necessário adquirir sistemas de gestão financeira, relacionamento com clientes e de *Business Intelligence* para a empresa resultante. Infelizmente não foi possível encontrar uma aplicação que atendesse aos nossos requisitos e foi necessário, então, trabalhar no desenvolvimento de alguns sistemas e na melhoria e personalização de ferramentas existentes. Esse processo se mostrou extremamente complexo e caro.

Neste período imaginei como seria um sistema de gestão modular onde cada módulo desempenhasse bem apenas uma determinada função básica e através de mecanismos genéricos fosse possível integrar cada um desses módulos de maneira fácil e sem a necessidade de conhecimentos em desenvolvimento de software. Infelizmente, naquele momento, não foi possível encontrar tal “mecanismo genérico” e a idéia foi deixada em espera.

Com o surgimento da Web 2.0 e com minha familiarização com conceitos da Web semântica foi possível visualizar uma forma de atingir esses objetivos. A popularização da Internet e das soluções de software que são vendidos como serviços (*SaaS – Software as a Service*) me fez perceber uma oportunidade de negócio nessa área. Isso fez com que eu deixasse meu emprego de pesquisador num instituto de pesquisas da Nokia em Recife (INdT – Instituto Nokia de Tecnologia) e retornasse a Curitiba para iniciar a empresa.

O plano era financiar o desenvolvimento dessa aplicação com recursos obtidos através da prestação de serviços de consultoria em TI nas áreas de Web e *Embedded*, áreas onde possuía grande experiência e um bom número de clientes potenciais. Infelizmente, por ocasião da crise mundial, tive muitos contratos suspensos e tal financiamento se tornou inviável. Isso me forçou a rever o planejamento da empresa e também a buscar apoio junto à FINEP e com outros investidores.

O PRIME se apresentou como o programa ideal para atender às necessidades da empresa pois visa financiar exatamente o tipo de projeto que pretendemos desenvolver e, principalmente, prevê apoio para o empreendedor melhorar o seu plano de negócios.

### B.2. Estrutura Organizacional e Legal

A Triveos Tecnologia foi constituída na forma de uma sociedade Limitada composta por dois sócios:

- Osvaldo Santana Neto – possui o controle da empresa e 95% de suas quotas de capital social.
- \_\_\_\_\_ – não participa das atividades da empresa e faz parte do quadro societário para atender aos requisitos legais. A sua saída da sociedade acontecerá na revisão do contrato social prevista neste plano.

Com a mudança do contrato social prevista no projeto o quadro societário ficará distribuído entre três sócios com a seguinte proporção:

- Osvaldo Santana Neto – 34% das quotas e o controle da empresa
- \_\_\_\_\_ – 33% das quotas
- \_\_\_\_\_ – 33% das quotas

O papel de cada um desses sócios será descrito na no tópico “Equipe Dirigente”. A Triveos está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional.

### B.3. Equipe Dirigente

**Osvaldo Santana Neto**, é o controlador da empresa e tem quase 20 anos de experiência em desenvolvimento de software. Já trabalhou com desenvolvimento de vários tipos de software que vão desde os softwares de gestão até a aplicações de pesquisa tecnológica para empresas conhecidas mundialmente como Conectiva (atual Mandriva) e Instituto Nokia de Tecnologia. Também foi sócio de uma empresa de consultoria na área de TI e coordenador de equipes técnicas em algumas empresas.

Pouco antes do surgimento da Internet comercial no Brasil teve uma breve passagem (2,5 anos) pelo mercado publicitário e editorial onde adquiriu um bom conhecimento nas áreas de *marketing* (publicidade e promoção) e mídia.

Como desenvolvedor experiente ficará responsável pelo desenvolvimento e desenho da arquitetura do projeto alvo desta proposta.

Devido à sua participação ativa em comunidades de software livre de vários lugares (como palestrante, instrutor e colaborador no desenvolvimento de alguns deles) possui uma grande rede de contatos neste meio.

\_\_\_\_\_ é o outro desenvolvedor da empresa, Engenheiro Eletricista pelo CEFET-PR (hoje UTF-PR), com ênfase em eletrônica e telecomunicações. Participou de projetos em grandes empresas como \_\_\_\_\_ (diversos setores), \_\_\_\_\_ enquanto funcionário \_\_\_\_\_, também trabalhou na \_\_\_\_\_ sendo o responsável técnico por projetos de grande visibilidade e importância, como o \_\_\_\_\_ e o \_\_\_\_\_.

Também tem experiência internacional tendo participado de projetos na France Telecom e na Siemens Power Transmission and Distribution.

Como desenvolvedor será co-responsável pelo desenvolvimento do projeto alvo desta proposta.

\_\_\_\_\_ é brasileiro casado, 39 anos, trabalha a 20 anos com TI. Iniciou sua carreira na área de suporte à infra-estrutura (Sistemas Operacionais Unix e Banco de Dados Oracle) em empresas como a \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_.

Após esta fase foi trabalhar na \_\_\_\_\_, atual \_\_\_\_\_, na operação e suporte à processos de \_\_\_\_\_, nesta empresa também atuou fortemente na operação e suporte de integração de sistemas através de metodologias e ferramentas como \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.

Trabalhou com parceiros como HP, Oracle, \_\_\_\_\_, Webmethods, \_\_\_\_\_ e suas consagradas ferramentas HP-UX, Oracle, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. Esta experiência lhe rendeu uma ampla visão de todas as áreas e processos que envolvem TI.

É formado em Análise de Sistemas pela \_\_\_\_\_ e tem uma especialização (MBA) em Administração de Empresas de TI pela \_\_\_\_\_.

A mais de 3 anos é sócio e diretor de TI da \_\_\_\_\_, empresa com sede em \_\_\_\_\_ que disponibiliza produtos e serviços para gestão de TI focados principalmente para empresas do mercado \_\_\_\_\_.

Como especialista em administração ficará responsável pela coordenação das atividades relacionadas à gestão da empresa (gestão financeira, *marketing*, vendas). Graças à sua grande rede de contatos ficará responsável, também, pelas eventuais parcerias empresariais da Triveos. Também apoiará a empresa aportando recursos complementares aos do PRIME na empresa.

## C. Os produtos e a tecnologia

### C.1. Produtos e Serviços

O projeto apresentado aqui consiste do desenvolvimento de um software de apoio à gestão de micro e pequenas empresas brasileiras (ou estrangeiras), de qualquer segmento, que seja simples, fácil de usar e personalizável pelo próprio cliente.

