



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E HUMANAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

LUIZ ARTUR FERNANDES DE MACÊDO

**ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA PARA ABERTURA DA STARTUP DE
RECRUTAMENTO E SELEÇÃO IN6**

MOSSORÓ, RIO GRANDE DO NORTE

2022

LUIZ ARTUR FERNANDES DE MACÊDO

**ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA PARA ABERTURA DA STARTUP DE
RECRUTAMENTO E SELEÇÃO - IN6**

Relatório de Estágio apresentado à
Universidade Federal Rural do Semi-Árido
(UFERSA), como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre

MOSSORÓ, RIO GRANDE DO NORTE

2022

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

ML953 Macedo, Luiz Artur Fernandes de .
e ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA PARA ABERTURA
DA STARTUP DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO IN6 / Luiz
Artur Fernandes de Macedo. - 2022.
74 f. : il.

Orientador: Fabio Chaves Nobre.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Administração,
2022.

1. Plano de negócio. 2. Inovação. 3. Startup. 4.
Tecnologia. 5. Empresa. I. Chaves Nobre, Fabio,
orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade
com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

LUIZ ARTUR FERNANDES DE MACÊDO

**ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA PARA ABERTURA DA STARTUP DE
RECRUTAMENTO E SELEÇÃO IN6**

Relatório de Estágio apresentado à
Universidade Federal Rural do Semi-Árido
(UFERSA), como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: 09 de junho de 2022

BANCA EXAMINADORA

FABIO CHAVES
NOBRE:52800768304

Assinado de forma digital por FABIO
CHAVES NOBRE:52800768304
Dados: 2022.06.10 09:03:45 -03'00'

Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre (presidente)

Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA)

LIANA HOLANDA NEPOMUCENO
NOBRE:72477601334

Assinado de forma digital por LIANA HOLANDA
NEPOMUCENO NOBRE:72477601334
Dados: 2022.06.10 09:07:37 -03'00'

Prof^a. Dra. Liana Holanda Nepomuceno Nobre (Primeiro Membro)

Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA)

ANA LUCIA BRENNER
BARRETO
MIRANDA:01531116906

Assinado de forma digital por ANA
LUCIA BRENNER BARRETO
MIRANDA:01531116906
Dados: 2022.06.10 09:36:28 -03'00'

Prof^a. Dra. Ana Lúcia Brenner Barreto Miranda (Segundo Membro)

Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA)

RESUMO

Este trabalho apresenta a criação de um plano de negócio e estudo de viabilidade financeira para a abertura de uma *startup* que irá atuar no segmento de recrutamento e seleção com foco no micro, pequeno e médio empreendedor. A empresa pretende através da tecnologia desenvolver uma plataforma intuitiva e de fácil acesso, garantindo que empresas com menor capacidade financeira passem a adotar práticas que levem inovação para os seus processos, e que através do uso dessa ferramenta se mantenham competitivas no mercado utilizando as mesmas ferramentas que as grandes empresas utilizam, porém, com um custo bem mais acessível para o empreendedor de menor porte. Na primeira parte foi realizada uma revisão dos conceitos que se correlacionam com plano de negócio e o empreendedorismo, além da definição do conceito de inovação que é a base de toda *startup*. A segunda fase foi realizada a construção do plano de negócio da empresa, a descrição dos sócios, elaboração dos conceitos empresariais e estudo de viabilidade de abertura do negócio através de análise de indicadores financeiros em três cenários diferentes.

Palavras-chave: Plano de Negócio; inovação; *startup*.

ABSTRACT

This work presents the creation of a business plan and financial feasibility study for the opening of a startup that will operate in the segment of recruitment and selection with a focus on micro, small and medium entrepreneurs. The company intends, through technology, to develop an intuitive and easily accessible platform, ensuring that companies with lower financial capacity will adopt practices that bring innovation to their processes, and that using this tool they will remain competitive in the market using the same tools that large companies use, but at a much more accessible cost for the smaller entrepreneur. In the first part, a review of the concepts that correlate with the business plan and entrepreneurship was performed, as well as a definition of the concept of innovation, which is the basis of every startup. The second phase was the construction of the company's business plan, the description of the partners, the elaboration of the entrepreneurial concepts, and the feasibility study of opening the business through the analysis of financial indicators in three different scenarios.

Keywords: Business Plan; innovation; startup.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Organograma da IN6	38
Figura 2: Localização do escritório da IN6	41
Figura 3: Tela inicial do sistema	43
Figura 4: Tela de login	44
Figura 5: Painel de vagas	44
Figura 6: Gerenciamento de candidatos	45
Figura 7: Notificações	46
Figura 8: Tela de apresentação de vaga (1)	46
Figura 9: Tela de apresentação de vaga (2)	47
Figura 10: Tela de apresentação de vaga (3)	47
Figura 11: Tela de apresentação do recurso de promoção de currículo	48
Figura 12: Tela de confirmação para contratação do serviço de impulsão de currículo	48
Figura 13: Simulação Monte Carlo VPL cenário realista	69
Figura 14: Simulação Monte Carlo VPL cenário pessimista	70
Figura 15: Simulação Monte Carlo VPL cenário otimista	70
Figura 16: Simulação Monte Carlo TIR cenário realista	71
Figura 17: Simulação Monte Carlo TIR cenário pessimista	71
Figura 18: Simulação Monte Carlo TIR cenário otimista	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Taxa e estimativa de quantidade de empreendedores para cada perfil	19
Quadro 2: Tipos de empreendedor segundo Dornelas (2007)	20
Quadro 3: Descrição dos objetivos específicos da IN6	32
Quadro 4: Plano de ações forças	34
Quadro 5: Plano de ações fraquezas	34
Quadro 6: Plano de ações oportunidades	35
Quadro 7: Plano de ações ameaças	35
Quadro 8: Descrição dos CNAES	36
Quadro 9: Descrição de cargos e atribuições	39
Quadro 10: Descrição dos perfil de divulgação de vagas de empregos em Mossoró/RN	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Investimento inicial	55
Tabela 2: Material necessário para início das operações	55
Tabela 3: Despesas projetadas no cenário realista	56
Tabela 4: Despesas projetadas no cenário pessimista	57
Tabela 5: Despesas projetadas no cenário otimista	58
Tabela 6: Demanda e receita projetada no cenário realista	59
Tabela 7: Demanda e receita projetada no cenário pessimista	60
Tabela 8: Demanda e receita projetada no cenário otimista	61
Tabela 9: Fluxo de caixa projetado no cenário realista (em R\$)	62
Tabela 10: Fluxo de caixa projetado no cenário pessimista (em R\$)	63
Tabela 11: Fluxo de caixa projetado no cenário otimista (em R\$)	64
Tabela 12: <i>Payback</i> cenário realista	65
Tabela 13: <i>Payback</i> cenário pessimista	65
Tabela 14: <i>Payback</i> cenário otimista	66
Tabela 15: VPL cenário realista	66
Tabela 16: VPL cenário pessimista	67
Tabela 17: VPL cenário otimista	67
Tabela 18: TIR cenário realista	67
Tabela 19: TIR cenário pessimista	68
Tabela 20: TIR cenário otimista	68

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS	12
1.1.1 Objetivo Geral	12
1.1.2 Objetivos Específicos	12
1.2 JUSTIFICATIVA	13
2 REVISÃO DA LITERATURA	15
2.1 Inovação	15
2.2 Empreendedorismo	16
2.2.1 Empreendedorismo no Brasil	17
2.2.2 Tipos de empreendedores	19
2.3 <i>Startup</i>	21
2.3.1 <i>Lean startup</i>	22
2.3.2 <i>Startups</i> no Brasil	23
2.4 Mercado de divulgação de vagas online	24
2.5 Plano de negócio	25
3. MÉTODO	28
4. PLANO DE NEGÓCIO PARA A STARTUP IN6	30
4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO	30
4.1.1 Descrição da empresa	30
4.2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	31
4.2.1 Visão	31
4.2.2 Missão	31
4.2.3 Valores	32
4.2.4 Objetivos específicos	32
4.3 ANÁLISE SWOT	33
4.3.1 Plano de ações	34
4.3.2 Plano de ações forças	34
4.3.4 Plano de ações fraquezas	34
4.3.5 Plano de ações oportunidades	35
4.3.6 Plano de ações ameaças	35
4.4 EMPRESA	36
4.5 REGIME TRIBUTÁRIO	37
4.6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	38
4.6.1 Descrição de competências da equipe	389
4.7 LOCALIZAÇÃO	40
	41

4.8 SÓCIOS	41
4.9 PRODUTO	42
4.9.1 Apresentação do sistemas desenvolvido pela startup	43
4.9.2 Tela inicial	43
4.9.3 Tela de <i>login</i> e <i>sign up</i>	44
4.9.4 Painel de vagas	44
4.9.5 Gerenciamento de candidatos	45
4.9.6 Notificações	45
4.9.7 Tela de apresentação de vaga	46
4.9.8 Tela de promoção de currículo	47
4.10 LINGUAGENS UTILIZADAS PARA CONSTRUÇÃO DA PLATAFORMA	48
4.11 SEGMENTO DE MERCADO	49
4.12 CENÁRIO	49
4.13 MACRO AMBIENTE	50
4.14 DIFERENÇA DE MERCADO	50
4.15 PLANO DE MARKETING	51
4.15.1 Detalhamento dos produtos/serviços ofertados pela empresa	51
4.15.2 Política de crédito	52
4.15.3 4P'S do marketing	53
4.16 PLANO FINANCEIRO	54
4.16.1 Investimento inicial	54
4.16.2 Despesas	56
4.16.3 Demanda e receita	59
4.16.4 Fluxo de caixa projetado	62
4.16.5 Estudo de viabilidade	64
4.16.5.1 Payback	65
4.16.5.2 Valor presente liquido (VPL)	66
4.16.5.3 Taxa interna de retorno (TIR)	67
4.17 SIMULAÇÃO MONTE CARLO	69
5. CONCLUSÃO	73
6. REFERÊNCIAS	74

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia tem se mostrado uma aliada fundamental para o sucesso nos negócios (MUNARO, 2019). Empreendedores de todo o mundo utilizam recursos tecnológicos como ferramenta implementadora de inovação em suas ideias. Tecnologia, inovação e ação empreendedora são características fundamentais para a formação de uma *startup*.

No Brasil o conceito de *startup* surgiu em meados da década de 90 segundo Dornelas (2008), esse surgimento está atrelado a popularização da internet. Desde o seu surgimento no país até agora esse modelo de negócio vem ganhando força em todo o território nacional, segundo a ABSTARTUP o Brasil conta com mais de 13.000 startups atuando em todo o território nacional, presente em mais de 600 cidades do país.

A busca por uma ideia competitiva, diferenciada que consiga contornar as crises faz com que a criação de um modelo de negócio inovador possa surgir. Considera-se uma empresa inovadora aquela que apresenta inovação em produtos ou processos (DAUSCHA, 2010). Considera-se como inovação bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes para produtos existentes (OECD, 2006), nesse contexto, é preciso descobrir como essas empresas se comunicarão com os mercados e quais os vínculos precisam ser criados com o seu público-alvo.

A Associação Brasileira de *Startups* — ABSTARTUPS define uma *startup* como uma organização que surge a partir de um modelo de negócio que esteja pronto para agregar valor para seu cliente resolvendo um problema real. Desenvolvendo uma solução escalável para o mercado, usando tecnologia como centro da ideia. Para Ries (2012), uma *startup* pode ser definida como um grupo de pessoas que trabalham em condições de extrema incerteza buscando um modelo de negócio repetível e escalável. Repetível consiste em um negócio que é facilmente replicável em outras regiões ou ainda que a tecnologia empregada no produto ou serviço seja facilmente implementada em qualquer lugar sem muitas dificuldades, enquanto escalável é o negócio que consegue crescer de forma rápida e que esse crescimento aconteça preferencialmente de forma sustentável.

Uma *startup* pode então criar produtos ou apresentar soluções práticas para processos já existentes, esses podem ser considerados inovações disruptivas, que segundo Christensen, Johnson e Rigby (2002) e Besanko et al. (2010) são inovações que proporcionam a inserção de novos elementos no mercado, partindo de resultados simples, com crescimento mercadológico

acelerado. Portanto, realizar um processo já existente, utilizando de novas práticas ou ferramentas também é considerado um ato de inovação.

A busca por empregos é uma das atividades mais corriqueiras no mercado de trabalho, tanto por pessoas que buscam ingressar no mercado ou até mesmo por profissionais que já estão empregados, mas desejam ocupar novos postos de trabalho, vislumbram uma troca de cargo ou até mesmo trocar de profissão. Com isso, a *startup* IN6 surge como uma ferramenta inovadora que utiliza tecnologia para divulgar a oferta de vagas de empregos para todos os públicos. Pretende-se através deste projeto descobrir se: *diante do tradicional sistema de entrega de currículos e divulgação de vagas de trabalho, seria viável o investimento em uma startup de ofertas de vagas de emprego?*

1.1 OBJETIVOS

O seguinte projeto conta com um objetivo geral e quatro objetivos específicos, que se dividem em sub tópicos com a finalidade de aprofundamento dentro de cada análise proposta. Estes tópicos, por sua vez, tem o intuito de auxiliar no desenvolvimento da pesquisa e ajudar na obtenção de resultados nos objetivos que foram propostos.

1.1.1 Objetivo Geral

Elaboração de um plano de negócio para análise de viabilidade de abertura de uma startup no segmento de oferta de vagas de emprego para o público tanto para cargos operacionais como corporativos, bem como para as empresas dos mais variados segmentos da economia que demandem soluções tecnológicas em recrutamentos de capital humano, com a finalidade de melhorar e agilizar os processos seletivos. Inicialmente o projeto atuará na cidade de Mossoró/RN com posterior expansão para o estado do Rio Grande do Norte.

1.1.2 Objetivos Específicos

Este trabalho tem como objetivos específicos a construção dos seguintes relatórios:

- Elaborar o Plano estratégico: diferencial de mercado, segmento de mercado, análise do ambiente e análise SWOT;
- Elaborar o Plano operacional: análise da equipe, processos, capacidade de produção;

- Elaborar o Plano de finanças: investimento inicial, despesas e custos, rentabilidade, estudo de viabilidade, projeção de vendas;
- Elaborar o Plano de marketing: preço, produto, promoção, praça, metas de vendas, ações de curto e longo prazo.

1.2 JUSTIFICATIVA

É comum ouvir falar que as empresas estão a todo o tempo buscando inovação para os seus processos. Mesmo diante desse cenário de constantes mudanças inovadoras, os processos de recrutamento e seleção parecem ser os mesmos aplicados a anos. As grandes empresas já contam com a tecnologia como ferramenta importante no processo de recrutamento e seleção de pessoas, porém, a inovação neste quesito parece ser limitada a organizações com maior poder aquisitivo e/ou a cargos de altas patentes.

A busca por emprego pode se tornar uma tarefa complicada, cansativa e onerosa para o candidato, que além de se deslocar a vários endereços deve gastar com transporte e impressão de múltiplos currículos para entrega em estabelecimentos comerciais. Utilizar currículos em papel para se candidatar a vagas de emprego tornou-se uma tarefa ineficiente e inviável, tanto para os candidatos como foi explicado anteriormente, como para as próprias empresas que precisam guardar e analisar uma enorme quantidade de currículos que podem não estar qualificados para a vaga ofertada.

Com a maior digitalização dos processos empresariais, foi mais promissor utilizar de sites e aplicativos para buscar empregos e encontrar potenciais candidatos. Agora as pessoas podem cadastrar seu perfil e receber notificações de vagas de forma online e as empresas podem contratar diretamente os candidatos que estejam no perfil desejado. Somado a isso, com as recomendações de isolamento social em decorrência da pandemia da COVID-19, a participação da tecnologia foi ainda mais importante, já que as etapas de seleção passaram também a ser virtuais: entrevistas presenciais foram substituídas por videoconferências e as provas por questionários on-line.

Devido a esta renovação tecnológica na área de oferta de vagas, a IN6 consiste em uma startup que se propõe a utilizar da tecnologia, por meio do desenvolvimento de um aplicativo e website, para facilitar e otimizar a procura de emprego para os candidatos e o processo de recrutamento e seleção das empresas.

A IN6 surge também com a intenção de fornecer esse serviço a pequenos empreendedores que não dispõem de recursos destinados para o processo de recrutamento e seleção, por isso deixam de inovar em tal ponto. As vagas ofertadas na plataforma visam atender a todo o público, desde os que estão buscando inserção no mercado de trabalho até os que estão buscando novos desafios em suas carreiras.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Inovação

Notar mudanças ao nosso redor é algo comum, com o passar do tempo costumamos dizer que as coisas estão passando por um processo constante de evolução. Quando falamos sobre negócios e mercados, a palavra correta a ser usada deveria ser inovação. Sim, tudo está em um constante processo de inovação.