O sistema será oferecido no modelo de Software como Serviço (*SaaS – Software as a Service*), através de uma interface Web rica (*RIA – Rich Internet Applications*) e poderá ser acessado de qualquer dispositivo com acesso à Internet. Apesar de ser um serviço iremos tratá-lo tanto como produto quanto como serviço ao longo desta proposta.

Em conjunto com o sistema desenvolvido por nós buscaremos oferecer material de suporte e apoio à gestão na forma de *blogs*, sistemas de conteúdo colaborativos (*wikis*), fóruns de discussão e até mesmo com a criação de uma rede social voltada para nossos clientes. Esses sistemas de apoio serão criados, sempre que possível, com o uso de software livre ou de serviços prontos na Internet (ex. Ning para rede social) para garantir a sua rápida implantação. O material disponibilizado nesses serviços será produzido inicialmente por nós (conteúdo original, traduções autorizadas, material cedido por outros sites ou material adquirido diretamente de autores). A colaboração dos clientes também será estimulada.

O produto será construído com foco na simplicidade de seu funcionamento para, a partir disso, buscarmos a facilidade de uso do mesmo. A simplicidade e a facilidade de uso aliadas ao material de suporte que ofereceremos tem como objetivo criar a percepção no cliente de que nosso produto é uma ferramenta de apoio à gestão e não apenas um sistema.

### C.2. Benefícios e Vantagens competitivas

Os principais diferenciais do nosso produto em relação aos produtos oferecidos pelos líderes do mercado são:

- **Foco na simplicidade e facilidade de uso** – micro e pequenas empresas possuem demandas mais simples do que as de grandes empresas. Não basta simplesmente adaptar funcionalidades de um software para atendê-las.
- **Modelo de venda do software como serviço** – um dos fatores que inviabilizam a adoção de uma ferramenta de apoio à gestão é o alto custo total de posse (*TCO – Total Cost of Ownership*) desse tipo de solução. Oferecer o software, os recursos humanos e a infraestrutura necessária na forma de um serviço que pode ser pago periodicamente diminui drasticamente esse custo.

Com relação aos concorrentes que também oferecem sistemas de apoio à gestão utilizando o modelo de software como serviço apresentamos os seguintes diferenciais:

- **Facilidade de personalização** – graças ao novo paradigma de modelagem de dados baseado nos conceitos de Web semântica é extremamente fácil personalizar a aplicação. Até mesmo os clientes que não possuem conhecimentos específicos em desenvolvimento de software poderão fazer certos tipos de personalização em seus sistemas.
- **Material de apoio e suporte** – os serviços existentes atualmente dedicam atenção quase exclusiva ao software que desenvolvem e não buscam atuar no apoio aos seus clientes no que tange às boas práticas de gestão empresarial.
- **Interface em português** – alguns dos principais sistemas concorrentes são de origem norte-americana ou inglesa e não dispõem de interfaces no idioma local. Isso é um diferencial importante para o mercado brasileiro. Nossa aplicação terá a sua interface em inglês e português.

### C.3. Caracterização da Inovação

A inovação apresentada no projeto desta proposta é tecnológica e consiste na utilização de conceitos de Web semântica na criação de um sistema de gestão empresarial. Esse tipo de abordagem nunca foi usada nesse tipo de sistemas e por essa razão estamos trazendo uma quebra de paradigma para o universo dos sistemas empresariais.

Para exemplificar a diferença entre o paradigma tradicional e o do nosso produto basta comparar alguns serviços de Webmail existentes: Yahoo! Mail, Hotmail e Gmail.

Os dois primeiros usam o paradigma tradicional para organizar e-mails em pastas, de maneira hierárquica, e um sistema de busca 'exato' que retorna exatamente o que se procura. O último usa um paradigma baseado em Web Semântica usando *labels/tags* no lugar das pastas, permitindo assim uma organização categorizada e não-hierárquica (adiciona semântica aos e-mails). O sistema de busca também funciona de maneira diferente ao retornar conteúdo relevante não importando se os resultados são exatamente o que foi procurado.

A vantagem dessa abordagem deriva do fato de que podemos criar facilmente um grande número de variações de configuração e personalizações no sistema sem que seja necessário habilidades em desenvolvimento de software.

O sistema de busca também torna a interação do usuário com o sistema muito mais simples pois permite efetuar buscas em todos os dados do sistema a partir de um único ponto da interface.

## C.4. Caracterização da Oportunidade

As micro e pequenas empresas brasileiras tem uma grande carência de softwares de gestão. Isso é facilmente percebido ao analisar o relatório "As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) nas MPEs brasileiras" ([http://www.sebraesp.com.br/conhecendo\\_mpe/estudos\\_tematicos/tecnologia\\_informacao](http://www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/estudos_tematicos/tecnologia_informacao)) elaborado pelo observatório das MPEs do Sebrae-SP. Este relatório mostra que 66% das micro e pequenas empresas brasileiras não utilizam softwares de gestão integrados. Num mercado de aproximadamente 6,5 milhões de micro e pequenas empresas temos um mercado potencial de até 4,2 milhões clientes.

Os cenários projetados, logo após a eclosão da crise mundial, pelo Observatório das MPEs ([http://www.sebraesp.com.br/conhecendo\\_mpe/estudos\\_tematicos/cenarios\\_2009\\_2015](http://www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/estudos_tematicos/cenarios_2009_2015)), também apontam que o total de micro e pequenas empresas irá crescer na base de 5,1% ao ano chegando à 8,8 milhões de empreendimentos em 2015. Estima-se também que 80% dessas empresas terão acesso à Internet.

Desde o dia 1º de julho de 2009 entrou em vigor a lei dos Micro Empreendedor Individual aumentam ainda mais os números de potenciais clientes. Por ser muito recente, as estimativas feitas pelo Governo Federal e entidades de apoio ao empreendedorismo ainda são insuficientes mas segundo o Sebrae pode existir mais de 11 milhões de microempreendedores na informalidade ([http://g1.globo.com/Noticias/Economia\\_Negocios/0,,MUL1101778-9356,00.html](http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1101778-9356,00.html)). É óbvio que apenas uma pequena parcela desses empreendedores necessite de um sistema de apoio à gestão ou possua acesso à Internet para usá-lo.

Outros dados importantes podem ser encontrados na "Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2008" organizado e publicado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil – [cetic.br](http://www.cetic.br/tic/2008/index.htm) em 2009 (<http://www.cetic.br/tic/2008/index.htm>) e são relativos ao tipo de conexão à Internet disponíveis nas empresas brasileiras que mostra que 87% das empresas entrevistadas possuem algum tipo de conexão com banda larga. Entre 3.500 empresas entrevistadas 1.700 (48%) delas são empresas de pequeno porte com um número de funcionários que varia entre 10 e 49.

Além de todos esses indicadores ainda existe o fato de que a necessidade de ter um software de gestão com as características apresentadas pelo nosso projeto já ocorreu com um dos fundadores na situação descrita no tópico "Histórico da empresa e motivação para empreender".

Os sistemas disponibilizados pela concorrência não atendem satisfatoriamente às micro e pequenas empresas por diversos motivos mas alguns dos mais relevantes são: alto custo de aquisição (TCO), pouca flexibilidade e a complexidade das ferramentas. A frequente falta de processos bem definidos em empresas desse porte costuma ser um fator impeditivo na adoção desse tipo de software.

A necessidade de um sistema de apoio à gestão que seja simples, fácil de usar, com custo de aquisição baixo e uma grande flexibilidade para personalização é uma realidade dentro das MPEs. Junta-se à esse sistema um material que dê apoio ao empreendedor na definição de processos em suas empresas e teremos uma solução completa para atender os nossos clientes.

Já com relação à nossa empresa, o custo baixo (e em queda) da infra-estrutura para hospedagem de serviços na Internet possibilita que os custos operacionais da empresa sejam muito baixos



permitindo assim manter uma margem de contribuição grande para o nosso produto mesmo praticando preços extremamente acessíveis para nossos clientes.

As formas de rentabilização também podem extrapolar a receita obtida com as assinaturas pois podemos agregar serviços diversos ao nosso produto (ex.: consulta de crédito, transações de pagamento eletrônico, emissões de NF-e, serviços de contabilidade e consultorias).

Por último, ao transformar a nossa aplicação em uma plataforma aberta para outros desenvolvedores podemos intermediar a venda de módulos desenvolvidos por terceiros aumentando ainda mais o valor de nossa solução para os nossos clientes e, com isso, aumentar também a rentabilidade do negócio.

## D. O mercado

### D.1. Setor de Atuação

Atuaremos no ramo de softwares de gestão integrados. O desenvolvimento deste tipo de software é bastante difundido e existe um bom número de concorrentes de peso no mercado brasileiro. A vocação brasileira para esse tipo de desenvolvimento é reconhecida mundialmente.

Segundo pesquisas realizadas pelo IDC (<http://idgnow.uol.com.br/mercado/2009/08/19/idc-mercado-brasileiro-de-ti-crescera-5-7-em-2009/>) o crescimento previsto para o mercado de TI é de 5,7% em 2009 (parecido com o crescimento do número de MPEs) com destaques para ferramentas analíticas (BI) e *SaaS (Software as a Service)*. Apesar da pesquisa também apontar uma perda de força no mercado de ERP essa perda só ficou aparente entre as empresas de grande porte.

O mercado de sistemas de gestão voltados para micro e pequenas empresas é extremamente fragmentado e ocupado quase exclusivamente por pequenas “software houses” que atendem seus clientes numa espécie de “varejo de serviços”. Esse modelo de negócios torna a margem de lucro dessas empresas tão apertada que dificulta muito o seu crescimento. As margens de lucro também não podem aumentar porque isso encareceria o software tornando-o inaccessível para seus clientes.

Difícilmente essas empresas conseguem atender a diversos segmentos do mercado pois, sem as idéias apresentadas por nós (semântica de objetos), é inviável efetuar personalizações que permitam a diversificação da clientela sem que o custo de manutenção dos sistemas aumente exponencialmente.

As barreiras de entrada nesse mercado, utilizando a Internet como meio de distribuição e vendendo o software como serviço, são baixas. A principal dificuldade para entrar no mercado vêm do fato de que os clientes precisam ter a percepção de que seu negócio é sério, responsável e que o atenderá de maneira adequada enquanto ele utilizar as suas ferramentas.

O modelo de venda de software como serviço também pode trazer consigo uma ameaça ao negócio: por ainda ser uma novidade o modelo pode gerar desconfiança por parte dos clientes por conta de dois aspectos relacionados à segurança: proteção e continuidade. A proteção dos dados contra acesso indevido e a possibilidade de haver uma descontinuidade do nosso negócio pode deixar o cliente inseguro na adoção do nosso produto.

Medidas simples podem mitigar essa desconfiança: adição de uma cláusula de licenciamento automático do software em caso de descontinuidade do negócio no nosso termo de uso e uma boa comunicação com nossos clientes detalhando o funcionamento dos nossos sistemas de segurança.

Outro acontecimento que pode ameaçar o nosso negócio advém do fato de que o mercado de sistemas de gestão para micro e pequenas empresas no Brasil está ganhando *momentum* e isso vem despertando o interesse das grandes empresas do setor que, até então, focavam suas atenções em sua carteira de clientes formada por empresas de grande porte, ou seja, a entrada de uma dessas empresas no mercado com uma proposta semelhante à nossa poderia prejudicar nossas atividades.

### D.2. Clientela

A nossa clientela é formada por micro e pequenas empresas brasileiras e estrangeiras que buscam um sistema de apoio à gestão de seus negócios.

Essas empresas geralmente administram seus negócios utilizando apenas softwares de escritório (Office, BrOffice/OpenOffice, iWork, Google Docs, etc.) que não possibilitam a criação de relatórios e análises mais elaboradas e não estimulam a melhoria dos processos de gestão empresarial.

Os gestores dessas empresas frequentemente necessitam de ferramentas que permitam análises de diversos tipos (financeiras, comportamento de clientes, etc.) sobre seus negócios mas ficam impossibilitados de obtê-las porque as ferramentas disponíveis apresentam muitas limitações.

Por tratar-se de um produto tecnológico com alto grau de inovação é natural que empreendedores entusiastas de tecnologia e interessados em novidades farão parte da primeira leva de clientes da empresa.

A ferramenta será projetada de forma que possa atender às necessidades dessas empresas em qualquer segmento.