O ato de inovar é essencial a todo o negócio, independente do seu tamanho ou do mercado em que está inserido. Para Bessant e Tidd (2009) as organizações precisam mudar a maneira que ofertam produtos e serviços ao mundo, pois em caso de uma falta de inovação estas correm um grande risco de serem ultrapassadas por outras que estejam dispostas a inovar. Ferrão (2002) descreve inovação como “os resultados de processos interativos de aprendizagem coletiva”. Para o autor, conhecer o ambiente onde a organização está inserida é tão importante quanto conhecer as características da própria empresa. Lemos (1999) reconhece o processo inovativo como sendo um processo de interligação de natureza social. A informação produzida após a análise desses elementos se transforma em objeto para criação de novos conhecimentos, produtos e serviços, isto é inovação.

A palavra inovação é associada a algo novo, e com isso muitos acreditam que inovar está ligado ao fato de apresentar algo totalmente novo, que não existia antes de ser apresentado em um dado momento. Na verdade, inovar vai além da criação de algo antes inexistente, também é possível encontrar inovação na incrementação de melhorias em produtos, serviços ou processos organizacionais já existentes (Freeman 1988). Esse tipo de inovação nem sempre é notada por uma grande parte dos consumidores, mas para Lemos (1999) as inovações incrementais são responsáveis por causar uma redução nos custos enquanto causam um aumento da produtividade e qualidade de um produto ou processo já existentes.

Inovações incrementais para Coelho (2012) reconfiguram conceitos e tecnologias que já existem, aprimorando-as e utilizando para servir a outro propósito. Esse modelo de inovação envolve a implementação de pequenas e graduais melhorias em produtos e serviços já existentes (Amorim, 2005), neste sentido, a inovação incremental diverge na inovação radical que seria a implementação de um produto ou serviço totalmente novo no mercado.

A produtividade de uma empresa pode estar diretamente ligada ao seu grau de inovação, inovar pode ser considerado um fator decisivo na superação das limitações da organização. Segundo Schumpeter (1984), a inovação é uma ferramenta transformadora que pode fazer a

empresa superar as fronteiras da produção de bens e serviços, os investimentos realizados em inovação podem conferir à organização uma certa vantagem em relação aos seus concorrentes, fazendo com que está se mantenha competitiva no mercado. Para o Hitt, Ireland e Hoskisson (2011). A capacidade de inovação pode conferir a uma empresa um maior potencial competitivo em relação a suas concorrentes, essa vantagem seria atingida não somente com a apresentação de produtos inovadores, mas também a adoção de práticas inovadoras em sua estrutura organizacional.

A *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) destaca que as inovações organizacionais podem ser segmentadas em quatro tipos distintos. Para a OECD (2015) os tipos de inovação são divididos entre: inovações de produtos/serviços, processos, marketing e organizacionais. Estas são descritas da seguinte forma: inovações de produtos/serviços: inserção de novos bens e serviços novos ou que apresentarem mudanças significativas, que reformulam suas funções e características. Essa inovação acontece quando são utilizados juntos ou separados novos conhecimentos e tecnologias. A inovação de processos: implantação de novos métodos ou incrementações relevantes nos processos de produção e distribuição, atualizando as técnicas e/ou equipamentos utilizados. Inovação de marketing: atende a demanda dos consumidores com a utilização de novos métodos, relacionando-se diferentemente, desenvolvendo novos produtos, promoções e posicionamento de mercado. Inovação organizacional: implementação de novos métodos organizacionais nas práticas dos negócios e nas relações internas e externas do ambiente de trabalho.

Para Amorim (2005) a junção de inovações radicais e inovações incrementais conseguem apresentar produtos, processos de produção, como também novos processos organizacionais. Ainda conforme o autor, a inovação pode ser vista como um paradigma para os novos mercados, tornando-se imprescindível para o sucesso de qualquer negócio. Portanto, a inovação vai além do surgimento de novos produtos ou serviços, as incrementações e implantação do novo devem causar impacto no mercado influenciando de alguma forma o mercado econômico, assim como sua relação com a empresa e o ambiente externo.

2.2 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo vem sendo muito utilizado nos últimos anos. A palavra de origem francesa advinda do termo *entrepreneur* (CHIAVENATO, 2006) tem sido usada para descrever ideias consideradas inovadoras e tenham valor para o mercado. O empreendedorismo pode ser observado em todos os âmbitos do negócio. As ideias pertinentes a criação de novos

produtos, alteração dos processos e novas formas de comercialização, também podem ser vistas como ações empreendedoras. Para Schumpeter (1988) o empreendedorismo pode ser considerado um método de inovação destrutiva, onde produtos e métodos de produção antigos são substituídos por novos. O empreendedorismo, embora seja um assunto atual, pode ser observado desde as primeiras ações da humanidade, onde segundo Dolabela (2008) o homem utiliza-se de ações inovadoras para melhorar as suas relações com seus iguais e com a natureza. Barreto (1998) considera que o ato de empreender é ter disposição para criação de algo novo com poucos ou quase nenhum recurso.

O empreendedorismo pode ser considerado elemento chave para o sucesso de um negócio, Nascimento et al. (2020) destaca que o empreendedorismo é uma ferramenta importante tanto para o desenvolvimento social quanto para o desenvolvimento econômico, podendo por de ações inovadoras revolucionar o mercado existentes ou até mesmo criar mercados. Baron e Shane (2007) acreditam que através do empreendedorismo é possível que novos mercados sejam criados, fazendo então com que a inovação empreendedora não seja apenas responsável pela criação de novos produtos e serviços. Para se poder empreender é preciso conhecer o mercado na qual se atuará, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009) empreendedores precisam desenvolver e avaliar constantemente as oportunidades, buscando sempre novas maneiras de empreender superando as resistências que podem surgir ao apresentarem um novo produto ou serviço.

Baron e Shane (2007) acreditam ainda que devemos enxergar o empreendedorismo como um processo e não como um evento isolado, Verga e Silva (2014) acreditam que o fenômeno do empreendedorismo pode abranger aspectos individuais, coletivos e sociais. No que tange aos aspectos individuais são destacados pontos como habilidades e conhecimento do indivíduo, os aspectos coletivos são ações que envolvam outras pessoas, como equipe e clientes podendo ainda abranger interações com o próprio mercado enquanto as interações sociais são as circunstâncias mercadológicas, econômicas e políticas ligadas ao governo.

2.2.1 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Gimenez e Júnior (2017) o número de estudos sobre empreendedorismo no Brasil vem crescendo com o passar do tempo. Para Carvalho e Gouvêa (2020) o termo empreendedorismo foi difundido no país graças ao surgimento de novos empreendimentos como empresas de micro, pequeno e médio porte. Os autores ainda apontam o trabalho

desenvolvido por órgãos como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) como um importante meio de difusão do termo no país.

Alano et al. (2014) aponta que o Brasil tem potencial para ser o maior em formação de novos empreendedores do mundo, isso graças a ações do Governo que beneficiaram mais de 6 milhões de empreendedores entre os anos de 1999 e 2002, a autora descreve esses e outros incentivos como o programa jovem empreendedor do SEBRAE e a metodologia EMPRETEC desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU) e aplicada no Brasil também pelo SEBRAE como grandes responsáveis pelo interesse dos brasileiros no assunto. A EMPRETEC consiste em um conjunto de ações voltadas para a observação de novos negócios e oportunidades, focando na formação e desenvolvimento de um comportamento empreendedor. Campelli et al. (2011) resume a aplicação da metodologia EMPRETEC como a familiarização com as características inerentes de um empreendedor, destacando algumas delas como: persistência, persuasão e rede de contatos, busca de oportunidades, iniciativa e autoconfiança.

Desde o ano 2000 o Brasil participa do programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). O programa é responsável pela elaboração de estudos e relatórios que monitoram o nível de atividade empreendedora em vários países ao redor do mundo, no Brasil desde que se iniciou a participação nos estudos do GEM o programa vem apresentando dados que contribuem com o monitoramento das atividades ligadas ao empreendedorismo no país. Para Campelli et al. (2011 p. 139) os estudos elaborados pelo GEM “contribuem para o estabelecimento de uma nova linguagem do empreendedorismo”. Os estudos foram realizados anualmente a partir de 1999 liderado pela *London Business School* e o *Babson College* (EUA).

No ano de 2017 em parceria com o GEM o SEBRAE divulgou um relatório executivo contendo dados sobre o empreendedorismo no Brasil. A pesquisa considerou apenas brasileiros adultos com faixa etária entre 18 e 64 anos, e evidenciou que no ano de 2017 a cada 100 brasileiros dentro desta faixa 36 estavam desenvolvendo alguma atividade considerada empreendedora (SEBRAE, 2017). A estimativa da quantidade de empreendedores para cada perfil consta no Quadro 1.

Os novos empreendedores são os indivíduos que possuem um novo empreendimento e de alguma forma já receberam retorno financeiro através das atividades executadas em seu negócio, os empreendedores nascentes são pessoas envolvidas no desenvolvimento e que são donas de um negócio novo, mas este ainda não pagou salários, os empreendimentos consolidados são os que através de salários ou pró-labore remuneraram os seus investidores.

Quadro 1: Taxa e estimativa da quantidade de empreendedores para cada perfil

ESTÁGIO	TAXA %*	NÚMERO DE EMPREENDEDORES
Total de empreendedores	36,4	49.332.360
Iniciais	20,3	27.482.078
Novos	16,3	22.093.966
Nascentes	4,4	6.010.858
Estabelecidos	16,5	22.337.649

* Taxas (em %) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2017
Fonte: SEBRAE (2017).

2.2.2 Tipos de empreendedores

Para que as ideias e ações postas em práticas possam apresentar os resultados esperando a figura do empreendedor é de vital importância para o negócio. O indivíduo empreendedor pode ser considerado como aquele que tem sensibilidade para os negócios e possui a capacidade de fazer com que as coisas aconteçam de fato. Reis e Armond (2012) definem como ser empreendedor o indivíduo que através da aplicação de métodos inovadores consegue modificar áreas do conhecimento humano, fazendo assim com que possam surgir inovações capazes de fundar empresas conquistando espaço no mercado.

Os empreendedores podem ser segregados em vários subtópicos, mas geralmente costuma-se dividir os empreendedores em dois grandes grupos, os empreendedores por necessidade e os que são por oportunidade. Campelli et al. (2011) define empreendedores por necessidade os indivíduos que por alguma razão encontram-se insatisfeitos com as alternativas de ocupação ou renda e acabam desenvolvendo o seu próprio negócio. Enquanto para Oliveira e Valdisser (2019), os empreendedores por oportunidade são os que aplicam seus esforços na formação de um novo empreendimento mediante a identificação de um nicho de mercado que possuam potencial para crescimento.

A combinação de diferentes razões pelas quais os indivíduos empreendem são capazes de formar vários tipos de empreendedores que vão além dos grupos de empreendedores por necessidade e por oportunidade. Dornelas (2007 p. 11) destaca em sua obra Empreendedorismo na Prática que “não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo-padrão que possa ser identificado”. Os tipos de empreendedores para Dornelas (2007) são descritos no Quadro 2.

Quadro 2: Tipos de empreendedor segundo Dornelas (2007)

TIPO DE EMPREENDEDOR	DESCRIÇÃO
Tipo 1 - Empreendedor Nato (Mitológico)	Em geral, empreendedores natos possuem histórias brilhantes, podendo começar um negócio repentinamente e o transforma em um grande sucesso. Este empreendedor está totalmente engajado em realizar os seus sonhos, são visionários e muitas vezes estão à frente do seu tempo.
Tipo 2 - O Empreendedor que Aprende (Inesperado)	Cada vez mais comum, este empreendedor é o indivíduo que muitas vezes não pensou em ser empreendedor, mas ao surgir uma oportunidade decide ser sócio ou abrir um novo negócio individualmente. Geralmente, o empreendedor que aprende demora um pouco a mais para tomar decisões.
Tipo 3 - O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)	Pode-se descrever este tipo de empreendedor como um apaixonado pelo ato de empreender e não pelas empresas que cria. Este empreendedor prefere a adrenalina envolvida na criação de um novo negócio e raramente permanece à frente de uma empresa até que está se torne um grande empreendimento. Costuma se envolver em vários negócios e colecionar histórias de fracasso e superação.
Tipo 4 - O Empreendedor Corporativo	Empreendedores deste tipo são normalmente as pessoas que promovem nas grandes mudanças inovadoras dentro das organizações. Geralmente são executivos com alto conhecimento na gestão de ferramentas administrativas, assumem os riscos e sabem lidar com a possível falta de autonomia, pois na maioria das vezes não terão todos os caminhos abertos para implementar os seus métodos de inovação.
Tipo 5 - O Empreendedor Social	O empreendedor social carrega como missão para sua vida construir um mundo melhor, possuem um grande desejo de transformar o mundo e se transformam em fenômenos principalmente em países em desenvolvimento como o Brasil.
Tipo 6 - O Empreendedor por Necessidade	Nestes casos os empreendedores criam os seus próprios negócios por não enxergar uma alternativa. Na maioria das vezes atua em trabalhos informais, muitas vezes iniciam o negócio por não conseguirem um emprego formal no mercado de trabalho ou logo após ser demitido do antigo emprego e enxergam no empreendedorismo uma forma de prover sustento para sua família.
Tipo 7 - O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)	Este empreendedor recebe muito cedo a missão de continuar com os negócios da família. Esses negócios são comuns em todo o mundo e podem construir grandes impérios, o grande desafio para esses empreendedores é a missão de multiplicar o patrimônio herdado.
Tipo 8 - O Empreendedor “Normal” (Planejado)	O empreendedor “Normal” é o que segue à risca o que foi planejado, baseia suas ações buscando reduzir ao máximo os riscos e pensa bem nas estratégias para dar os próximos passos no empreendimento. Este tipo de empreendedor poderia ser considerado como modelo para todos os outros por ser considerado o mais completo. Na prática, este tipo de empreendedor não é visto com frequência, não tendo ainda empreendedores que adotam este estilo com frequência.

Fonte: Dornelas (2007).

A uma pessoa pode ainda combinar em sua personalidade muitos traços, o que porventura pode fazer com que um único indivíduo possua características de mais de um tipo de empreendedor, podendo estar posicionado entre os diferentes tipos. Seguindo as características que foram apresentadas podemos concluir que ao encontrar um estilo de empreender que seja compatível com a personalidade do indivíduo qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor.

2.3 *Startup*

O mercado atual vem demonstrando forte interesse em soluções de negócios simples, flexível, inovador e que se adaptem rapidamente às mudanças em um cenário de extrema incertezas. Em geral, essas soluções envolvem tecnologia e conectividade para a formação de um empreendimento com alto potencial de crescimento, nesse contexto é que surgem as *startups*.

Com forte participação de recursos tecnológicos, as *startups* são empresas que baseiam os seus negócios na inovação, e procuram operar com baixo custo causando impacto na comunidade ou mercado onde estão inseridas (Moraes, 2020). Para o autor, no caso das *startups* a curva de crescimento deve ser maior que a curva de custos, o esforço também deve ser concentrado em construir um modelo de negócio que seja facilmente replicado com a intenção de atingir o maior número de pessoas. Esse pensamento reforça a ideia de Ries (2012), que afirma que esse modelo de negócio deverá basear-se em um modelo de negócio repetível e escalável. Para Nardes et al. (2014) essas empresas em sua grande maioria são compostas por pessoas que se aventuram a empreender muitas das vezes em um ambiente onde as variáveis são pouco conhecidas, o que nos faz perceber que além de ser um negócio com alto potencial de crescimento e retorno financeiro sobre investimento em uma *startup* pode ser considerado um investimento de alto risco dado a incerteza da continuidade do negócio.

Quando se pesquisa um conceito sobre o que seria de fato uma *startup* será possivelmente encontrado ideias como as que foram apresentadas anteriormente, mas não necessariamente há um consenso ou uma única definição. Pensando nisso foi que Perin (2018) reuniu algumas características que estão presentes em basicamente todas as definições. O autor destaca que, em geral, uma *startup* é composta por um grupo de pessoas, e isso seria uma das essências do negócio. Este fato não impede que uma pessoa sozinha não possa desenvolver uma *startup*, mas segundo Perin (2018, p.11) “para prosperar conseguir chegar no patamar de escalar e vencer os riscos você dificilmente conseguirá estando só”. Ainda, segundo o autor, diante da

dinamicidade do mercado e da normalidade das mudanças que acontecem constantemente, as *startups* surgem no mercado preparadas para se adaptarem a esse ambiente instável onde elas serão instaladas. Essas têm a difícil missão de se reinventar diante de novos meios de produção e, durante este processo, encontrar novas formas de se relacionar com o mercado e definir quais as trocas e conexões serão necessárias para superar os desafios que surjam com o tempo.