### D.3. Concorrência

Os principais concorrentes do nosso negócio podem ser agrupados em três categorias dependendo da estratégia adotada na tentativa de atender às MPEs:

1. **Adaptação de produtos voltados à grandes empresas** – formado por grandes empresas que atuam no mercado de ERPs e CRMs que adaptam suas ferramentas para atender às micro e pequenas empresas. Nenhuma dessas soluções teve uma aceitação substancial por parte das MPEs pois o custo de aquisição das mesmas ainda está em patamares muito altos. Alguns nomes de empresas e produtos nessa categoria:
  - Totvs (Datasul/Microsiga/Logocenter)
  - Alterdata
  - mySAP
  - Microsoft Dynamics
  - entre outras
2. **Venda de licença (softwares de “prateleira”)** – formado por empresas pequenas e médias que produzem softwares com funcionalidades básicas onde a personalização não é priorizada. Essas empresas geralmente vendem seus produtos na forma de licenças por cópias (ou usuários) em via canais de varejo. Alguns nomes conhecidos são:
  - Cia. do Software
  - Intelecta
  - Smallsoft
  - Compufour
  - entre outras
3. **Solução de Software** – formado por empresas de diversos tamanhos. Nessa modalidade de operação as empresas possuem sistemas voltados para determinados setores da economia e fazem a sua venda em conjunto com um pacote de serviços que incluem suporte e certo grau de personalização. Nessa modalidade de atuação é onde ocorre a fragmentação do mercado devido ao grande número de *players* disputando espaço. Alguns exemplos de empresas que se enquadram nessa categoria (segmento imobiliário):
  - Union Software
  - Sul Software
  - Quickfast
  - SGI
4. **Venda de software no modelo SaaS** – formado por empresas de diversos tamanhos que oferecem as suas soluções através do modelo de *Software as a Service*. Como essas empresas atuam na mesma modalidade que a nossa detalharemos mais os dados sobre os concorrentes. O número de empresas que trabalha neste modelo é pequeno mas tem apresentado um crescimento rápido.
  - eGestor – <http://www.egestor.com.br/> – Sistema nacional desenvolvido pela Zipline, empresa de pequeno porte instalada em Porto Alegre, utiliza o modelo *freemium* (versão gratuita com funcionalidades básicas) para precificação de sua solução. Possui dois pacotes pagos com preços R\$49,90 e R\$99,90 que oferecem funcionalidades diferenciadas e acesso simultâneo à 2 e 5 usuários respectivamente. Possui um serviço de loja *on-line* que pode ser contratado separadamente ao custo de R\$30,00. Possui suporte e interface em português. Pelas características apresentadas é considerado o concorrente direto do nosso negócio.
  - Simple ERP – <http://www.startsoftware.com.br/simple> – Sistema nacional desenvolvido pela StartSoftware, empresa de pequeno porte instalada na região norte do Paraná, utiliza o modelo de *SaaS* e não disponibiliza uma versão gratuita do seu software. Possui 3 planos diferentes de acesso com preços variando entre R \$50,00 e R\$180,00 que oferecem funcionalidades diferenciadas e acessos simultâneos de 2, 5 ou vários usuários respectivamente. Possui suporte e interface em português. Pelas características apresentadas é considerado concorrente direto do nosso negócio.

- Salesforce.com – <http://www.salesforce.com/> – Empresa conhecida mundialmente que atua no mercado de sistemas de gestão empresarial através do modelo SaaS. A Salesforce.com é uma empresa de grande porte e uma das referências do mercado nesta categoria de licenciamento. Foi fundada por um executivo da Oracle e recebeu investimentos da mesma. Possui interface em português. Sua política de preços é extremamente complexa e é baseada na quantidade de módulos funcionais em uso pelo cliente.
- 37signals.com – <http://www.37signals.com/> – 37signals é uma empresa de pequeno porte que possui produtos oferecidos no modelo de SaaS. Dois de seus produtos podem ser considerados concorrentes: Backpack e Highrise. A 37signals é uma empresa extremamente inovadora que promove várias de suas idéias diariamente em seu *blog* e através de livros publicados por seus fundadores. Diversas de suas idéias foram incorporadas em nossa proposta (conceitos como simplicidade, facilidade de uso, relacionamento aberto com clientes, metodologias ágeis de desenvolvimento, etc.). Possui interface e suporte apenas em inglês. A personalização de suas aplicações também é muito restrita.

## D.4. Planejamento Estratégico

A missão da Triveos é permitir que micro e pequenos empresários possam ter acesso a tecnologias de sistemas de informação disponíveis, atualmente, apenas para grandes empresas. O nosso público alvo é formado por micro e pequenas empresas brasileiras e por empreendedores que ainda estão planejando seus negócios.

A meta principal da empresa é a de nos tornarmos uma referência em sistemas de gestão empresarial para as empresas de pequeno porte e para as empresas que ainda estão iniciando as suas atividades ou estão em fase de planejamento.

A Triveos atuará num mercado extremamente competitivo, fragmentado e com um grande número de concorrentes diretos e indiretos. Por essas razões é fundamental manter seu foco no desenvolvimento de soluções simples e fáceis de usar para micro e pequenos empresários. Queremos que os nossos clientes percebam a nossa empresa como uma parceira disposta a ajudá-los em suas atividades e não apenas como uma empresa que produz sistemas. É importante também manter o foco no modelo de *Software as a Service* porque só esse modelo torna a empresa competitiva e viável.

Os objetivos do nosso trabalho é o de construir uma base de clientes pagantes com cerca de 2.400 clientes ao longo de nossos dois primeiros anos de funcionamento real (a partir do lançamento do produto). Esse número representa uma parcela extremamente pequena do público-alvo pretendido (0,05%) mas já é extremamente significativo em um mercado tão competitivo como o que atuamos.

Outro objetivo é o de transformar a nossa aplicação em uma plataforma para desenvolvimento de softwares de gestão por parte de terceiros. Isso enriqueceria o nosso produto, aumentaria o valor para os nossos clientes e pulverizaria ainda mais a nossa presença no mercado.

Vencer a rejeição de nossos clientes ao conceito de *Software as a Service* será um dos grandes desafios a serem enfrentados. A idéia de deixar as informações sobre seus negócios a cuidados de terceiros enfrenta grandes resistências por parte dos empresários. Mitigar esse temor envolve uma série de medidas de comunicação que serão adotadas a fim de esclarecer as dúvidas e prestar suporte à esses clientes.

Para o futuro trabalharemos na transformação de nosso produto em uma plataforma completa de apoio ao empreendedorismo. Trabalharemos para nos manter “pequenos” e ágeis como nossos clientes para que seja possível entender à sua linguagem e os seus problemas de forma natural.

Ajudar os empreendedores com informação, suporte e tecnologia é a chave para o sucesso de nossa empresa.

## E. Estratégias de marketing

### E.1. Segmentação

Apesar da ferramenta ter sido projetada para atender à micro e pequenas empresas de todos os tipos teremos que, inicialmente, focar nossa atenção em determinados segmentos para utilizar os recursos com mais racionalidade. Desta forma, inicialmente, daremos atenção à:

- negócios relacionados à prestação de serviços e desenvolvimentos de projetos na área de TI – nicho onde os fundadores da empresa atuam e, portanto, possuem um bom conhecimento do mercado;
- empreendedores jovens, recém-formados ou entusiastas de tecnologia – receptivos à novas tecnologias e disposição para experimentação. Descritos como *'early adopters'* (pessoas que adotam novas tecnologias rapidamente) no livro *"Crossing the Chasm"* de Geoffrey Moore, livro referência sobre marketing para produtos de tecnologia;
- empreendedores que ainda estão em fase de planejamento de seus empreendimentos ou que ainda não formalizaram suas empresas;
- mercado imobiliário – um dos sócios da empresa tem uma grande rede de contatos nesse segmento facilitando consideravelmente avaliação das necessidades desse segmento.

Para atender à esses segmentos os primeiros módulos que serão desenvolvidos são:

- Gestão de relacionamento com clientes – porque essa funcionalidade é um requisito para todos os tipos de empresas;
- Gestão financeira – porque a importância de uma boa gestão financeira em uma MPE é determinante para sua sobrevivência;
- Gestão de projetos – outra característica comum à muitas empresas que atuam na prestação de serviços é o trabalho em projetos.

### E.2. Política de Preços

Trabalharemos com o conceito de precificação conhecido como *"Freemium"*. Esse conceito foi descrito no livro *"Free: The Future of a Radical Price"* de Chris Anderson (2009).

A idéia é oferecer gratuitamente uma versão (limitada) do nosso produto para a experimentação de potenciais clientes e, com isso, aumentar a eficiência da divulgação "boca-a-boca", aumentar a rede de referências, e melhorar o *marketing* de busca orgânica (indicação de serviços, *reviews*, etc).

As limitações da edição gratuita do nosso serviço serão:

- Um usuário simultâneo;
- Funcionamento para adição de informações durante 6 meses (após esse prazo o sistema permite apenas a consulta dos dados existentes no sistema);
- Sem suporte personalizado.

Se adotarmos os mesmos preços praticados pelos nossos concorrentes diretos garantimos uma excelente margem de contribuição para o nosso negócio e ao mesmo tempo trabalharemos numa faixa de valores acessível para micro e pequenos empresários.

Como não nos posicionaremos como uma alternativa de menor custo, praticaremos preços apenas ligeiramente menores que os praticados pela concorrência (máximo de R\$5,00 a menos em cada plano).

Os valores dos planos irão variar entre R\$45 e R\$150 apresentando como diferencial o número de usuários conectados simultaneamente e capacidade de armazenamento na base de dados.

Vamos criar forma de pagamento por períodos maiores do que um mês (semestral e anual) com descontos significativos para os clientes. Essa alternativa não é disponibilizada pelos serviços concorrentes e é uma ótima para serviços essenciais para o cliente como o que ofereceremos.

As taxas de conversão (migração de assinatura gratuita para assinatura paga) serão monitoradas ininterruptamente para que seja possível experimentar alternativas de interface, preço e descontos que possam aumentar o número de clientes pagantes.

### E.3. Ponto/Distribuição

O canal para distribuição do nosso serviço será a Internet. O uso da Internet como canal de distribuição é inerente ao modelo de venda de software como serviço que estamos oferecendo.

Como descrito no tópico “Concorrência” algumas empresas oferecem seus produtos através de canais de revenda e em lojas de varejo. A barreira de entrada nesses canais de distribuição é alta e os custos com a logística são muito maiores do que os apresentados pela distribuição pela Internet.

Uma hipótese que futuramente será avaliada é a de licenciar a nossa aplicação para empresas que, por terem crescido, deixam de ver vantagem no modelo de *SaaS* e demonstrem interesse em continuar usando nosso sistema.

### E.4. Promoção & Divulgação

No início de suas atividades a Triveos não terá grande quantidade de recursos para aportar na divulgação de seu produto. Por esta razão o uso de criatividade e de algumas práticas de Marketing de Guerrilha (termo cunhado por Jay Conrad Levinson em seu livro *Guerrilla Marketing*). As ações de promoção serão centralizadas em:

- Divulgação em fóruns e comunidades on-line voltadas ao empreendedorismo (utilização de marketing de permissão para evitar a associação da marca com ações indesejadas).
- Criação de um mecanismo de desconto para clientes que indicarem outros clientes e publicação dos testemunhos dos mesmos.
- Produção de textos e apresentações voltadas ao público empreendedor.
- Parcerias e participações em eventos organizados por instituições de apoio ao empreendedorismo (Endeavour, Sebrae, etc).
- Participação em reuniões e eventos organizados por entidades de classe dos mais diversos tipos (ex. Assespro).
- Utilização de *networking* para a criação de avaliações (*reviews*) do sistema em *blogs*, revistas de empreendedorismo e de tecnologia. Exemplo: Sandra Carvalho, editora chefe da Revista Info, participou de uma banca avaliadora do plano de negócios deste projeto, *blogs* e revistas sobre empreendedorismo tecnológico (startup e ResultsOn) já manifestaram interesse em publicar análises do projeto.
- Marketing on-line e táticas de SEO (Search Engine Optimization) para melhorar resultados em sistemas de busca.

Conforme a disponibilidade de recursos permitir:

- Anúncio em revistas especializadas em empreendedorismo (Pequenas Empresas Grandes Negócios, Exame Pequena e Média Empresa, Nosso Negócio, ResultsON).
- Ações para geração de conteúdo sobre empreendedorismo com premiações de valor mais elevado.
- Anúncio na TV em programas como: PEGN (Globo), Mundo S/A (Globo News), ManagementTV (canal de TV por assinatura).

### E.5. Relacionamento com clientes

O fato de trabalharmos com a oferta de um serviço torna necessário a criação de um mecanismo de “tangibilização” da compra. Sempre que um usuário se tornar um usuário pago trataremos de enviar-lhe algum material de apoio à utilização do sistema (manual, caderneta de anotações personalizada, etc). O envio de brindes e presentes para clientes mais antigos também será uma prática comum.

O conceito de suporte pró-ativo é pouco utilizado mas demonstrou um excelente resultado após a sua implantação em um provedor de Internet do interior de Minas Gerais (Viareal). A idéia do suporte pró-ativo é a de monitorar a utilização do sistema e quando detectado determinados padrões acionar o suporte da empresa para que entre em contato com o cliente para lhe prestar assistência. No provedor citado, por exemplo, o cliente era contactado por telefone sempre que detectávamos que a sua conexão não estava boa.

## E.6. Estratégias Futuras

Faz parte da estratégia futura da empresa transformar o sistema em uma plataforma para desenvolvimento de aplicações empresariais (*cloud computing*) e criação de sistemas complementares à ferramenta de gestão (ex. sites de *e-commerce*).