Perin (2018), diz ainda que este modelo de negócio é em sua grande maioria desenvolvido na internet e usam o poder dessa ferramenta tanto para realizar o negócio quanto para desenvolver campanhas de marketing que beneficiem a empresa, concluindo desta forma que as *startups* são empresas da WEB.

2.3.1 Lean startup

O modelo de produção desenvolvida pela Toyota conseguiu de revolucionar o processo fabril ao redor do mundo, nesse novo modelo de produção os estoques são reduzidos e os desperdícios devem ser reduzidos ao máximo, a técnica é conhecida ao redor do mundo como *just in time* onde os insumos e tudo ligados a produção chegam na hora e momento exatos em que são necessários para o processo.

Esse pensamento foi adaptado por Eric Ries e o conceito ficou conhecido como *Lean Startup* que em tradução livre para o português quer dizer *startup* enxuta, o conceito mantém os fundamentos utilizados no modelo de produção desenvolvido pela Toyota onde a redução de desperdícios é um ponto primordial. Para que uma *startup* se torne uma empresa de sucesso, Ries (2012) acredita que deve se focar no *feedback*, a técnica é basicamente a de ouvir o público atendido pela empresa. Este ciclo é composto pelos processos de construir-medir-aprender e desta forma o autor acredita que uma *startup* é construída em um processo de construção conjunta, onde a organização se adequará às necessidades destacadas pelos seus clientes.

Para exemplificar ainda mais o método desenvolvido, Ries (2012) aponta que as *startups* devem primordialmente se desenvolver a partir de duas hipóteses: a de valor e a de crescimento. A primeira corresponde a um cenário onde a empresa identifica um problema existente e apresenta uma solução que gere valor para os seus clientes, enquanto a segunda é a definição de como o produto ou serviço será divulgado para os potenciais clientes e desta forma trazendo crescimento para a *startup*.

Estar no lugar certo na hora certa não é a garantia de sucesso para uma *startup*, este sucesso pode ser conquistado através do direcionamento e sequência de um plano bem

elaborado (Ries, 2012), mas esteja adequado às necessidades do mercado. Uma parte considerável de *startups* podem não atingir o nível de sucesso esperado devido à falta de referências ou modelos de negócios que os indiquem o caminho, a falta de conexão e a não identificação da necessidade real de seus clientes também são pontos decisivos para o sucesso do projeto. Em alguns casos é preciso recalcular o trajeto e elaborar um segundo plano, dessa vez focando ainda mais na experiência do cliente. Para Nardes et al. (2014) nestes casos pode ter acontecido da empresa pode não ter encontrado a maneira correta de entregar o seu produto/serviço ao cliente ou não encontrou de fato o seu público-alvo.

Outra ferramenta que pode ser utilizada para ajudar no sucesso de uma *startup* e tem uma forte ligação com o modelo *lean* é a implementação do modelo Canvas, para Dornelas (2013) o Canvas tem forte afinidade com o *lean*, pois além de sua praticidade para ser construído ele agrupa de forma dinâmica com a participação de um grupo de empreendedores todos os aspectos de um plano de negócios, os tópicos abordados podem ir sendo desenvolvidos pela equipe e sofrendo alterações mediante as necessidades que forem sendo identificadas durante a sua implementação, durante esse processo de modificação natural do plano original novos modelos Canvas podem surgir.

2.3.2 Startups no Brasil

O empreendedorismo tem sido fonte de discussão em todo o mundo, muitos são os que sentem a necessidade de criar o seu próprio negócio e dessa forma conseguir prosperar a partir de suas próprias decisões. Para Abreu et al. (2016, p.7) essa necessidade não se resume somente pela necessidade de ser dono do próprio negócio, mas sim também “pelo número crescente de oportunidades que as tecnologias e a globalização dos valores de mercado lhes apresentam”. Sobre essas perspectivas e os inúmeros empreendedores que podem existir, conclui-se que isto contribuiu para o crescimento de negócios no modelo *startup* no Brasil.

Muito embora o mercado tenha sofrido drásticas alterações durante os eventos atípicos no ano de 2020, o mercado de *startups* se manteve em alta mesmo durante o período mais crítico da pandemia causada pela COVID-19. Piazza (2021) lista alguns pontos que podem ter contribuído diretamente para o avanço desse modelo de negócio no Brasil. Para o autor o amadurecimento do mercado para as *startups* no Brasil fortalecendo a cultura do empreendedorismo no país, outro grande ponto destacado no artigo é o rápido avanço das redes sociais em território brasileiro, facilitando acesso a clientes em diferentes lugares do Brasil. Por

último, o autor destaca os avanços tecnológicos como principal ferramenta para a criação de uma nova *startup*, com os rápidos avanços na área tecnológicas podemos dizer que os investidores neste modelo de negócio estão sempre se atualizando e preparados para as mudanças que podem acontecer rapidamente no mercado, já que com a criação ou aprimoramento de novas tecnologias além das mudanças nos mercados existentes novos mercado podem surgir a qualquer momento.

2.4 Mercado de divulgação de vagas *online*

A busca por emprego surge como um comportamento totalmente natural para toda a sociedade. Ao considerarmos apenas o comportamento de busca por uma vaga no mercado de trabalho sem considerarmos as condições econômicas e o número de postos de trabalhos disponíveis, poderíamos dizer que além de natural, buscar empregos é uma atividade aparentemente simples. Segundo Vargas et al. (2019), existem diversos caminhos que podem ser trilhados por candidatos e empresas, e que até que a vaga aberta por uma organização seja encerrada, pode haver a criação de uma rede de socialização dotada de complexidade.

Com o avanço da tecnologia nas organizações, muitos processos estão passando por adaptação aos novos meios digitais que surgem a todo instante, a todo o momento novas formas de realizar atividades já existentes estão surgindo. O processo de seleção de candidatos vem se modernizando com a implementação de recursos digitais para realizar entrevistas e realizar aplicação de provas com os candidatos a uma vaga de emprego. A forma com que as vagas são divulgadas ao grande público também estão se adaptando a era digital e utilizando o grande alcance da internet para que uma quantidade maior de pessoas sejam alcançadas e possam se submeter ao processo de seleção de uma empresa.

O processo de recrutamento em algumas empresas ainda é lento. Esta realidade está mudando com a adoção da tecnologia como ferramenta de inovação neste processo importante para as organizações. Segundo Mano (2001) as empresas especializadas em Recursos Humanos (RH) estão adotando meios digitais em seus processos em todo o mundo. Mittler et al. (2005) ressalta a importância do uso da internet como ferramenta nesse processo ao afirmar que:

“Recrutamento *on-line*, também denominado de recrutamento através da Internet são designações que representam uma das mais atuais, úteis e dinâmicas aplicações das tecnologias de informação no domínio da gestão das pessoas (MITTER et al. 2005, p. 20)”.

Com a ajuda da internet os processos tendem a ser simplificados, ao utilizar essa ferramenta para ampliar o alcance de divulgação de um novo processo de seleção a organização consegue ultrapassar barreiras impostas pela distância e se conectar com a utilização dos recursos online. Neste caso, além da praticidade as distâncias podem ser encurtadas entre empresas e candidatos.

As empresas geralmente ganham com os processos que tragam agilidade para sua operação. Ainda segundo Mittler et al. (2005), o departamento de Recursos Humanos (RH) dessas organizações tende a ser os maiores beneficiados com o aumento do uso da internet para divulgação de vagas, visto que sites com essa finalidade estão cada vez mais comuns ajudando em uma maior divulgação das vagas de trabalho atraindo candidatos de todos os mercados.

As empresas estão cada vez mais apostando na modernização de suas atividades, com isso a implementação de ferramentas que utilizam os benefícios da internet é totalmente natural que a atividade de contação de novos talentos também seja aprimorada com o uso dessas tecnologias. A utilização desses novos meios de comunicação com os candidatos além de praticidade pode reduzir os custos da empresa enquanto aumenta a capacidade da empresa em encontrar o candidato com perfil ideal para a vaga em aberto, potencializando a divulgação da vaga e consequentemente ajudando as pessoas a buscarem novas oportunidades de trabalho, criando horizontes a organização e candidatos.

2.5 Plano de negócio

O plano de negócio serve como guia para a implementação de um novo empreendimento. Diante das incertezas e flutuações dos mercados, o estudo do campo de atuação e determinação das características do negócio além ser uma ferramenta norteadora pode-se considerar o plano de negócio como um instrumento necessário para ser identificada a viabilidade de abertura do empreendimento diante dos cenários avaliados.

O planejamento é uma atividade indispensável para a obtenção de sucesso em um negócio, muito embora ele não seja garantia total de sucesso é através dele são levantados de forma sistemática os procedimentos e informações necessárias para a abertura de um novo negócio (RAYOL; MOREIRA, 2007). Elaborar um bom plano de negócio tem como uma de seus principais objetivos trazer clareza para os envolvidos no projeto, servindo como direcionador das ações visando reduzir ao máximo a existência de erros durante o processo, começar um projeto a partir de ações baseadas em um plano de negócio pode fazer com que o

custo de implementação dessa nova ideia seja reduzido, pois, somente conhecendo o cenário onde está se investindo é que o empreendedor poderá evitar erros que seriam onerosos para a abertura do novo negócio.

Com um plano de negócio em mãos a empresa poderá utilizá-lo de diversas formas. Segundo Ângela et al. (2016), o plano de negócio serve para que os indivíduos saibam quando e como conduzir as atividades dentro de uma organização, além de poder ser construído com objetivos específicos conforme as necessidades de cada empresa. Segundo a autora, os planos de negócios completos, resumidos ou operacional têm grande importância quando se planeja a abertura de um novo empreendimento, mas também pode ser utilizado em questões como expansão de negócio já existente, captação de fornecedores, investidores e financiamentos.

Utilizado como balizador das ações do empreendedor, o plano de negócio contempla várias vertentes consideradas essenciais para todo negócio. Durante a elaboração de um plano são descritos os aspectos técnicos, financeiros, organizacionais, assim como os aspectos jurídicos que impactarão diretamente a viabilização da abertura do empreendimento.

Como descrito por Neto et al. (2010) para que as informações presentes em um plano de negócio possam ter o máximo de aproveitamento por parte do empreendedor, elas devem estar dispostas de forma lógica e sequencial, facilitando sua compreensão. As informações contidas no plano de negócio devem estar dispostas em uma sequência lógica Rayol e Monteiro (2018) apresentaram uma estrutura que contempla os tópicos obrigatórios em um plano de negócio e a sequência objetivamente seguindo uma lógica que facilite a compreensão do conteúdo do plano, dessa forma para os autores um plano de negócio deve conter os seguintes tópicos organizados desta forma:

- **Planejamento estratégico do negócio:** deve conter os caminhos que serão percorridos pela empresa, deve descrever também missão, visão e valores, forças e fraquezas, assim como o objetivo e as metas do negócio;
- **Descrição da empresa:** este tópico deve apresentar a estrutura organizacional da empresa, deve conter também o local de instalação da empresa;
- **Produtos e serviços:** deve-se detalhar a forma de produção dos produtos ou serviços da empresa, evidenciando os recursos necessários para a produção, o ciclo de vida do produto, as pesquisas realizadas para o seu desenvolvimento e os recursos tecnológicos envolvidos em sua produção;

- **Plano operacional:** este tópico do plano de negócio deve descrever quais ações a empresa está elaborando para o seu sistema produtivo, deixando claro os impactos que estas terão sobre os critérios de avaliação de suas produções;
- **Plano de recursos humanos:** deve descrever planos para o desenvolvimento do pessoal da organização, nesta parte do plano de negócio deve-se também apresentar o grau educacional dos executivos e experiências de todos os funcionários, este tópico deixará claro os esforços empregados pela organização na formação do seu pessoal;
- **Análise de mercado:** neste ponto o autor do plano de negócio deve apresentar conhecimento sobre o *status* atual do mercado para o segmento de atuação da empresa. Deve-se de preferência apresentar dados de crescimento desse segmento, se existem períodos de maior procura e como agir nos períodos de baixa demanda. Este tópico deve ainda, analisar o local de atuação da organização e traçar um perfil do seu consumidor;
- **Plano de marketing:** a descrição das ações de marketing da empresa deve descrever como a empresa captará o cliente, descrevendo as ações que serão postas em prática para ser realizada a venda de seus produtos/serviços. Ao elaborar o plano de marketing deve-se apresentar também a política de preço, canais de distribuição, as estratégias de publicidade que serão adotadas e a projeção de venda conforme as ações idealizadas;
- **Plano financeiro:** aqui o autor do plano deve evidenciar por números as ações planejadas e a projeção de seu resultado. Deve conter ainda demonstrações como: balanço patrimonial, necessidade de investimento, análise de indicadores financeiros, faturamento previstos, dentre outros (RAYOL; MONTEIRO, 2018 p.15).

Ao final da apresentação destes tópicos, o plano de negócio deve conseguir evidenciar se a abertura do negócio é viável mediante o investimento necessário para que a empresa inicie suas operações. De posse dessas informações e conhecendo todos os potenciais resultados e riscos envolvendo o projeto é que os investidores deverão tomar a decisão de aplicar ou não os recursos necessários para a realização do projeto descrito.

3. MÉTODO

A análise de material disponível livremente para os públicos foi adotada como ponto inicial para a elaboração desse projeto. Sites de órgãos como o SEBRAE e no Associação Brasileira de *Startups* (ABSTARTUP), artigos, livros e trabalhos voltados desenvolvidos para empresas do mesmo segmento também foram analisados de forma prévia com a finalidade de adaptar a estruturação deste projeto com o padrão adotado em demais pesquisas acadêmicas. Feita a análise de artigos e trabalhos escritos para empresas do segmento, foi realizada uma pesquisa bibliográfica juntamente com uma revisão dos conceitos que são pertinentes ao tema abordado, os temas como inovação, empreendedorismo, a própria definição de *startup* e o mercado de vagas *online* foram estudados para compreensão do tema desta pesquisa.

A cidade de Mossoró foi escolhida como berço para implementação do serviço proposto pela *startup* por isso, como não foi identificado fortes concorrentes que atuem no segmento de divulgação de vagas, recrutamento e seleção voltado para o pequeno, médio e micro empreendedor na cidade, foi identificado como principais concorrentes indiretos os perfis nas redes sociais que divulgam vagas de empregos de forma autônoma sem nenhuma ligação com as empresas e sem acompanhamento dos dados dos candidatos.

Dito isso, a pesquisa realizada nesses perfis na principal rede social (Instagram[®]) utilizada por eles como fonte de divulgação de vagas de empregos na cidade, prosseguimos com um levantamento da quantidade de seguidores e de vagas divulgadas pelos principais perfis na cidade de Mossoró e os comparamos com as vagas e quantidade seguidores de perfis com a mesma finalidade em outras cidades do Rio Grande do Norte.

Os dados obtidos através destas pesquisas serão utilizados na obtenção da previsão de demanda (empresas) mediante a análise de quantidade de vagas divulgadas nos perfis analisados, previsão de demanda (candidatos) após análise da quantidade de seguidores dos perfis, e comparação da quantidade de postos de trabalhos que estão sendo divulgados em na cidade de Mossoró em comparação a outras cidades do estado evidenciando então se a cidade seria realmente o lugar ideal para abrigar o nascimento da empresa. Os dados das pesquisas são referentes ao ano de 2020, o que pode ser utilizado também como base para os anos seguintes.

Com os dados desta pesquisa, análise de trabalhos similares e revisão de conceitos finalizadas, deu-se início a construção do plano de negócio propriamente dito, abordando todos os departamentos da futura empresa, como: departamento de marketing; departamento de finanças; departamento de recursos humanos e departamento de projetos.

Por fim, uma análise geral foi realizada após a conclusão das etapas onde foi identificado se a abertura de um negócio no seguimento de divulgação, recrutamento e seleção de vagas de empregos online é realmente viável.

4. PLANO DE NEGÓCIO PARA A STARTUP IN6

O plano de negócio desenvolvido para a *startup* IN6 pretende apresentar um estudo de viabilidade para a abertura do negócio, assim como uma análise dos serviços ofertados pela *startup* e do cenário onde a empresa pretende atuar. Serão apresentados ainda pontos indispensáveis para a abertura do empreendimento, analisando todos os tópicos relevantes para o negócio.

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

4.1.1 Descrição da empresa

A IN6 será uma empresa que desenvolverá um software de recrutamento e seleção visando entregar uma plataforma intuitiva que leve tecnologia para os processos de recrutamento e seleção para as empresas e facilidade na busca de um novo emprego para os candidatos.

Diante de diversos avanços da tecnologia estamos acompanhando a otimização de diversas atividades dos mais variados setores da economia passando por uma transformação digital. Os processos que antigamente aconteciam sem ajuda direta de alguma ferramenta tecnológica estão utilizando de meios digitais para poderem ser realizados de maneira mais assertiva, evitando erros e consequentemente o retrabalho, auxiliando as empresas a conseguirem atingir os seus objetivos de contratação e reduzindo os custos de *tourover*.

Tendo isso claro em nossas mentes, era uma questão de tempo até que essa inovação chegasse até as atividades mais tradicionais das empresas, como a atividade de recrutamento e seleção de novos talentos.

A *startup* IN6 consiste em uma plataforma de divulgação de vagas de emprego, que garante ao público que está buscando inserção ou recolocação no mercado de trabalho um acesso rápido sem preenchimento de longos formulários e fácil inscrição nas vagas de emprego disponíveis. Para as empresas a *startup* se apresenta como uma plataforma rápida, transparente e de baixo custo que irá levar inovação e tecnologia para as suas atividades, otimizando o seu processo de recrutamento e seleção.

A tecnologia colabora com empresas e departamento de RH para que este problema venha a ser reduzido e que as empresas não desperdicem tempo, nem dinheiro com seleções

ineficientes e tendem a ser repetidas por falta de sucesso. Embora a utilização de tecnologia possa ser amplamente observada, o micro e pequeno empreendedor parece não ter a oportunidade de acesso às novas ferramentas de recrutamento. A *startup* IN6 se apresenta como uma ferramenta de popularização da tecnologia, trazendo essa ferramenta para que empresas de pequeno porte possam implementar a inovação por meio do uso de ferramentas digitais no seu negócio.

Para os candidatos a plataforma representa ainda a contemplação de todos os níveis de negócio, visto que ao procurar empregos nas plataformas existentes muitas das vezes os candidatos se deparam apenas com cargos que exigem alta formação acadêmica e vasta experiência. Sendo assim, a *startup* espera aumentar a adesão do grande público a utilização de plataformas digitais na procura de um novo emprego, e garantir acesso ao médio, pequeno e microempreendedor a ferramentas tecnológicas que agregarão ao seu negócio, o auxiliando a realizar um processo mais rápido, de forma inovadora e com objetividade.

4.2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Nesta seção, o planejamento estratégico para a *startup* IN6 apresenta os tópicos de: visão, missão e valores, assim como uma análise SWOT, plano de ações e apresentação dos objetivos estratégicos da empresa.

4.2.1 Visão

Conectar empresas a pessoas que buscam oportunidade no mercado de trabalho. Ser considerada referência no segmento de oferta de vagas, prestando sempre um bom serviço, superando as expectativas de candidatos e empresários.

4.2.2 Missão

Fazer parte da vida de nossos clientes, proporcionando a melhor experiência na busca de empregos para candidatos e fornecer o melhor serviço de recrutamento online para as empresas de forma transparente, acessível, com responsabilidade e profissionalismo.

4.2.3 Valores

- A) Foco no cliente;
- B) Foco no desenvolvimento de pessoas;
- C) Garantir inovação nos processos;
- D) Atuar de forma ética;
- E) Respeitar a diversidade;
- F) Ultrapassar expectativas.

4.2.4 Objetivos específicos

Quadro 3: Descrição dos objetivos específicos da IN6

TECNOLOGIA E PROCESSOS	Garantir inovação nos processos otimizando toda a operação, disseminando as melhores práticas por toda a empresa; Ter sempre em mente a melhoria dos processos favorecendo aplicações práticas em abordagens sustentáveis.
CLIENTES	Atender as necessidades dos nossos clientes, entregando um serviço completo proporcionando uma boa experiência de forma eficiente e contínua; Obter o maior índice de satisfação entre os nossos clientes, tanto para os candidatos quanto para empresas.
ADMINISTRAÇÃO	Garantir a continuidade das atividades através de um sistema de controle de competências com agilidade e transparência; Sustentar a integridade financeira da empresa, garantindo saúde financeira e mantendo sua solvência.
SUSTENTABILIDADE	Aplicar recursos de forma eficiente, medindo todos os riscos e possíveis retorno de cada aplicação sempre priorizando a continuidade do negócio.
PESSOAS	Promover um ambiente saudável, sempre atentando para segurança e processos de saúde laboral; Valorizar as pessoas, reconhecer, formar e reter talentos na empresa.

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.3 ANÁLISE SWOT

O modelo de análise SWOT tem como finalidade listar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

FORÇAS • Transparência para o usuário • Simplicidade e facilidade na usabilidade da plataforma • Ferramentas inovadoras dentro do processo • Baixo custo em relação aos concorrentes • Sem necessidade de engajar na plataforma para utilização dos serviços	FRAQUEZAS • Plataforma iniciante com pouca experiência no mercado • Pouca credibilidade • Resistência das organizações em aderir a plataformas digitais
OPORTUNIDADES • Ascensão do mercado digital • Aumento da terceirização de atividades dentro das empresas delegadas a plataformas digitais • Jovens cada vez mais possuem maiores habilidades e confiança na tecnologia e buscam soluções inovadoras • Fomento via terceiros e capacitações para evolução da empresa	AMEAÇAS • Existência de plataformas similares com mais credibilidade e anos de atuação • Recessão econômica no país ameaça que o número de vagas divulgadas seja cada vez menor • Falta de investimento por parte das empresas na divulgação dos seus processos de recrutamento e seleção

4.3.1 Plano de ações

O levantamento desses pontos permite que a empresa prossiga com um plano de ações e trace os métodos e ferramentas para serem utilizadas como forma de gerar vantagem competitiva no negócio.

4.3.2 Plano de ações forças

Quadro 4: Plano de ações forças

FORÇAS	PLANO DE AÇÃO
Transparência para o usuário	Manter o site e as redes sociais da empresa sempre atualizados e com uma descrição detalhada dos serviços ofertados pela <i>startup</i> .
Simplicidade e facilidade na usabilidade da plataforma	Ter sempre o desenvolvimento do site voltado para facilitar a usabilidade da plataforma, seguindo sempre a ideia de que a inovação deve trazer simplificação para todos os processos.
Ferramentas inovadoras dentro do processo	Manter a plataforma sempre disponível para empresas e candidatos, atualizando os serviços com novas funções elaboradas pelo time da empresa.
Baixo custo em relação aos concorrentes	Trabalhar para manter a plataforma sempre gratuita para os candidatos e um com um custo baixo para as empresas.
Sem necessidade de engajar na plataforma para utilização dos serviços	Aprimorar os recursos de inscrição a uma nova vaga, manter a função que permite o candidato se inscrever em uma nova vaga de emprego sem precisar preencher formulários ou ter uma conta no site.

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.3.4 Plano de ações fraquezas

Quadro 5: Plano de ações fraquezas

FRAQUEZAS	PLANO DE AÇÕES
Plataforma iniciante com pouca experiência no mercado	Trabalhar de forma consistente na internet a fim de conquistar credibilidade junto ao público.
Pouca credibilidade	Manter o serviço sempre online e funcionando de forma segura e sem travamento, para que candidatos e empresas confiem em nossos sistemas.
Resistência das organizações em aderir a plataformas digitais	Trabalhar junto às empresas locais os benefícios de adesão a serviços digitais, divulgar em toda a cidade e região a chegada da ferramenta na internet.

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.3.5 Plano de ações oportunidades

Quadro 6: Plano de ações oportunidades

OPORTUNIDADES	PLANO DE AÇÕES
Ascensão do mercado digital	Aproveitar a onda de crescimento nos serviços <i>online</i> e conseguir atingir mais pessoas e empresas durante essa alavancada do mercado digital.
Aumento da terceirização de atividades dentro das empresas delegadas a plataformas digitais	As empresas têm procurado cada vez digitalizar os seus processos, a IN6 irá trabalhar para atender ao público de empresas que estão buscando novos métodos de contratar talentos.
Jovens cada vez mais possuem maiores habilidades e confiança na tecnologia e buscam soluções inovadoras	Trabalhar constantemente com o público a origem da empresa, destacando a formação e experiência da equipe para criar afinidade com o público e gerar confiança.
Fomento via terceiros e capacitações para evolução da empresa	Buscar investidores que estejam a procura de negócios inovadores e promissores para aplicar recursos dentro da <i>startup</i> .

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.3.6 Plano de ações ameaças

Quadro 7: Plano de ações ameaças

AMEAÇAS	PLANO DE AÇÕES
Existência de plataformas similares com mais credibilidade e anos de atuação	Buscar ao longo dos anos adquirir através de um histórico de boa prestação de serviço credibilidade junto ao público.
Recessão econômica no país ameaça que o número de vagas divulgadas seja cada vez menor	Com a possível queda da oferta de postos de trabalho, buscar apresentar o negócio ao máximo de empresas a fim de firmar mais parcerias e por sua vez ter o máximo de vagas possível divulgadas dentro da plataforma.
Falta de investimento por parte das empresas na divulgação dos seus processos de recrutamento e seleção	Trabalhar junto com as empresas locais a importância de trabalhar com internet e de utilizar ferramentas que tragam inovação e tecnologia para dentro da empresa, apresentar a plataforma como diferencial e também como oportunidade de utilização dos mesmos recursos utilizando por grandes organizações.

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.4 EMPRESA

A empresa é constituída por seis sócios, todos são alunos do curso de administração da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA), além da graduação os componentes da empresa possuem vasto conhecimento nos segmentos de marketing, vendas e gestão pública e privada. Registrada sob o nome empresarial IN6 Tecnologia em Recrutamento, a organização irá atuar conforme previsto no art. 966 do Código Civil Brasileiro, exercendo profissionalmente atividade econômica, organizada para a produção ou circulação de bens e serviços sob o nome fantasia “IN6”.

A empresa será registrada no regime inova simples, regime especial criado para que a abertura de *startups* fosse simplificada, com todo o procedimento feito através da internet o inova simples pretende acelerar a validação de ideias inovadoras no Brasil. Esta modalidade de registro garante alguns benefícios para as *startups*, além do procedimento ser automático e realizado totalmente de forma online, as empresas possuem flexibilidade na escolha do local da sede, podem realizar autodeclaração de baixo risco da atividade e em casos de não haver sucesso do empreendimento a baixa do CNPJ pode ser realizada com a mesma facilidade da abertura.

Ao formalizar a abertura da empresa e ter o seu CNPJ gerado através do inova simples a empresa definirá o código e descrição de sua atividade econômica principal, assim como os códigos e descrição de suas atividades secundárias. Ao finalizar o processo de inscrição a empresa estará registrada através do regime inova simples com a seguinte definição de suas atividades econômicas (CNAES).

Quadro 8: Descrição dos CNAES

Empresa:	IN6 Tecnologia em Recrutamento Inova Simples (I.S)
Código e descrição da atividade econômica principal:	63.11-9-00 - Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet.
Código e descrição das atividades econômicas secundárias:	63.99-2-00 - Outras atividades de prestação de serviços de informação não especificadas anteriormente 74.90-1-99 - Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente 85.99-6-04 - Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial 73.19-0-99 - Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente 78.10-8-00 - Seleção e agenciamento de mão-de-obra 18.30-0-03 - Reprodução de software em qualquer suporte 70.20-4-00 - Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica

	74.90-1-04 - Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários 62.09-1-00 - Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação 62.03-1-00 - Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis 78.30-2-00 - Fornecimento e gestão de recursos humanos para terceiros
--	--

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.5 REGIME TRIBUTÁRIO

O regime tributário a ser adotado pela empresa será o Simples Nacional, o regime foi criado a partir da publicação da Lei Complementar Nº 123 de 14 de novembro de 2006. Esse regime tributário tem como foco microempresas e empresas de pequeno porte. As microempresas (ME) são as organizações que possuem o valor de até 360 mil reais de faturamento registrado nos últimos 12 meses de operação, já as empresas de pequeno porte (EPP) são organizações que possuem um faturamento de 360 mil a 4,8 milhões de reais nos últimos 12 meses. Empresas que ultrapassem esse valor de faturamento anual não podem adotar o Simples Nacional como regime tributário.

Esse modelo de tributação simplificado foi criado com a finalidade de facilitar a atividade de micro e pequenas empresas, por um sistema de desburocratização. O sistema conta com a participação de todos os entes federados, adotado então por todos os municípios do Brasil. As vantagens apresentadas por esse sistema são diversas e vão desde a simplificação da contabilidade até a redução do número de declarações. Para as empresas que adotam o Simples Nacional como regime tributário o pagamento de tributos e impostos também é simplificado, esses são pagos através do documento de arrecadação do Simples Nacional (DAS), nesta única guia de recolhimento a empresa paga diversos tributos como: programa de integração social (PIS), imposto sobre a circulação de mercadorias (ICMS), imposto sobre serviço (ISS), contribuição para financiamento de seguridade social (COFINS), entre outros.

Além da facilidade de pagamento dos tributos, existem outras facilidades conferidas as empresas do simples. A facilidade de regularização através do parcelamento e apuração de débitos na receita federal ajudando a empresa a se manter sempre regular, a isenção de algumas declarações como, por exemplo, Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais (DCTF) e a dispensa das certidões de negativa para realizar mudanças contratuais, mecanismos de

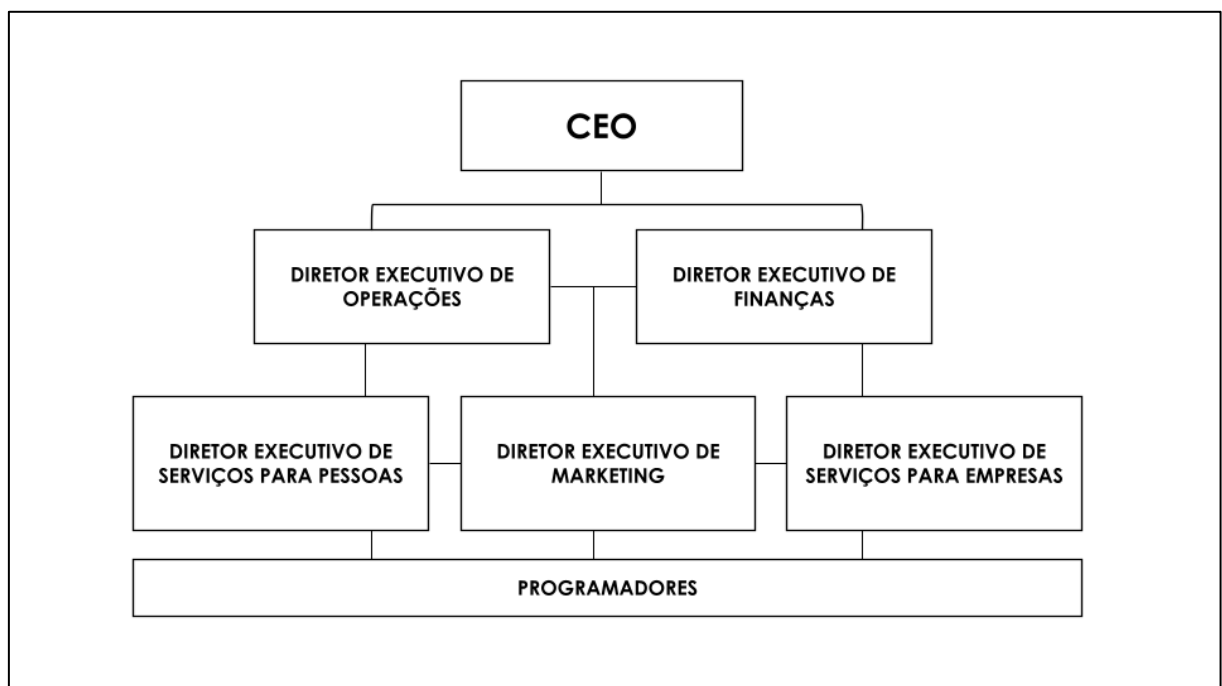
recebimento de investimento simplificado por parte de investidores anjos mantendo a segurança jurídica de todas as partes.

4.6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Para definir as linhas de comando da empresa e, também, evidenciar a sua departamentalização, a *startup* IN6 foi estruturada com foco em seis principais gerências.

Para que tudo funcione de forma harmônica e com o máximo de transparência e comunicação possível entre os setores, a estrutura utilizada combina os modelos funcional e linear, onde mesmo existindo linhas definidas de comando todos os departamentos buscam um alto nível de interação na combinação de suas operações. A *startup* contará inicialmente com seis diretores de departamentos e dois programadores. Enquanto a parte de definição das estratégias de mercado e posicionamento da marca, assim como decisões que envolvam aspectos relacionados ao negócio ficarão a cargo dos diretores, os programadores irão atuar no desenvolvimento das ideias pensada pela equipe construindo a plataforma de fato prestando apoio nas áreas de *backend* e *front-end* de todo o sistema.