Num horizonte de longo prazo estudamos a possibilidade de iniciar a criação de uma rede de “representantes” em vários lugares do país que estarão aptos a efetuar treinamentos, desenvolver novos módulos, efetuar personalizações mais avançadas no sistema e prestar suporte local aos clientes.

Planos de parcerias estratégicas não faltam: parceria com empresas de telecomunicações visando oferecer o nosso produto em conjunto com soluções empresariais de conectividade à Internet (ex. ADSL empresarial + nosso sistema à um preço reduzido). Empresas de serviços de Internet também seriam ótimos parceiros.

A possibilidade de criar um departamento na empresa especializado na venda de nossa solução como um produto licenciado também não pode ser descartada. Mas a sua viabilidade precisa ser avaliada com mais atenção.

## F. KIT PRIME

### F.1. Sobre o apoio ao empreendedor (até dois empreendedores ou especialistas técnicos):

#### F.1.1. Informações cadastrais:

Empreendedor (sócio)

Especialista Técnico

**Nome:** Osvaldo Santana Neto

**CPF:**

**RG:**

**Endereço Completo:**

**Bairro:**

**Cidade:**

**UF:**

**CEP:**

**Telefone:**

**e-mail:**

#### F.1.2. Apresentar as principais atividades a serem desempenhadas pelo(s) empreendedor(es)/especialista(s) técnico(s) ligadas a tecnologia/ desenvolvimento do produto/serviço, considerando os seguintes aspectos:

Osvaldo Santana Neto ficará responsável pelo desenho da arquitetura e implementação da camada servidor do software. Também ficará responsável pelo relacionamento com os usuários-teste da aplicação e por colaborar na implementação da interface Web do software. Por ter sido idealizador do projeto trabalhará em todas as etapas do mesmo. Tem grande experiência em desenvolvimento de software e, como diferencial, uma grande capacidade de aprender a utilizar novas tecnologias.

Por ter alguma experiência em *marketing* ficará responsável pelas definições estratégicas e pela criação e execução do plano de *marketing*.

#### F.1.3. Carga Horária Semanal Prevista para cada empreendedor/especialista técnico:

Empreendedor/Especialista Técnico 1 Osvaldo Santana Neto: 40h

### F.2. Sobre o apoio ao Gestor de Negócios:

#### F.2.1. Informações cadastrais:

**Nome:**

**CPF:**

**RG:**

**Endereço Completo:**

**Bairro:**

**Cidade:**

**UF:**

**CEP:**

**Telefone:**

**e-mail:**

#### F.2.2. Assinale as atividades a serem desempenhadas pelo Gestor de Negócios:

Acompanhar e controlar a execução do Plano de Implementação no âmbito do Plano de Negócios proposto pela empresa;

Acompanhar e controlar o andamento físico e financeiro do projeto apoiado com recursos do Kit PRIME;



- Elaborar e acompanhar a prestação de contas dos recursos oriundos do KIT PRIME;
- Organizar um adequado sistema de informações gerenciais que permita à administração conhecer os fatos ocorridos e os resultados obtidos com as atividades;
- Assessorar na administração das Finanças da empresa (tesouraria, contas a pagar e a receber, relação com agências de financiamento e fomento);
- Assessorar nas questões tributárias (conforme a modalidade jurídica da empresa);
- Implantar fundamentos de Governança (principalmente se houver necessidade de constituição de Conselhos Administrativos ou participação de sócios com capital de risco);
- Elaborar demonstrações financeiras;
- Implantar sistemas orçamentários;
- Planejar, controlar e analisar os orçamentos e planos de investimentos;
- Prover suporte gerencial às áreas comercial, produção, logística, custos e compras;
- Implantar e supervisionar controles gerenciais;
- Implantar controle de custos da empresa e de seus produtos;
- Responsabilizar-se pela elaboração de relatórios gerenciais, incluindo aqueles apresentados ao Programa PRIME;
- Acompanhar o trabalho da área de contabilidade;
- Acompanhar os estoques e o capital de giro;
- Contribuir para a identificação de oportunidades de negócios;
- Outras. Especifique: \_\_\_\_\_.

### F.2.3. Carga Horária Prevista para o Gestor de Negócios:

Carga Horária Semanal: 20hs

## F.3. Sobre o apoio à consultoria de mercado:

### F.3.1. Informações cadastrais:

**Nome da empresa de consultoria a ser contratada:**

**CNPJ:**

**Endereço Completo:**

**Bairro:**

**Cidade:**

**UF:**

**CEP:**

**Telefone:**

**e-mail:**

### F.3.2. Assinale quais as áreas de consultoria de mercado serão contratadas:

- Planejamento de marketing;
- Estudos de mercado;
- Política de preços;
- Estratégia de canais de distribuição;
- Promoção e divulgação;
- Relacionamento com clientes;
- Análise da concorrência;
- Outra. Especifique: Posicionamento, Criação de Marca e criação visual do projeto.

**F.3.3. Descreva de forma resumida o escopo básico do serviço demandado, a metodologia utilizada e os resultados esperados vis-à-vis à escolha da proposta de consultoria a ser contratada:**

O escopo do serviço contratado da \_\_\_\_\_ engloba desde a sugestão de um nome para o produto descrito nessa proposta até a criação dos *layouts* do site. Todos os assuntos relacionados à marca do produto serão tratados pela consultoria: posicionamento e criação da marca, criação do logotipo, criação do manual de uso da marca, desenho do *layout* referência do site do produto.

Foram avaliadas 3 propostas (\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_) e escolhida a da \_\_\_\_\_ pois se mostrou a mais completa entre elas. O conceito de *job rotation* descritos por eles como: “Uma estratégia de otimização de resultados, na qual todos os núcleos da empresa avaliam a proposta do cliente, tanto na fase inicial, quanto na entrega. A Criação analisa a parte gráfica, a área de Tecnologia afere os sistemas, a Assessoria de Imprensa valida o conteúdo e o Marketing opina sobre as possibilidades mercadológicas. O resultado é um produto único, que só a gente oferece para você!” nos pareceu muito interessante fazendo com que escolhessemos a proposta deles.

**F.3.4. Descreva de que forma a consultoria de mercado escolhida irá auxiliar na estratégia de inserção do produto/serviço no mercado, destacando seu diferencial de qualidade:**

O mercado onde a nossa empresa atuará é muito fragmentado e apresenta soluções com características variadas. Em mercados com essas características é fundamental posicionar a nossa empresa adequadamente e apresentar nossas qualidades para nosso público-alvo.