Figura 1: Organograma da IN6



Fonte: Elaboração própria (2022).

4.6.1 Descrição de competências da equipe

A descrição das responsabilidades de cada cargo foi pensada considerando a estrutura da organização, os cargos descritos compõem o organograma apresentado anteriormente.

Quadro 9: Descrição de cargos e atribuições

CARGO	DESCRIÇÃO
CEO	Desenvolver estratégias e planos de negócios que estejam alinhados com os objetivos da empresa, liderar todos os processos da organização coordenando suas atividades e garantindo a execução destas de acordo com o que foi planejado. Analisar as situações na qual a empresa esteja enfrentando e propor soluções para garantir a sobrevivência da organização. Propor melhorias para os produtos e serviços da empresa, trabalhando ativamente com todos os departamentos. Tomar decisões de investimento e manter-se atualizado os conhecimentos sobre o setor de atuação da empresa.
Chefe Executivo de Operações	Responsável por todas as operações da empresa, desenvolvimento de telas dos sistemas para empresas, candidatos e administração da plataforma. Atuando na implementação de inovação nos processos já existentes, desenvolvimento dos sistemas e análise da funcionalidade das atividades da plataforma. Testes de novas funções do serviço e aplicação/monitoramento do funcionamento das atividades da empresa. Garantir a boa execução dos serviços da empresa monitorando todos os processos, atuando junto aos demais departamentos para que as funcionalidades aplicadas sejam correspondentes às demandas identificadas pelos departamentos de serviços para pessoas e empresas.
Chefe Executivo de Finanças	É responsável por organizar, planejar, dirigir e controlar todas as atividades financeiras da empresa. Gerenciando por completo o departamento financeiro, contemplando as atividades de planejamento de contas a pagar e contas a receber, cobrança, gestão de patrimônio, compras e gestão de pessoas. Também é responsável por analisar gastos com investimento dentro da própria plataforma, bem como o custo de implementação das inovações indicadas por cada departamento. Análise e controla também os gastos das outras chefias, com a finalidade de controle e redução de custos da empresa.
Chefe Executivo de Serviços Para Pessoas	Garantir um bom funcionamento do serviço voltado para as pessoas (candidatos), atuando diretamente com o setor de operações no desenvolvimento de funcionalidades e aprimoramento do sistema para esse público. Criar meios de contato com os usuários e absorver os feedbacks com o intuito de devolver uma plataforma que atenda melhor às necessidades do público-alvo. Criar métodos de atingimento de captação de novos clientes na plataforma, trabalhando em conjunto com o departamento de marketing no desenvolvimento de ações que ajudem na obtenção desta variável.
Chefe Executivo de Serviços Para Empresas	Responsável pelo contato da empresa com os seus clientes (empresas), garantir contato com as instituições que possam ofertar vagas de emprego na plataforma. Responsável pelo contato direto entre A IN6 e os clientes PJ, estreitando os contatos e apresentando a plataforma para novos comerciantes e empresários da região com

	finalidade de aumentar a carteira de clientes dentro da modalidade PJ. Desenvolve junto ao departamento de processos métodos inovadores dentro do segmento de empresas da plataforma de oferta de vagas , atende as empresas de forma presencial ouvindo feedbacks e sugerindo mudanças e implementação de melhorias no sistema. Trabalha junto com o departamento de marketing com a finalidade de desenvolver ações para captação de novos clientes e entrega de material de divulgação das vagas para os clientes já ativos.
Chefe Executivo de Marketing	Desenvolve a identidade visual da empresa, elabora estratégias de posicionamento da marca na internet, cria estratégias de divulgação online nos canais disponíveis, responsável por elaborar posts para as redes sociais da organização. Trabalha junto ao departamento financeiro para viabilizar campanhas patrocinadas, garante ações de relacionamento com clientes PF e PJ juntos aos respectivos departamentos. É responsável por tudo que esteja ligado a imagem e posicionamento da marca, monitora e alimenta os perfis nas redes sociais da <i>startup</i> .
Desenvolvedores	Responsáveis pelo desenvolvimento da plataforma. Irão trabalhar desenvolvendo telas do sistema e códigos de programação de todas as funcionalidades do <i>backend</i> (sistemas por trás da página do site que permite o funcionamento da plataforma) e <i>front and</i> (parte visível para todas as pessoas que acessam o site).

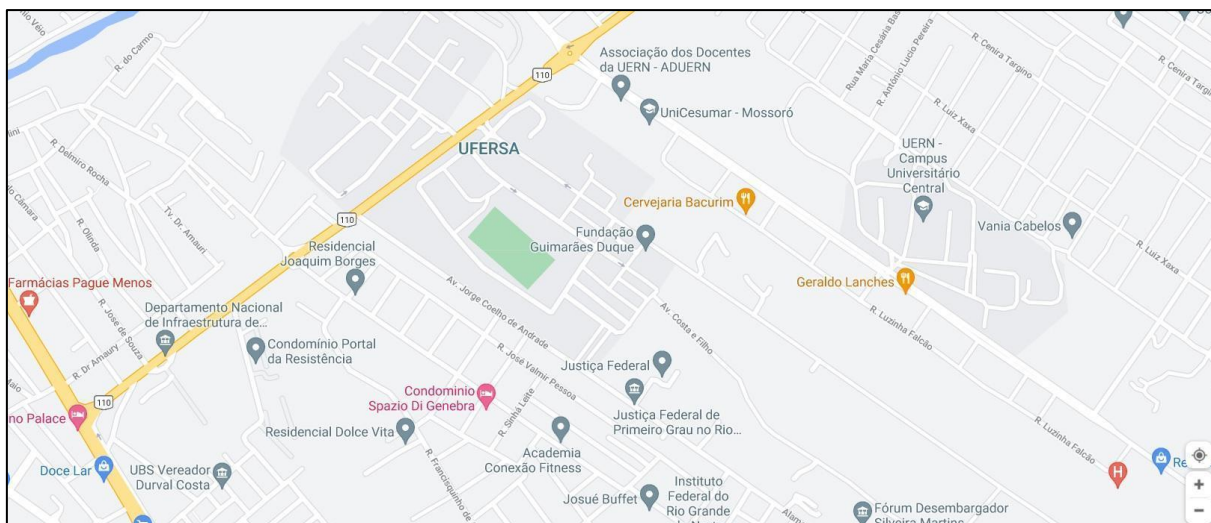
Fonte: Elaboração própria (2022).

4.7 LOCALIZAÇÃO

Para que a empresa possa ter um escritório na cidade de Mossoró/RN foi pensado em um endereço no bairro Pres. Costa e Silva. No geral o ponto em que a empresa esteja com o seu escritório instalado terá importância significativa, pois o principal meio de contato com entre os clientes através de mecanismos de comunicação virtual, não sendo necessário que os candidatos ou empresários sejam direcionados a um ponto físico.

Apesar de não ser um diferencial, a escolha do bairro para instalação física da sede da empresa foi uma decisão estratégica pensando nos benefícios a longo prazo. O bairro está em desenvolvimento e consta com vários endereços corporativos e escritórios o que pode atribuir certa credibilidade para a empresa iniciante, além de contar com alguns estabelecimentos comerciais potenciais clientes.

Figura 2: Localização do escritório da IN6



Fonte: Google Maps (2020).

A preferência pela proximidade com a universidade acontece pelo motivo que a longo prazo com o crescimento da empresa e a possível expansão do negócio a startup pode contratar mão de obra no setor de TI, e disponibilizar estágios nos setores de administração e contabilidade, por exemplo.

4.8 SÓCIOS

Como descrito no tópico sete desta seção, a empresa tem em sua diretoria executiva composta por seis sócios, todos com graduação em administração. Cada um dos sócios é responsável por um departamento da *startup*, conforme apresentado a seguir:

- Ana Paula Ribeiro de Oliveira: responsável pelo departamento de serviços para pessoas, tem experiência nas áreas de administração pública e atualmente trabalha como representante comercial de uma empresa de serviços financeiros;
- Isabele Pontes Régis: responsável pelo departamento de marketing é aluna do curso de administração, possui experiência em atendimento ao público e atualmente trabalha com desenvolvimento de identidade visual e estratégia de marketing na internet;
- Luiz Artur Fernandes de Macêdo: atual coordenador da empresa, possui o cargo de CEO, conta com experiência em atendimento ao público e atualmente exerce o cargo de gerente comercial em uma das maiores varejistas do país;

- Josenilda Cristina da Silva Lira: responsável pelo departamento de serviços para empresas, possui experiência com atendimento ao público e liderança de equipe, já atuou por anos como chefe de departamento de recursos humanos e atualmente trabalha como agente de mercado da Federação das Indústrias do Rio Grande do Norte (FIERN) atendendo indústrias de diferentes setores;
- Maria Lilia Rodrigues de Matos: responsável pelo departamento de finanças, possui experiência com gerenciamento de redes sociais e programas de auxílio do gerenciamento de conteúdo para redes, atualmente trabalha no setor administrativo de uma empresa que presta consultoria para empresários, produzindo e gerenciando conteúdo para redes sociais, trabalha com registros de marcas e patentes e é responsável por demandas administrativas no escritório;
- Wanderson Breno Cabral da Silva: responsável pelo departamento de operações, possui experiência em setores administrativos, atendimento ao público e treinamento de pessoal, atualmente é responsável pela gestão financeira de um órgão público.

4.9 PRODUTO

Os produtos disponibilizados pela *startup* terão dois públicos-alvo, as empresas e os candidatos. Mesmo utilizando o mesmo endereço para ter acessos aos recursos de cada grupo, a empresa irá trabalhar com esses dois segmentos. Para as empresas o sistema irá apresentar telas de cadastro de uma vaga, assim como as telas de gerenciamento dos dados pertinentes a vaga criada. Após solicitar a publicação de uma vaga de trabalho na plataforma a empresa receberá currículos e poderá selecionar os melhores candidatos de acordo com o perfil buscado pela organização, as opções de contato e uma rápida avaliação do candidato também estará disponível. Todos esses acessos serão liberados mediante pagamento de uma taxa gerada após a solicitação de abertura de uma vaga, o valor para pagamento é de R\$39,99 por vaga criada.

Para os candidatos a plataforma irá funcionar como um mural de postos de trabalhos abertos e que estão contratando naquele momento. Ao acessar o site os candidatos poderão se inscrever em vagas de trabalho, sem precisar preencher longos formulários e sem custo. Existirá um recurso pago para os candidatos, porém ele é opcional, o candidato que optar por contratar o recurso de promover o currículo obterá algumas vantagens como: ter o perfil sempre no topo da lista de candidatos e deixar o currículo salva nos bancos de dados da empresa mesmo após o encerramento do período de contratação. O valor de contratação desse serviço será de R\$5,99.

4.9.1 Apresentação do sistema desenvolvido pela startup

4.9.2 Tela inicial

Página inicial disponível para empresas e candidatos, esta é a *home page* da empresa, além de conter os botões de acesso a conta, cadastro de novas vagas e busca de emprego ela ainda contará com descrição e exemplificação dos serviços prestados pela plataforma.

Figura 3: Tela inicial do sistema



4.9.3 Tela de login e sign up

Nesta seção as empresas poderão acessar sua conta e ter acesso a todas as informações sobre as vagas que por ela foram criadas.

Figura 4: Tela de login e sign up

The screenshot shows the IN6empresas login and sign up interface. At the top, the logo 'IN6empresas' is displayed. Below it, a message states: 'Para criar vagas, acompanhar o recebimento de currículos e ter acesso aos novos recursos, acesse sua conta'. The page is divided into two main sections. On the left, under 'Já é cliente?', is the 'Acesse sua conta' section with fields for 'Email' (placeholder: 'insirir email') and 'Senha' (placeholder: 'insirir senha'), a checkbox for 'Manter conectado', a link for 'Esqueceu a senha?', and a red 'Entrar agora' button. On the right, under 'Ainda não tem conta?', is the 'Cadastre-se grátis' section with a description: 'Tenha acesso a recursos que simplificarão o seu processo de recrutamento e seleção de candidatos. É grátis e leva apenas 1 minuto.' and a red 'Cadastrar empresa' button. The footer contains copyright information: '© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I.S.' and links for 'Central de ajuda', 'Termos de uso', and 'Política de privacidade'.

© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

4.9.4 Painel de vagas

Figura 5: Painel de criação de vagas

The screenshot shows the 'Painel de criação de vagas' (Job Creation Panel) in the IN6empresas system. The top navigation bar includes the logo 'IN6empresas', the title 'Painel de vagas', and a link 'Encontrar vagas'. On the right, there are icons for notifications, a dropdown menu, a calendar, and a 'Survey Monkey' button. The main content area is titled 'Criar nova vaga' and contains a form with the following fields: 'Nome da vaga' (placeholder: 'por exemplo, atendente de loja'), 'Tipo do cargo' (a dropdown menu with the placeholder 'selecionar tipo do cargo'), 'Localização do trabalho' (a location pin icon followed by the placeholder 'insirir localização do trabalho'), and 'Descrição da vaga e suas atribuições' (placeholder: 'descreva a vaga e suas atribuições').

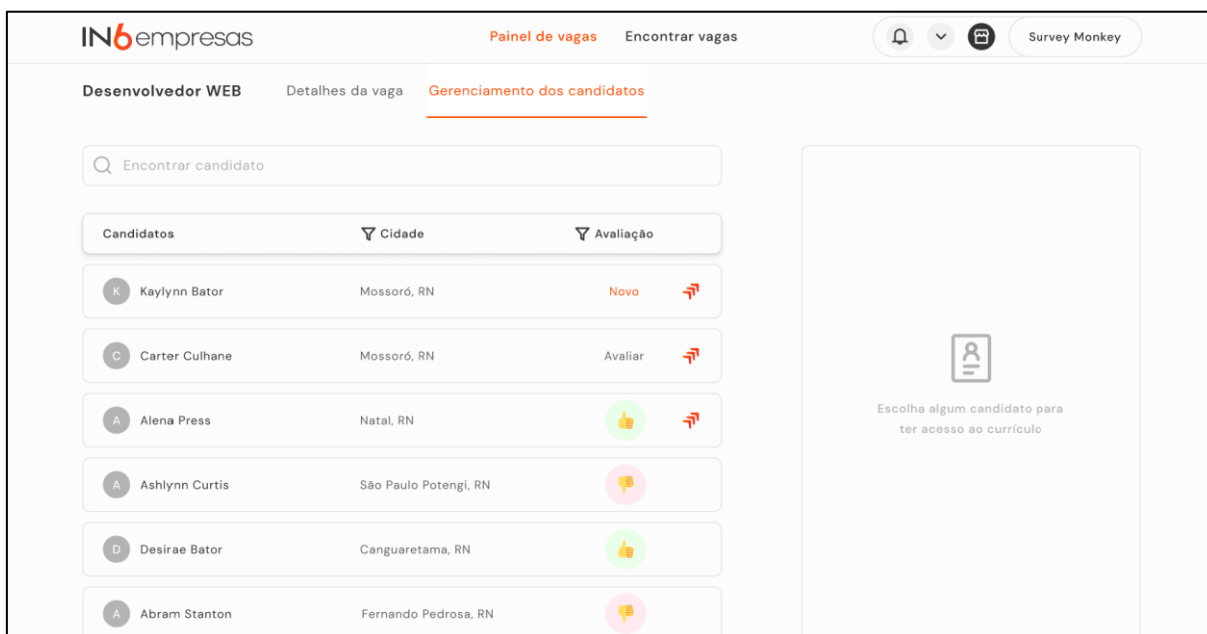
© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

Nesta seção da plataforma a empresa irá informar todos os dados pertinentes a vaga de trabalho que ela irá abrir, após a informação dos dados e pagamento da taxa do serviço a vaga começará a receber currículos através da plataforma.

4.9.5 Gerenciamento de candidatos

Nesta seção a empresa irá conseguir gerenciar todos os candidatos que submeteram o seu currículo para uma vaga específica. Aqui a empresa além de visualizar o currículo enviado ela terá acesso ao contato da pessoa que se inscreveu para um contato mais rápido. Os currículos que contam com esse símbolo de seta são dos candidatos que optaram pela contratação do serviço de impulsão.

Figura 6: Gerenciamento de candidatos

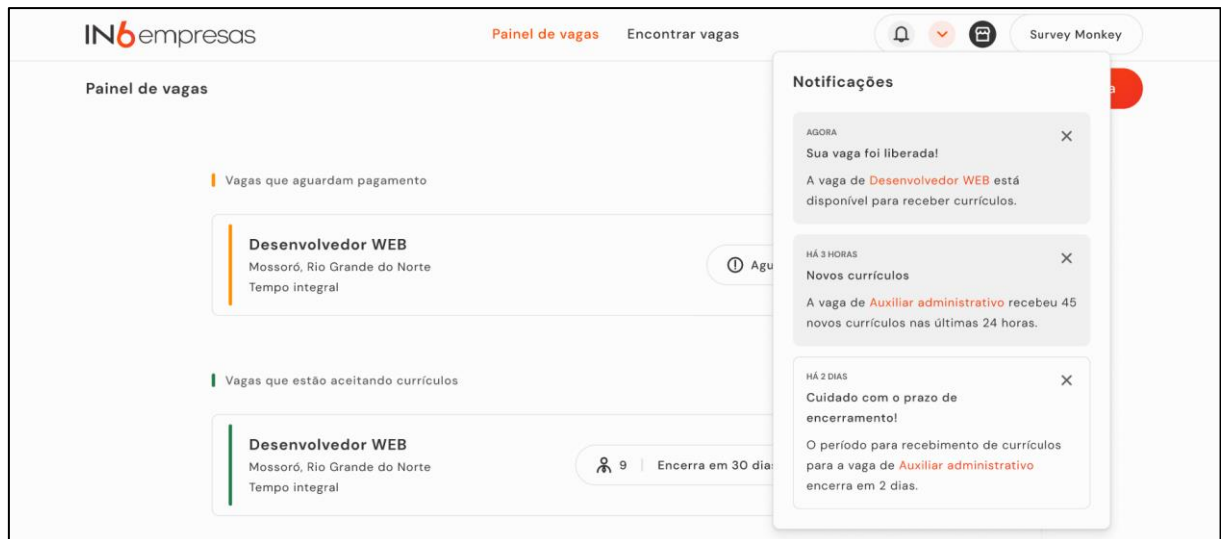


© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

4.9.6 Notificações

Nesta tela a empresa poderá acompanhar toda a movimentação realizada em seu perfil. irá conseguir visualizar informações sobre o andamento do processo de criação da vaga, assim como a quantidade de acessos e inscrições que recebeu em determinado período.

Figura 7: Painel de notificações dos usuários



© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

4.9.7 Tela de apresentação de vaga

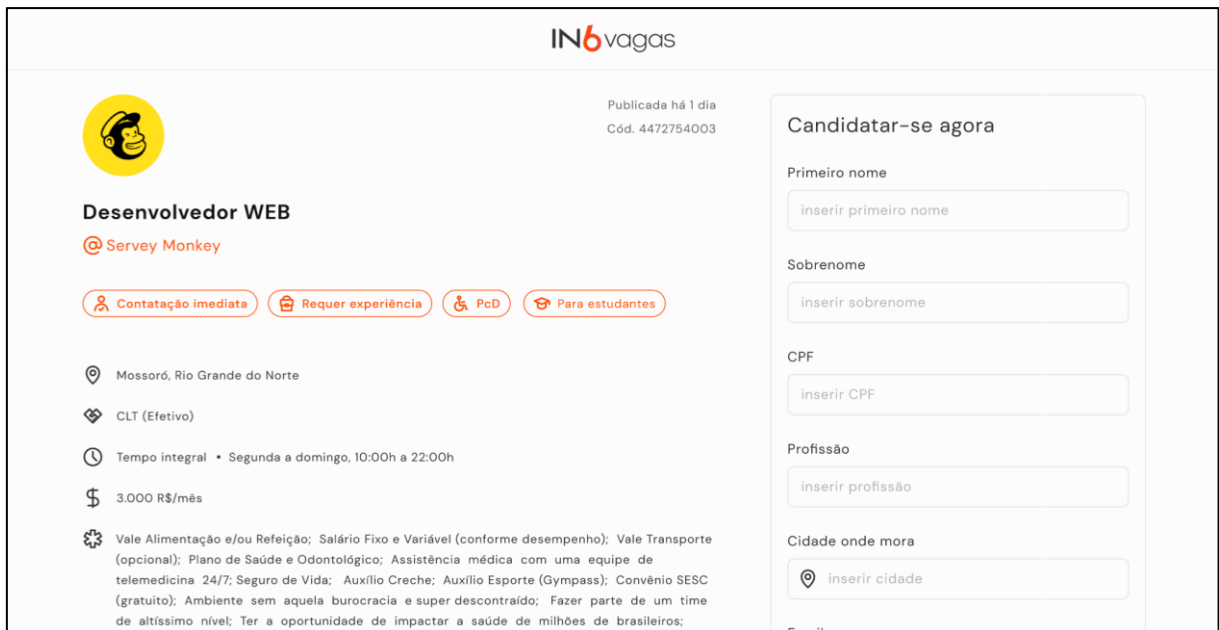
Esta é a tela que será apresentada ao candidato quando ele pesquisar por uma vaga de emprego na plataforma, o candidato poderá buscar por vagas utilizando filtros, procurando as abertas por cidade, cargo, empresa ou visualizar todas que estão recebendo currículo, ao escolher uma vaga para acessar as informações específicas ele será direcionado para esta tela.

Figura 8: Tela de apresentação de vaga (1)



© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

Figura 9: Tela de apresentação de vaga (2)



IN6vagas

Publicada há 1 dia
Cód. 4472754003

Desenvolvedor WEB
@ Survey Monkey

[Contatação imediata](#) [Requer experiência](#) [PcD](#) [Para estudantes](#)

Mossoró, Rio Grande do Norte
CLT (Efetivo)
Tempo integral • Segunda a domingo, 10:00h a 22:00h
3.000 R\$/mês

Vale Alimentação e/ou Refeição; Salário Fixo e Variável (conforme desempenho); Vale Transporte (opcional); Plano de Saúde e Odontológico; Assistência médica com uma equipe de telemedicina 24/7; Seguro de Vida; Auxílio Creche; Auxílio Esporte (Gympass); Convênio SESC (gratuito); Ambiente sem aquela burocracia e super descontraído; Fazer parte de um time de altíssimo nível; Ter a oportunidade de impactar a saúde de milhões de brasileiros;

Candidatar-se agora

Primeiro nome
inserir primeiro nome

Sobrenome
inserir sobrenome

CPF
inserir CPF

Profissão
inserir profissão

Cidade onde mora
inserir cidade

© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

Figura 10: Tela de apresentação de vaga (3)



IN6vagas

Descrição da vaga

Área responsável por garantir a adaptação de todo o time de riscos frente à novos produtos, tecnologias e evolução de mercado, mantendo assim a sinergia entre as áreas, aumentando a integração com negócios, e convergindo nosso risco e retorno com os objetivos da Backyardigans Co.

O que você vai fazer:

- Liderar tecnicamente time de analistas responsáveis pela execução de projetos;
- Realizar gestão de equipe de analistas responsáveis pela execução de projetos;
- Detalhar o escopo planejado para execução do projeto;
- Acompanhar a execução dos projetos com times WebÁteliê;
- Discutir e auxiliar ativamente na solução dos projetos com os demais times;
- Acompanhar time de Risco na implantação do novo produto, seja criação de feature ou mudança de procedimento;
- Realizar reunião de entrega de novo produto para os times de riscos.

Sobre a Survey Monkey

SurveyMonkey (Nasdaq: SVMK), é líder em soluções ágeis de software para experiência do cliente, pesquisa de mercado e feedback de pesquisa. Nossa plataforma capacita mais de 20 milhões de usuários ativos a analisar e agir sobre feedback de funcionários, clientes, usuários de sites e aplicativos e entrevistados em pesquisa de mercado. Os produtos, soluções corporativas e integrações da SurveyMonkey permitem que mais de 345.000 organizações ofereçam melhores experiências aos clientes, aumentem a retenção dos funcionários e desbloqueiem o crescimento e a inovação. Em última análise, a visão da SurveyMonkey é elevar o nível de experiências humanas, amplificando vozes individuais.

Número do WhatsApp
inserir número do WhatsApp

Número de telefone
inserir número de telefone

Currículo
[insira seu currículo](#)

Enviar currículo

Ao clicar em Continuar, eu concordo que li e aceito os [Termos de uso](#) e a [Política de privacidade](#).

© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

4.9.8 Tela de promoção de currículo

Após se candidatar a uma vaga será apresentado ao candidato uma tela de explicação do serviço de promoção de currículo, onde o candidato terá a possibilidade de escolher se deseja impulsionar o seu currículo para que ele esteja sempre em destaque para a empresa.

Figura 11: Tela de apresentação do recurso “Impulsionar Currículo”



© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

Figura 12: Tela de confirmação da contratação do serviço de “Impulsionar Currículo”



© 2022 IN6 Tecnologia em Recrutamento I. S. Todos os direitos Reservados.

4.10 LINGUAGENS UTILIZADAS PARA DESENVOLVIMENTO DA PLATAFORMA

A plataforma está sendo desenvolvida utilizando dois tipos de linguagens de programação, as linguagens Java e React JS. Para que os sistemas eletrônicos possam funcionar em sincronia, as linguagens de programação devem conversar entre si. A linguagem de

desenvolvimento utilizada para a parte visual do site, conhecida como *front and* foi a React JS, o trabalho realizado com esse estilo de programação serão os que estarão visíveis a todos que ingressarem na plataforma por meio de seu endereço eletrônico, todas as cores, figuras e caixas de interação são programadas no desenvolvimento frontal do site. A outra parte que envolve programação e não pode ser visualizada por visitantes de um site é o *backend*, este é composto por códigos que sustentam a operacionalidade do sistema, a linguagem Java foi a escolhida pela empresa para desenvolver os bastidores do projeto, portanto, os sistemas que sustentará a funcionalidade do site são desenvolvidos em Java.

4.11 SEGMENTO DE MERCADO

Para iniciar as suas atividades a *startup* irá focar sua operação na cidade de Mossoró, Rio Grande do Norte. A empresa irá trabalhar para atender as micro, médias e pequenas empresas da região oferecendo o serviço da plataforma de recrutamento online. A empresa pretende trabalhar junto a esse grupo de empresário por acreditar que essas empresas devem passar a inserir inovação e tecnologia dentro de suas rotinas, e que por não contarem com grande departamento de TI podem encontrar dificuldades na hora de usar recursos online de recrutamento e seleção de pessoas que sejam eficientes para o seu tipo de negócio.

4.12 CENÁRIO

No geral, as empresas que a *startup* tem como público-alvo não contam com um sistema de recrutamento digital, e acabam divulgando o seu processo seletivo em perfis nas redes sociais que trabalham fazendo a disseminação de publicações de postos de trabalhos abertos na cidade e região. Na cidade de Mossoró é bastante comum utilizar esse meio de divulgação de vagas de trabalho abertas, porém, esses perfis não têm outra função senão a de divulgar a abertura de um novo posto de trabalho.

Existem três perfis que atuam em uma rede social e que possuem alta adesão tanto de empresas da região quanto de usuários que estão a busca de um novo ou primeiro emprego.

Quadro 10: Descrição dos perfis de divulgação de vagas de empregos em Mossoró/RN

Perfis	Número aprox. de seguidores	Número aprox. de publicações
Vagas de emprego em Mossoró (@vagas.mossoro)	53,3 mil	3.224
Empregos em Mossoró RN (@suavagamossoro)	25,8 mil	1.286
Empregos em Mossoró e região (@temosvagasmosoro)	47,1 mil	4.234

Fonte: Elaboração própria (2022).

Todos esses perfis atuam nas redes sociais, mas não possuem um serviço personalizado para a empresa, reforçando apenas que trabalham com a divulgação dessas vagas de trabalhos abertas a divulgação por este meio não confere a empresa a possibilidade de contratar e gerenciar de forma virtual os candidatos que apresentem interesse na vaga anunciada, além de ainda não conter em suas publicações maiores informações sobre a empresa e descrição de trabalhada da vaga que está sendo anunciada.

4.13 MACRO AMBIENTE

O ambiente de atuação que a empresa irá operar é altamente competitivo, a internet é um mundo aberto para todos, e outras plataformas que oferecem serviços parecidos já atuam a algum tempo no mundo virtual. Um dos maiores desafios será conquistar espaço entre as grandes empresas que já atuam neste segmento de mercado e tem suas operações baseadas em sites que fornecem serviço parecido com o da *startup*.

As ferramentas de exploração de mercado na internet são praticamente as mesmas para todos que estão utilizando a rede para comercializar os seus produtos/serviço, portanto, a empresa terá que conquistar ao longo do tempo de atuação credibilidade junto aos usuários e empresas que irão aderir à plataforma da IN6 tanto para buscar emprego, quanto para recrutar.

4.14 DIFERENÇA DE MERCADO

As grandes empresas que atuam neste segmento e que também mantém a internet como principal campo de divulgação dos seus serviços, possuem um alto número de vagas cadastradas, porém, em grande maioria das vezes não encontramos vagas que não exijam graduação, cursos técnicos ou experiências anteriores, a maioria dessas vagas também são

ofertadas por empresas de grande porte, que já possuem estrutura dentro da própria organização para prosseguir com um processo seletivo mais elaborado.

Diante desta situação, a IN6 se apresenta como uma ferramenta que se propõe a levar a tecnologia utilizada pelas grandes empresas para os pequenos, micro e médios empresários, assim como trazer para o público que buscar inserção no mercado em vagas operacionais e cargos mais básicos a oportunidade de buscar por alocação no mercado sem sair de sua casa.

Para as empresas, a empresa se apresenta como uma ferramenta de inserção de inovação no processo de recrutamento e seleção, cobrando um preço justo para empresas pequenas que além de não terem um departamento dedicado a esses processos irão passar a utilizar os mesmos mecanismos das grandes empresas em suas operações.

Para os candidatos a IN6 é a desburocratização dos serviços de candidatura a uma vaga de emprego online, pois não apresentará longos questionários para que o candidato submeta seu currículo a uma vaga, além de ser uma ferramenta gratuita. Os candidatos que optarem por utilizar os serviços da IN6 terão mais chances de encontrar vagas de emprego que sejam verdadeiramente de sua região sem precisar ter um grandes formações ou anos de experiência.

4.15 PLANO DE MARKETING

4.15.1 Detalhamento dos produtos/serviços ofertados pela empresa

Como descrito anteriormente, a empresa irá atender a dois tipos de público. Empresas que estão ofertando vagas de emprego, e candidatos que estão em busca de uma alocação no mercado de trabalho.

Para as empresas a plataforma oferece a funcionalidade de criação de vagas de emprego dentro do site, as empresas portanto irão se cadastrar no site da IN6 preencher o formulário com as informações referente a vaga que está sendo criada e finalizar o processo mediante pagamento de uma taxa de utilização de serviço.

O valor cobrado por cada vaga criada pela empresa será de R\$39,99. A empresa passará a receber currículos para o posto de trabalho que foi anunciado na plataforma após a identificação desde pagamento, assim que o pagamento for aprovado a vaga ficará disponível e aceitando inscrições dentro da plataforma pelo prazo máximo de 90 dias, dentro desse período a organização poderá a qualquer momento pausar o anúncio, e retomar quando quiser, desde que não tenham sido ultrapassado o prazo de 90 dias após a aprovação do pagamento. Em casos

em que a empresa não conseguiu encontrar o candidato que buscava dentro desse período deve-se ser criada uma nova vaga, e, portanto, o pagamento de uma nova taxa.

Para os candidatos, a plataforma representa o lugar onde estes irão encontrar as vagas de emprego que estão aceitando currículos no momento, estes por sua vez não precisarão criar um cadastro para conseguir realizar a busca por vagas nem para se inscrever nas vagas de seu interesse. Dentro da plataforma existirá alguns filtros de buscas que ajudarão estes candidatos a encontrar a vaga de acordo com as suas preferências, alguns filtros que poderão ser utilizados na busca são: cidade, estado, tipo de contrato, empresa, cargo, regime trabalhista, faixa salarial, entre outros.

Esses candidatos não precisarão pagar para ter acesso às vagas de trabalhos abertas, e não será cobrada nenhuma taxa de inscrição ao demonstrar interesse e realizar a inscrição em uma das vagas dentro da plataforma. Porém, o candidato poderá adquirir o recurso de impulsão de currículo por uma taxa de R\$5,99, por cada impulsão contratada.

O serviço de impulsão de currículo garante ao candidato alguns recursos exclusivos, como por exemplo: prioridade na apresentação do currículo para a empresa contratante, o candidato será notificado quando a empresa visualizar e/ou analisar o seu currículo, notificações através do e-mail sobre o status da vaga. Esse recurso não será obrigatório, cabe ao candidato decidir se irá ou não contratar o serviço ao término de sua inscrição em uma vaga.