**F.4. Sobre o apoio de consultorias em áreas de gestão:**

**F.4.1. Informações cadastrais:**

**Nome da empresa de consultoria a ser contratada:**

**CNPJ:**

**Endereço Completo:**

**Bairro:**

**Cidade:**

**UF:**

**CEP:**

**Telefone:**

**e-mail:**

**F.4.2. Assinale as consultorias em áreas de gestão a serem contratadas:**

- ( ) Formulação estratégica;
- (✓) Consultoria jurídica;
- ( ) Consultoria e auditoria em sistemas de gestão;
- ( ) Recursos humanos;
- ( ) Planejamento, prospecção e avaliação tecnológica;
- ( ) Propriedade intelectual;
- ( ) Finanças (complementar à atuação do Gestor de Negócios);
- ( ) Gestão da produção;
- ( ) Gestão da inovação;
- ( ) Ambiental;
- ( ) Logística;
- ( ) Consultoria em assuntos regulatórios;
- ( ) Outras. Especifique: \_\_\_\_\_

### F.4.3. Descreva de forma resumida o escopo de cada uma das propostas de consultoria a serem contratadas:

A acessoria jurídica foi contratada para trabalhar na elaboração do termo de uso do site (contrato de prestação de serviços que estabelecemos com nossos clientes) para garantir que algumas cláusulas estejam presentes:

1. ausência de garantias para usuários não-pagantes do site
2. ausência de garantias de funcionamento do sistema durante a fase de desenvolvimento 'beta'
3. acordo de nível de serviço (disponibilidade, velocidade de resposta, etc.)
4. licenciamento automático do software em caso de descontinuidade do serviço
5. tempo de disponibilização dos dados do cliente em caso de descontinuidade do serviço
6. cláusulas comuns à serviços dessa natureza

A acessoria jurídica também ficará responsável pela elaboração de um novo contrato social que assegure os direitos dos sócios.

Além do termo de uso e do contrato social vamos consultá-los sobre a possibilidade de remunerar funcionários da empresas com quotas de participação social na mesma para possibilitar a contratação de profissionais chave para a empresa à um custo menor.

### F.4.4. De que forma a contratação dessas consultorias impactará no plano de negócios da empresa? Descreva o histórico progresso de atuação das consultorias escolhidas.

A elaboração de um termo de uso que dê mais segurança aos usuários do nosso produto é necessária para minimizar as preocupações dos mesmos com relação à segurança da continuidade do negócio (conforme explicado no tópico "Setor de Atuação").

A elaboração de um novo contrato social que acrescente dois novos sócios com perfis complementares ao do empreendedor PRIME é importante para que não exista uma sobrecarga de funções sobre esse empreendedor.

Por último, analisar a viabilidade legal da opção de ceder participação societária da empresa para funcionários é importante pois cria uma ferramenta muito poderosa de convencimento na contratação de profissionais experientes à um custo acessível no curto prazo para a empresa.

A empresa escolhida tem em seu portfólio os seguintes clientes:

## F.5. Resumo do Orçamento

O orçamento do projeto faz uso dos R\$120.000,00 cumprindo todas as regras estabelecidas em edital na forma apresentada abaixo:

- Apoio ao empreendedor – R\$40.000,00
- Apoio ao gestor de negócios – R\$40.000,00
- Apoio à consultoria de mercado – R\$30.000,00
- Apoio à consultoria em gestão – R\$10.000,00

**Planilha com Resumo do Orçamento. Modelo pode ser encontrado no material do treinamento PRIME.**

### F.5.1. Cronograma de Desembolso dos Recursos de Subvenção

O desembolso dos recursos se dará da seguinte maneira:

- No primeiro semestre o empreendedor não receberá nenhuma parte do apoio pois os recursos serão usados no pagamento das consultorias em *marketing* e gestão. As consultorias devem desenvolver seus trabalhos ainda no primeiro semestre pois os resultados dos mesmos serão necessários nas primeiras etapas do desenvolvimento do projeto. A empresa usará recursos

disponíveis em caixa para efetuar a complementação do pró-labore do empreendedor durante essa fase.

- O valor dedicado ao empreendedor será desembolsado nesse semestre.
- O salário do gestor será distribuído igualmente ao longo dos 12 meses do contrato.

### **Quadro Consolidado (Semestral) da Contrapartida**

### **Quadro Consolidado (Mensal) da Contrapartida**

## F.6. Apresentação da Contrapartida

Serão considerados contrapartida as seguintes despesas:

- Pagamento de acessoria de RH – R\$\_\_\_\_\_ mensais – geração de folha de pagamento do gestor.
- Serviço de hospedagem – R\$\_\_\_\_\_ mensais – desenvolvimento e testes do produto.
- Aquisição de certificado digital e domínios – R\$\_\_\_\_\_ – implantação e teste de site seguro.
- Aquisição de equipamentos de escritório e informática – R\$\_\_\_\_\_ – melhoria da estrutura do ambiente de trabalho.
- Hospedagem e Viagens – R\$\_\_\_\_\_ – despesas com viagem e hospedagem do gestor para participação do treinamento do PRIME.

### **Quadro Contrapartida**

#### F.6.1. Cronograma de Desembolso da Contrapartida a ser aportada no projeto.

##### **Quadro consolidado (Semestral) contrapartida**

##### **Quadro detalhado (Mensal) contrapartida**

## F.7. Cronograma físico

Empreendedor:

- Desenvolvimento da camada servidora
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_\_\_ meses
  - **Indicador:** Servidor Web respondendo a requisições REST para todas as operações do módulo de clientes.
- Relacionamento com clientes para coleta de *feedback* durante a fase de beta
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_\_\_ meses.
  - **Indicador:** Lista de demandas, *bugs* e sugestões priorizadas.
- Implementação das sugestões sugeridas pelos clientes e preparação para lançamento público
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_\_\_ meses
  - **Indicador:** A aplicação funcionando com o módulo básico (controle de cliente).

Gestor:

- Levantamento das informações financeiras, fiscais e contábeis da empresa
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_ mês
  - **Indicador:** Relatório com eventuais problemas encontrados e sugestões de melhorias.
- Correções e aperfeiçoamentos no planejamento financeiro da empresa
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_ mês
  - **Indicador:** Conjunto de planilhas contendo o novo planejamento financeiro.
- Treinamento de gestão ministrado pelo PRIME
  - **Início:** indefinido
  - **Término:** indefinido
  - **Prazo:** \_ semana
  - **Indicador:** Presença confirmada.
- Prestação de contas para PRIME/FINEP
  - **Início:** ao longo do ano
  - **Término:** ao longo do ano
  - **Prazo:** indeterminado
  - **Indicador:** Formulários de prestação de contas devidamente preenchidos.
- Manutenção, atualização e acompanhamento do planejamento financeiro e orçamentário
  - **Início:** ao longo do ano
  - **Término:** ao longo do ano
  - **Prazo:** indeterminado
  - **Indicador:** Formulários de prestação de contas devidamente preenchidos.