4.15.2 Política de crédito

Inicialmente a plataforma vai oferecer duas formas de pagamento tanto para as empresas quanto para os candidatos. O pagamento poderá ser feito através de cartão de crédito e de boleto bancário. Os recursos contratados pelas empresas ou candidatos estarão disponíveis para ambos, mediante a confirmação do seu pagamento. Para isso será contratado uma plataforma de *checkout* que funciona dentro da plataforma e realize a verificação dos dados dos cartões junto com as administradoras, como essas verificações acontecem de forma online, e os cartões possuem limites de compra pré-aprovados para cada cliente essa será a opção mais rápida para o cliente. O boleto bancário emitido diretamente na plataforma poderá ter até 03 dias úteis para ter o seu pagamento reconhecido, desta forma as empresas e usuários que optarem por pagar os serviços da IN6 através de boleto poderão ter que esperar esse prazo para que a vaga seja liberada, no caso das empresas, ou para que o currículo seja promovido para a vaga selecionada pelo candidato.

4.15.3 4P'S do marketing

Criado por McCarthy e popularizado em todo o mundo por Philip Kotler, os 4P's do marketing funcionam como uma ferramenta de administração mercadológica que auxilia o administrador na identificação da posição da empresa no mercado e os meios pelos quais a organização promove os seus produtos ou serviços. Os 4P's nada mais são que a descrição dos seguintes tópicos: produto, preço, promoção e praça.

Foi desenvolvido, portanto, uma análise da *startup* com a finalidade de identificar os pontos que preenchem as necessidades da empresa.

Produto: Empresas: Auxiliar as empresas em soluções de recrutamento divulgando suas vagas e encontrando pessoas qualificadas, de maneira rápida, simples e muito mais barata, além de conseguir gerenciar as vagas e os candidatos em uma plataforma limpa e intuitiva.

Candidatos: O objetivo da IN6 é auxiliar a obter sucesso na busca de um emprego, também forma simples e interativa, na qual ele consegue interagir com todo o processo, antes, durante e depois, de forma transparente, sabendo exatamente em que situação está aquela aplicação de emprego que ele fez. Além de ajudá-los a monitorar as novas vagas que vão surgindo por meio de mensagens via e-mail.

Preço: As empresas pagarão um valor por cada vaga aberta dentro da plataforma para ter acesso aos recursos. Para os candidatos a plataforma será gratuita e de livre acesso, ficando facultativo o pagamento referente à contratação do recurso de impulsão do currículo. O preço que a organização pretende praticar é o de R\$39,99 por cada vaga criada pela empresa e o valor de R\$5,99 referente à contratação do recurso de impulsionar o currículo pelos candidatos. Esses valores poderão sofrer alterações mediante pesquisas de mercado que evidenciem os valores da contratação dos serviços necessários para que esse pagamento seja realizado dentro da plataforma, portanto, com base nas taxas de checkout que serão implantadas na plataforma o valor pode ser alterado.

Promoção: inicialmente a promoção dos serviços será realizada exclusivamente por meios digitais, utilizando as ferramentas de internet e o alcance das redes sociais para impulsionar a divulgação dos serviços fornecidos pela empresa. A divulgação ocorrerá através da prospecção direta de clientes com uma abordagem mais íntima tanto por e-mail, quanto em ações de marketing na internet que serão inicialmente voltadas para o público jovem recém-formado que busca emprego, quanto por visitas e reuniões com empresas para oferecer o

produto como um classificado de empregos online, apresentando para as empresas todas as vantagens fornecidas pela plataforma.

Principais meios de promoção no ambiente virtual que serão utilizados pela *startup*:

- Site (www.in6.com.br)
- Instagram (www.instagram.com/in6.com.br)
- LinkedIn (IN6 - <https://www.linkedin.com/company/in6/?viewAsMember=true>)
- Google AdSense
- E-mail

Praça: de acordo com o que foi descrito ao longo desse plano a empresa irá trabalhar a comercialização dos seus serviços através de uma plataforma online que funcionará em um endereço eletrônico podendo ser acessado na internet mediante utilização do seguinte domínio www.in6.com.br.

4.16 PLANO FINANCEIRO

Dentro de um plano de negócio, o plano financeiro tem a função de apresentar projeções da saúde financeira do empreendimento, apresentando cenários que poderão ser vividos pela organização. O plano financeiro traz para o plano de negócio maior credibilidade, pois é a partir dos dados contidos nesta análise que os investidores poderão tomar as decisões de seguir ou não com a abertura da empresa.

Os resultados aqui projetados serão de fundamental importância para identificarmos a viabilidade de abertura da empresa e o tempo estimado para a recuperação dos investimentos realizados, para que a análise contemple a maior quantidade de possibilidades, foram elaboradas demonstrações em três cenários, sendo eles: cenário realista, cenários pessimistas e cenários otimistas.

4.16.1 Investimento inicial

A análise do investimento inicial levou em consideração a soma dos valores que devem ser investidos para que as operações da empresa sejam iniciadas.

Tabela 1: Investimento inicial

ITEM	VALOR
Custos de Desenvolvimento	R\$ 5.000,00
Domínio & E-mail	R\$ 289,95
Termos de Uso e Políticas de Privacidade	R\$ 2.000,00
Custo de abertura	R\$ 0,00
Despesas Pré-Operacionais	R\$ 1.000,00
Provisão de aluguel	R\$ 1.600,00
Reforma das Instalações	R\$ 3.000,00
Capital de Giro	R\$ 68.000,00
Compra de material para escritório	R\$26.609,39
TOTAL	R\$ 107.499,34

Fonte: Elaboração própria (2022).

Tabela 2: Materiais necessários para início das operações

ITEM	QUANT.	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	DEPRECIACÃO
Notebook Lenovo S145 8G 500M Rayzen 7	2	R\$ 3.468,00	R\$ 6.936,00	R\$ 1.387,20
Mesa Estação de trabalho 06 lugares	1	R\$ 2.390,00	R\$ 2.390,00	R\$ 239,00
Bebedouro de coluna	1	R\$ 369,00	R\$ 369,00	R\$ 36,90
Cadeira de escritório giratória DIR-002	6	R\$ 469,90	R\$ 2.819,40	R\$ 281,94
Multifuncional EPSON L3210	1	R\$ 1.016,10	R\$ 1.016,10	R\$ 203,22
Apoio ergonômico para os pés	6	R\$ 53,91	R\$ 323,46	R\$ 32,35
Material de escritório	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 100,00
Micro-ondas Philco PMO33EB	1	R\$ 749,00	R\$ 749,00	R\$ 74,90
Refrigerador Electrolux RE31	1	R\$ 1.614,15	R\$ 1.614,15	R\$ 161,42
Cafeteira 3 Corações lov-15 bar vermelho	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00	R\$ 39,90
Câmera Canon EOS T5i	1	R\$ 3.697,97	R\$ 3.697,97	R\$ 739,59
Chroma Key com suporte	1	R\$ 382,61	R\$ 382,61	R\$ 38,26
Iluminação SoftBox 50x70cm com tripé	2	R\$ 149,90	R\$ 299,80	R\$ 29,98
Microfone direcional SR-M3	1	R\$ 543,00	R\$ 543,00	R\$ 108,60
Ar-condicionado split LG 12000btus inverte	1	R\$ 1.869,90	R\$ 1.869,90	R\$ 155,83
Materiais de Limpeza e Higiene	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	
Materiais Alimentícios (Consumo)	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	
Materiais decoração	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 100,00
TOTAL			R\$ 26.609,39	R\$ 3.729,08

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.16.2 Despesas

As despesas apresentadas neste tópico estão considerando 12 meses de operação da empresa, apresentando também a possibilidade de despesas em três cenários diferentes, serão apresentados números referentes a uma previsão realista, pessimista e otimista das despesas do negócio.

Tabela 3: Despesas projetadas no cenário realista

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total
Despesas Fixas	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 17.806,36	R\$ 213.676,32
Aluguel + Condomínio	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 1.951,67	R\$ 23.420,04
Freelancer	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
Energia	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Água	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 480,00
Internet	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Telefone	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 209,70	R\$ 2.516,40
E-mail Comercial	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 71,88
Materiais de consumo (Geral)	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Serviços de Hosting	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00
Contabilidade	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 249,00	R\$ 2.988,00
Pró Labore + Encargos	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 150.000,00
Despesas Variáveis	R\$ 2.992,50	R\$ 2.810,44	R\$ 3.058,38	R\$ 1.496,85	R\$ 4.477,28	R\$ 3.993,55	R\$ 1.408,75	R\$ 1.228,70	R\$ 1.778,88	R\$ 5.254,00	R\$ 4.522,84	R\$ 4.791,50	R\$ 37.813,65
Publicidade e Propaganda	R\$ 2.092,50	R\$ 1.835,44	R\$ 1.983,38	R\$ 986,85	R\$ 3.262,28	R\$ 2.933,55	R\$ 918,75	R\$ 788,70	R\$ 1.243,88	R\$ 3.774,00	R\$ 3.307,84	R\$ 3.496,50	R\$ 26.623,65
Deslocamento	R\$ 900,00	R\$ 975,00	R\$ 1.075,00	R\$ 510,00	R\$ 1.215,00	R\$ 1.060,00	R\$ 490,00	R\$ 440,00	R\$ 535,00	R\$ 1.480,00	R\$ 1.215,00	R\$ 1.295,00	R\$ 11.190,00
Despesa Total Mensal	R\$ 20.798,86	R\$ 20.616,80	R\$ 20.864,74	R\$ 19.303,21	R\$ 22.283,64	R\$ 21.799,91	R\$ 19.215,11	R\$ 19.035,06	R\$ 19.585,24	R\$ 23.060,36	R\$ 22.329,20	R\$ 22.597,86	R\$ 251.489,97

Fonte: Elaboração própria (2022).

Para o cenário pessimista foi considerado um aumento de 15% nos valores de todas as despesas.

Tabela 4: Despesas projetadas no cenário pessimista

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total
Despesas Fixas	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 18.602,31	R\$ 223.227,77
Aluguel + Condomínio	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 2.244,42	R\$ 26.933,05
Freelancer	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00	R\$ 27.600,00
Energia	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 172,50	R\$ 2.070,00
Água	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 46,00	R\$ 552,00
Internet	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 115,00	R\$ 1.380,00
Telefone	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 241,16	R\$ 2.893,86
E-mail Comercial	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 6,89	R\$ 82,66
Materiais de consumo (Geral)	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 2.760,00
Serviços de Hosting	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 460,00	R\$ 5.520,00
Serviços de contabilidade	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 286,35	R\$ 3.436,20
Pró Labore + Encargos	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00	R\$ 150.000,00
Despesas Variáveis	R\$ 3.441,38	R\$ 3.232,00	R\$ 3.517,13	R\$ 1.721,38	R\$ 5.148,87	R\$ 4.592,58	R\$ 1.620,06	R\$ 1.413,01	R\$ 2.045,71	R\$ 6.042,10	R\$ 5.201,26	R\$ 5.510,23	R\$ 43.485,70
Publicidade e Propaganda	R\$ 2.406,38	R\$ 2.110,75	R\$ 2.280,88	R\$ 1.134,88	R\$ 3.751,62	R\$ 3.373,58	R\$ 1.056,56	R\$ 907,01	R\$ 1.430,46	R\$ 4.340,10	R\$ 3.804,01	R\$ 4.020,98	R\$ 30.617,20
Deslocamento	R\$ 1.035,00	R\$ 1.121,25	R\$ 1.236,25	R\$ 586,50	R\$ 1.397,25	R\$ 1.219,00	R\$ 563,50	R\$ 506,00	R\$ 615,25	R\$ 1.702,00	R\$ 1.397,25	R\$ 1.489,25	R\$ 12.868,50
Despesa Total Mensal	R\$ 22.043,69	R\$ 21.834,32	R\$ 22.119,45	R\$ 20.323,69	R\$ 23.751,18	R\$ 23.194,90	R\$ 20.222,38	R\$ 20.015,32	R\$ 20.648,02	R\$ 24.644,41	R\$ 23.803,58	R\$ 24.112,54	R\$ 266.713,47

Fonte: Elaboração própria (2022).

Para o cenário otimista foi considerado uma redução de 10% nos valores de todas as despesas.

Tabela 5: Despesas projetadas no cenário otimista

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total
Despesas Fixas	R\$ 20.787,22	R\$ 20.459,51	R\$ 20.905,80	R\$ 18.095,05	R\$ 23.459,82	R\$ 22.589,11	R\$ 17.936,47	R\$ 17.612,38	R\$ 18.602,70	R\$ 24.857,92	R\$ 23.541,83	R\$ 24.025,42	R\$ 252.873,26
Aluguel + Condomínio	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 1.756,50	R\$ 21.078,04
Freelancer	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Energia	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 135,00	R\$ 1.620,00
Água	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 36,00	R\$ 432,00
Internet	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 1.080,00
Telefone	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 188,73	R\$ 2.264,76
E-mail Comercial	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 5,39	R\$ 64,69
Materiais de consumo (Geral)	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00
Serviços de Hosting	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 360,00	R\$ 4.320,00
Serviços de contabilidade	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 224,10	R\$ 2.689,20
Pró Labore + Encargos	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 10.625,00	R\$ 127.500,00
Despesas Variáveis	R\$ 2.693,25	R\$ 2.529,39	R\$ 2.752,54	R\$ 1.347,17	R\$ 4.029,55	R\$ 3.594,20	R\$ 1.267,88	R\$ 1.105,83	R\$ 1.600,99	R\$ 4.728,60	R\$ 4.070,55	R\$ 4.312,35	R\$ 34.032,29
Publicidade e Propaganda	R\$ 1.883,25	R\$ 1.651,89	R\$ 1.785,04	R\$ 888,17	R\$ 2.936,05	R\$ 2.640,20	R\$ 826,88	R\$ 709,83	R\$ 1.119,49	R\$ 3.396,60	R\$ 2.977,05	R\$ 3.146,85	R\$ 23.961,29
Deslocamento	R\$ 810,00	R\$ 877,50	R\$ 967,50	R\$ 459,00	R\$ 1.093,50	R\$ 954,00	R\$ 441,00	R\$ 396,00	R\$ 481,50	R\$ 1.332,00	R\$ 1.093,50	R\$ 1.165,50	R\$ 10.071,00
Despesa Total Mensal	R\$ 23.480,47	R\$ 22.988,91	R\$ 23.658,34	R\$ 19.442,22	R\$ 27.489,37	R\$ 26.183,31	R\$ 19.204,35	R\$ 18.718,21	R\$ 20.203,69	R\$ 29.586,52	R\$ 27.612,39	R\$ 28.337,77	R\$ 286.905,54

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.16.3 Demanda e receita

Para a previsão de demanda, também foi utilizada a técnica de elaboração de uma previsão para os três cenários, onde quanto mais otimista for a previsão de demanda maior será a receita da empresa.

Tabela 6: Demanda e receita projetada no cenário realista

		Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total
Serviço A - Criação de vaga	Demanda (vagas/mês)	180	195	215	102	243	212	98	88	107	296	243	259	2.238
	Valor Serviço	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	
	Faturamento Bruto	R\$ 7.198,20	R\$ 7.798,05	R\$ 8.597,85	R\$ 4.078,98	R\$ 9.717,57	R\$ 8.477,88	R\$ 3.919,02	R\$ 3.519,12	R\$ 4.278,93	R\$ 11.837,04	R\$ 9.717,57	R\$ 10.357,41	R\$ 89.497,62
Serviço B – Impulsionar Currículo	Candidatos/vaga	150	91	86	98	198	209	90	79	150	180	203	200	
	Taxa de retenção/vaga	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
	Demanda (adesão/mês)	4.050	2.662	2.774	1.499	7.217	6.646	1.323	1.043	2.408	7.992	7.399	7.770	52.783
	Valor Serviço	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	
	Faturamento Bruto	R\$ 24.259,50	R\$ 15.943,88	R\$ 16.613,27	R\$ 8.981,41	R\$ 43.230,43	R\$ 39.810,74	R\$ 7.924,77	R\$ 6.246,37	R\$ 14.420,93	R\$ 47.872,08	R\$ 44.322,11	R\$ 46.542,30	R\$ 316.167,77
	Receita Bruta Total	R\$ 31.457,70	R\$ 23.741,93	R\$ 25.211,12	R\$ 13.060,39	R\$ 52.948,00	R\$ 48.288,62	R\$ 11.843,79	R\$ 9.765,49	R\$ 18.699,86	R\$ 59.709,12	R\$ 54.039,68	R\$ 56.899,71	R\$ 405.665,39

Fonte: Elaboração própria (2022).