Consultoria de marketing:

- Posicionamento, criação de nome, elaboração do logotipo, criação do manual de identidade visual, papelaria, *layout* do site
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_ meses
  - **Indicador:** manual de identidade com nome, logotipo papelaria e *layout* para o site.

Consultoria em gestão (assessoria jurídica):

- Elaboração do Termo de Uso do nosso sistema, elaboração de um novo contrato social para a empresa e análise de viabilidade legal sobre a participação societária de funcionários da empresa com direitos e deveres limitados.
  - **Início:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Término:** \_\_\_/\_\_\_
  - **Prazo:** \_ mês
  - **Indicador:** contrato de termo de uso, contrato social e parecer.

## G. Projeções financeiras

### G.1. Investimentos

Para iniciar o desenvolvimento do projeto proposto neste documento foi necessário alguns investimentos na aquisição de móveis para o escritório onde os desenvolvedores trabalharão.

### G.2. Projeção de Vendas

Observando o cronograma de implementação da nossa solução é possível prever que os primeiros clientes pagantes do serviço comecem a surgir a partir do oitavo mês. Estima-se que o total de clientes cadastrados no site totalize \_\_\_\_ usuários (base de usuários pré-selecionada para testes). Desses, \_\_\_\_\_ estarão utilizando a versão gratuita do sistema e portanto não geram receitas. Estima-se também um crescimento médio da base de usuários na ordem de \_\_\_\_% nos meses iniciais com uma leve diminuição do crescimento com o passar do tempo.

Os dados sobre crescimento foram obtidos da pesquisa realizadas pelo Sebrae (citadas no tópico “Caracterização da Oportunidade”) que tratam sobre o assunto.

Em artigos disponíveis na Internet, que tratam sobre precificação e taxa de conversão de usuários, é possível observar que 98% dos usuários de sistemas que utilizam a modalidade *freemium* fazem uso apenas da versão gratuita. Esse número diminui com o passar do tempo e com o surgimento de novas funcionalidades. As projeções de venda consideram todos esses dados.

**Quadro: Projeção de Receitas**

### G.3. Principais Custos e Despesas

**Quadro: Projeção de Despesas**

**Quadro: Cargo/Função**

### G.4. Projeção de Resultados

**Quadro: Projeção de Resultados**

### G.5. Projeção de Fluxo de Caixa

A análise do fluxo de caixa projetado no período de 5 anos não aponta nenhum problema de saldo de caixa negativo. A Triveos possui clientes na área de treinamento e um dos sócios possui capacidade de aportar capital caso esse cenário ocorra.

**Quadro: Projeção de fluxo de caixa**

### G.6. Análises de Investimento

**Quadro: Análise de Investimentos**



## H. Plano de implementação

Durante os 12 meses de desenvolvimento do projeto teremos 3 fases principais:

- Fase de desenvolvimento do produto básico – conhecido como “mínimo produto viável” é uma versão do software com o mínimo de funcionalidades necessárias para permitir a avaliação de alguns potenciais clientes para avaliar o retorno dos mesmos. Prazo: \_\_\_ meses.
  - Tela de cadastro de usuário: \_ mês. Interface Web que permite o cadastro de um usuário no sistema;
  - Página principal, sistemas de apoio e conteúdo: \_ mês. Página principal do sistema e todos os subsistemas de apoio ao empreendedor (*blog, wiki, rede social, fórum, etc.*);
  - Formulário semântico de cadastro: \_ meses. Tela de cadastro genérica para todos os objetos do sistema;
  - Listagem semântica de objetos: \_ meses. Tela de listagem de objetos com *tags* selecionadas;
  - *Tags* configuradas para módulo de clientes: \_ mês. Sistema de cadastro de usuários funcional;
- Beta fechado – nesta fase a aplicação já terá o conjunto principal de funcionalidades. A aplicação será liberada gratuitamente por um grupo de usuários convidados. Prazo: \_ meses.
  - Aplicação funcionando com todas as suas funcionalidades básicas e sistema para coleta de *feedback*.
- Preparação para Beta aberto – nesta fase trabalharemos com o retorno dos usuários da fase de beta fechado para preparar o nosso produto para o lançamento da versão beta aberta para todos os usuários. Prazo: \_ meses.
  - Aplicação com todos os *bugs* descobertos na fase anterior corrigidos e cadastro de usuários aberto para todos os interessados.

# I. Documentação que deverá ser entregue

Para a análise dos itens do KIT PRIME:

1. Currículo dos sócios/especialistas técnicos;
2. Currículo do Gestor de Negócios;
3. Documento de apresentação da consultoria na área de mercado, contendo a sua área de atuação, o perfil da equipe de trabalho da consultoria, os principais trabalhos realizados e a carteira de principais clientes;
4. Documento de apresentação das consultorias nas áreas de gestão, contendo, as suas áreas de atuação, o perfil da equipe de trabalho da consultoria, os principais trabalhos realizados e a carteira de principais clientes;
5. Proposta de cada uma das consultorias (de mercado e de gestão) a serem contratadas, contendo as seguintes informações:
  1. Escopo de trabalho a ser realizado, com os respectivos produtos/serviços a serem encaminhados às empresas participantes do processo seletivo do Programa Prime;
  2. Prazo de realização dos serviços;
  3. Preço dos serviços.
6. Todos os documentos acima solicitados devem ser assinados pelas empresas de consultoria.

Relativa às empresas:

1. Declaração sobre o contencioso (modelo no Anexo 3) ou inexistência de contencioso, assinado pelos representantes legais;
2. Cópia das Demonstrações Contábeis (balanços, balancete e DRE's) do último exercício da empresa, quando for o caso, assinada pelo representante legal e contador da empresa;
3. Licença ambiental para as atividades desenvolvidas pela empresa, se for o caso;

Relativa aos sócios:

1. Certidões dos Cartórios de Protestos de Títulos do seu domicílio;
2. Certidões da Justiça Estadual da Comarca de seu domicílio e da Justiça Federal (inclusive Trabalhista) da Seção Judiciária do seu domicílio;
3. Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União emitida pela Receita Federal e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Além de preencher o formulário eletrônico da Proposta Detalhada e enviar a documentação acima especificada, a empresa deverá enviar pelo correio ou entregar pessoalmente na \_\_\_\_\_ 2 (duas) cópias impressas da proposta, assinadas pelo representante legal da empresa e uma cópia em CD, até às 18:00 horas, respeitada a data limite para o envio.