Para a previsão de receita e demanda em um cenário pessimista foi considerada uma redução de 10% de demanda na criação de vagas, no número de candidatos que irão contratar o serviço de impulso de currículo e na quantidade de vagas que serão criadas. Neste cenário também foi reduzido o valor que será cobrado por criação de vagas para as empresas, com a finalidade de deixar o valor ainda mais atrativo para as organizações contratarem o serviço e por sua vez aumentar o número de vagas criadas dentro da plataforma, o valor de contratação do serviço de impulsionar currículo se manteve.

Tabela 7: Demanda e receita projetada no cenário pessimista

		Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total
Serviço A - Criação de vaga	Demanda (vagas/mês)	162	176	194	92	219	191	88	79	96	266	219	233	2.014
	Valor Serviço	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	R\$ 35,99	
	Faturamento Bruto	R\$ 5.830,38	R\$ 6.316,25	R\$ 6.964,07	R\$ 3.303,88	R\$ 7.871,01	R\$ 6.866,89	R\$ 3.174,32	R\$ 2.850,41	R\$ 3.465,84	R\$ 9.587,74	R\$ 7.871,01	R\$ 8.389,27	R\$ 72.491,06
Serviço B - Impulsionar Currículo	Candidatos/vaga	135	82	77	88	178	188	81	71	135	162	183	180	
	Taxa de retenção/vaga	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	
	Demanda (adesão/mês)	2.187	1.437	1.498	810	3.897	3.589	714	563	1.300	4.316	3.996	4.196	28.503
	Valor Serviço	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	
	Faturamento Bruto	R\$ 13.100,13	R\$ 8.609,70	R\$ 8.971,16	R\$ 4.849,96	R\$ 23.344,43	R\$ 21.497,80	R\$ 4.279,38	R\$ 3.373,04	R\$ 7.787,30	R\$ 25.850,92	R\$ 23.933,94	R\$ 25.132,84	R\$ 170.730,60
	Receita Bruta Total	R\$ 18.930,51	R\$ 14.925,94	R\$ 15.935,23	R\$ 8.153,84	R\$ 31.215,44	R\$ 28.364,69	R\$ 7.453,69	R\$ 6.223,45	R\$ 11.253,14	R\$ 35.438,66	R\$ 31.804,95	R\$ 33.522,11	R\$ 243.221,66

Fonte: Elaboração própria (2022).

Para a previsão de demanda e receita em uma visão otimista foi considerado um aumento de 20% na demanda pelos serviços ofertados pela empresa, onde se é esperado um aumento da busca por empresas para que estas divulguem vagas com a IN6 e consequentemente um aumento na contratação no serviço de impulsão de currículo por parte dos candidatos. Neste cenário o valor cobrado por cada vaga criada volta ao planejado inicialmente que é o valor de R\$39,99.

Tabela 8: Demanda e receita projetada no cenário otimista

		Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total
Serviço A - Criação de vaga	Demanda (vagas/mês)	216	234	258	122	292	254	118	106	128	355	292	311	2.686
	Valor Serviço	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	R\$ 39,99	
	Faturamento Bruto	R\$ 8.637,84	R\$ 9.357,66	R\$ 10.317,42	R\$ 4.894,78	R\$ 11.661,08	R\$ 10.173,46	R\$ 4.702,82	R\$ 4.222,94	R\$ 5.134,72	R\$ 14.204,45	R\$ 11.661,08	R\$ 12.428,89	R\$ 107.397,14
Serviço B – Impulsionar Currículo	Candidatos/vaga	180	109	103	118	238	251	108	95	180	216	244	240	
	Taxa de retenção/vaga	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	
	Demanda (adesão/mês)	7.776	5.111	5.325	2.879	13.857	12.761	2.540	2.002	4.622	15.345	14.207	14.918	101.343
	Valor Serviço	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	R\$ 5,99	
	Faturamento Bruto	R\$ 46.578,24	R\$ 30.612,25	R\$ 31.897,47	R\$ 17.244,30	R\$ 83.002,42	R\$ 76.436,62	R\$ 15.215,56	R\$ 11.993,03	R\$ 27.688,18	R\$ 91.914,39	R\$ 85.098,44	R\$ 89.361,22	R\$ 607.042,13
	Receita Bruta Total	R\$ 55.216,08	R\$ 39.969,91	R\$ 42.214,89	R\$ 22.139,08	R\$ 94.663,51	R\$ 86.610,07	R\$ 19.918,38	R\$ 16.215,98	R\$ 32.822,89	R\$ 106.118,84	R\$ 96.759,53	R\$ 101.790,11	R\$ 714.439,27

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.16.4 Fluxo de caixa projetado

Para os dados de fluxo de caixa foi realizada uma projeção para quatro anos de operação da empresa, assim como nas demonstrações anteriores três cenários foram simulados. O valor correspondente ao investimento inicial é a soma dos valores totais do investimento inicial e dos materiais necessários para o início das operações da empresa.

Tabela 9: Fluxo de caixa projetado no cenário realista (em R\$)

CENÁRIO REALISTA	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Investimento Inicial	107.499,34				
Receita Bruta Total	405.665,39	438.118,63	481.930,49	554.220,06	
Receita Bruta - Serviço A	89.497,62	96.657,43	106.323,17	122.271,65	
Receita Bruta - Serviço B	316.167,77	341.461,20	375.607,32	431.948,41	
(-) Deduções e Impostos	63.304,98	45.743,18	50.255,92	60.662,59	
Taxa de Check-Out	38.194,29	18.623,63	20.424,43	22.753,94	
PIS	1.419,83	1.533,42	1.686,76	2.106,04	
COFINS	5.801,02	6.265,10	6.891,61	8.645,83	
ISS	14.198,29	15.334,15	16.867,57	21.282,05	
IRPJ	1.947,19	2.102,97	2.313,27	2.937,37	
CSLL	1.744,36	1.883,91	2.072,30	2.937,37	
(=) Receita Líquida	342.360,42	392.375,45	431.674,56	493.557,47	
(-) Custos e Despesas	251.489,97	264.064,47	277.267,69	291.131,08	
(=) EBITDA	90.870,45	128.310,98	154.406,87	202.426,39	
(-) Depreciação	3.729,08	3.729,08	3.729,08	3.729,08	
(=) Resultado Operacional	87.141,37	124.581,90	150.677,79	198.697,31	
(+) Depreciação	3.729,08	3.729,08	3.729,08	3.729,08	
(=) Fluxo de Caixa Ajustado	90.870,45	128.310,98	154.406,87	202.426,39	

Fonte: Elaboração própria (2022).

Para obtenção dos valores do fluxo de caixa em uma visão pessimista foi considerado um aumento de 35% sobre o valor do investimento inicial, os valores referentes a receita da empresa estão seguindo o estudo de demanda e receita também do cenário pessimista já apresentado neste trabalho.

Tabela 10: Fluxo de caixa projetado no cenário pessimista (em R\$)

CENÁRIO PESSIMISTA	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Investimento Inicial	145.124,11				
Receita Bruta Total		315.712,71	322.026,97	328.467,51	335.036,86
Receita Bruta - Serviço A		72.491,06	73.940,88	75.419,70	76.928,09
Receita Bruta - Serviço B		243.221,66	248.086,09	253.047,81	258.108,77
(-) Deduções e Impostos		37.432,17	38.180,81	43.608,67	44.480,84
Taxa de Check-Out		24.803,66	25.299,73	25.805,73	26.321,84
PIS		0,00	0,00	0,00	0,00
COFINS		0,00	0,00	4.664,24	4.757,52
ISS		12.628,51	12.881,08	13.138,70	13.401,47
IRPJ		0,00	0,00	0,00	0,00
CSLL		0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Receita Líquida		278.280,55	283.846,16	284.858,84	290.556,02
(-) Custos e Despesas		266.713,47	272.047,73	277.488,69	283.038,46
(=) EBITDA		11.567,08	11.798,42	7.370,15	7.517,56
(-) Depreciação		3.729,08	3.729,08	3.729,08	3.729,08
(=) Resultado Operacional		7.838,00	8.069,34	3.641,07	3.788,48
(+) Depreciação		3.729,08	3.729,08	3.729,08	3.729,08
(=) Fluxo de Caixa Ajustado		11.567,08	11.798,42	7.370,15	7.517,56

Fonte: Elaboração própria (2022).

No fluxo de caixa do cenário otimista o investimento inicial é reduzido em 15% e os valores referente a receita segue o estudo de demanda já apresentado também para o cenário otimista.

Tabela 11: Fluxo de caixa projetado no cenário otimista (em R\$)

CENÁRIO OTIMISTA	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
Investimento Inicial	91.374,44				
Receita Bruta Total	714.439,27	785.883,20	903.765,68	1.084.518,81	
Receita Bruta - Serviço A	107.397,14	118.136,86	135.857,39	163.028,86	
Receita Bruta - Serviço B	607.042,13	667.746,34	767.908,29	921.489,95	
(-) Deduções e Impostos	243.726,15	162.236,24	189.068,35	235.558,18	
Taxa de Check-Out	70.117,40	81.290,27	95.980,49	115.176,59	
PIS	27.148,69	29.863,56	34.343,10	43.380,75	
COFINS	111.452,53	12.416,95	14.279,50	18.762,18	
ISS	27.434,47	30.413,68	34.975,73	45.875,15	
IRPJ	3.786,53	4.165,18	4.789,96	6.181,76	
CSLL	3.786,53	4.086,59	4.699,58	6.181,76	
(=) Receita Líquida	470.713,12	623.646,96	714.697,32	848.960,64	
(-) Custos e Despesas	286.905,54	292.643,65	301.422,96	313.479,88	
(=) EBITDA	183.807,58	331.003,30	413.274,36	535.480,75	
(-) Depreciação	3.729,08	3.729,08	3.729,08	3.729,08	
(=) Resultado Operacional	187.536,66	334.732,38	417.003,44	539.209,83	
(+) Depreciação	3.729,08	3.729,08	3.729,08	3.729,08	
(=) Fluxo de Caixa Ajustado	191.265,74	338.461,46	420.732,52	542.938,91	

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.16.5 Estudo de viabilidade

Para descobrir a viabilidade de abertura do negócio foi elaborada uma análise de três indicadores para cada um dos cenários. Os indicadores foram *payback*, valor presente líquido (VPL) e taxa interna de retorno (TIR).

4.16.5.1 Payback

A análise de *payback* tem como finalidade informar para os investidores o tempo necessário para que o investimento feito no início do negócio seja recuperado.

Tabela 12: Payback cenário realista

Descrição		VP	Saldo
Investimento Inicial	-107.499,34		
Ano I	90.870,45	84.737,33	- 22.762,01
Ano II	128.310,98	111.575,31	88.813,30
Ano III	154.406,87	125.205,39	214.018,70
Ano IV	202.426,39	153.064,92	367.083,62
Payback descontado			1,20

Fonte: Elaboração própria (2022).

Para se chegar neste resultado foi preciso dividir o valor referente ao saldo do segundo ano, onde o valor supera o investimento inicial pelo valor presente do ano seguinte, através da seguinte fórmula: $(-22.762,01/111.575,31)+1$ com isso o resultado obtido foi o 1,20. Podemos dizer então que em 1,20 anos os investidores terão retorno do investimento inicial na perspectiva realista da análise

Tabela 13: Payback cenário pessimista

Descrição		VP	Saldo
Investimento Inicial	-145.124,11		
Ano I	11.567,08	10.786,38	- 134.337,72
Ano II	11.798,42	10.259,55	- 124.078,18
Ano III	7.370,15	5.976,31	- 118.101,87
Ano IV	7.517,56	5.684,41	- 112.417,46
Payback descontado			13,45

Fonte: Elaboração própria (2022).

Seguindo a mesma ideia da análise do cenário realista, foi elaborada a mesma projeção para um cenário pessimista. O resultado foi obtido utilizando a seguinte fórmula: $(-145.124,11/10.786,38)$ com isso o resultado obtido foi 13,45. Podemos dizer então que segundo a análise do tempo de retorno de investimento, os investidores irão recuperar o investimento realizado no negócio somente depois de 13,45 anos.

Tabela 14: Payback cenário otimista

Descrição		VP	Saldo
Investimento Inicial	-91.374,44		
Ano I	181.636,52	169.377,34	78.002,90
Ano II	325.801,41	283.306,95	361.309,85
Ano III	406.173,46	329.357,80	690.667,65
Ano IV	525.631,11	397.456,50	1.088.124,15
Payback descontado			1,17

Fonte: Elaboração própria (2022).

Na análise de retorno sobre o investimento inicial na perspectiva otimista o saldo do primeiro ano já superior ao valor investido para a abertura do empreendimento, por esse motivo a fórmula utilizada foi a seguinte: $-(91.374,44/78.002,90)$ o resultado obtido depois da aplicação dessa fórmula foi 1,17. Segundo a análise do tempo de retorno do tempo de investimento, os investidores irão recuperar o investimento realizado no negócio depois de 1,17 anos.

4.16.5.2 Valor Presente Líquido (VPL)

Para a taxa de desconto utilizada para o cálculo de VPL usou-se uma taxa simulada de 7% de juros a.a. A simulação dos resultados também foi projetada para os três cenários.

O VPL positivo indica que o empreendimento apresenta condições viáveis onde as receitas superam as despesas, indica ainda que o empreendimento possui um bom nível de rentabilidade e que, portanto, irá gerar um retorno financeiro. Já o resultado de VPL negativo indica que o negócio não obteve rendimento o suficiente para superar as despesas, iniciar investimentos em um negócio que apresenta um VPL negativo pode significar prejuízo financeiro uma vez que não existe indicação de rentabilidade.

Tabela 15: VPL cenário realista

Descrição		Fluxo de caixa
Investimento Inicial	-107.499,34	
Ano I	90.870,45	84.737,33
Ano II	128.310,98	111.575,31
Ano III	154.406,87	125.205,39
Ano IV	202.426,39	153.064,92
VPL		367.083,62

Fonte: Elaboração própria (2022).

Tabela 16: VPL cenário pessimista

Descrição		Fluxo de caixa
Investimento Inicial		-145.124,11
Ano I	11.567,08	10.786,38
Ano II	11.798,42	10.259,55
Ano III	7.370,15	5.976,31
Ano IV	7.517,56	5.684,41
VPL		- 112.417,46

Fonte: Elaboração própria (2022).

Tabela 17: VPL cenário otimista

Descrição		Fluxo de caixa
Investimento Inicial		-91.374,44
Ano I	181.636,52	169.377,34
Ano II	325.801,41	283.306,95
Ano III	406.173,46	329.357,80
Ano IV	525.631,11	397.456,50
VPL		1.088.124,15

Fonte: Elaboração própria (2022).

4.16.5.3 Taxa interna de retorno (TIR)

A taxa de retorno interno é um indicador que representa a rentabilidade do negócio, pode ser utilizada como complementação da análise de VPL, porém, a análise da TIR é mais específica ao analisar a porcentagem de retorno financeiro considerando o valor mínimo para a realização do projeto. Para a análise da TIR devemos considerar o resultado projetado para os períodos do projeto, neste caso utilizamos o resultado do fluxo de caixa projetado para quatro anos de operação da empresa.

Tabela 18: TIR cenário realista

Descrição		Fluxo de caixa
Investimento Inicial		-107.499,34
Ano I	90.870,45	84.737,33
Ano II	128.310,98	111.575,31
Ano III	154.406,87	125.205,39
Ano IV	202.426,39	153.064,92
TIR		88%

Fonte: Elaboração própria (2022).

O resultado de análise da taxa interna de retorno para o cenário realista foi de 88% evidenciando a alta probabilidade de um bom nível de rentabilidade do negócio, com esse percentual é indicado o investimento no projeto.

Tabela 19: TIR cenário pessimista

Descrição		Fluxo de caixa
Investimento Inicial		-145.124,11
Ano I	11.567,08	10.786,38
Ano II	11.798,42	10.259,55
Ano III	7.370,15	5.976,31
Ano IV	7.517,56	5.684,41
TIR		-141,26%

Fonte: Elaboração própria (2022).

O resultado para o cenário pessimista foi negativo, isso indica que o sobre essa perspectiva o negócio não apresenta uma boa rentabilidade e o investimento seria de alto risco, com uma alta probabilidade de acumular prejuízo e não apresentar retorno financeiro para os investidores.

Tabela 20: TIR cenário otimista

Descrição		Fluxo de caixa
Investimento Inicial		-91.374,44
Ano I	181.636,52	169.377,34
Ano II	325.801,41	283.306,95
Ano III	406.173,46	329.357,80
Ano IV	525.631,11	397.456,50
TIR		227%

Fonte: Elaboração própria (2022).

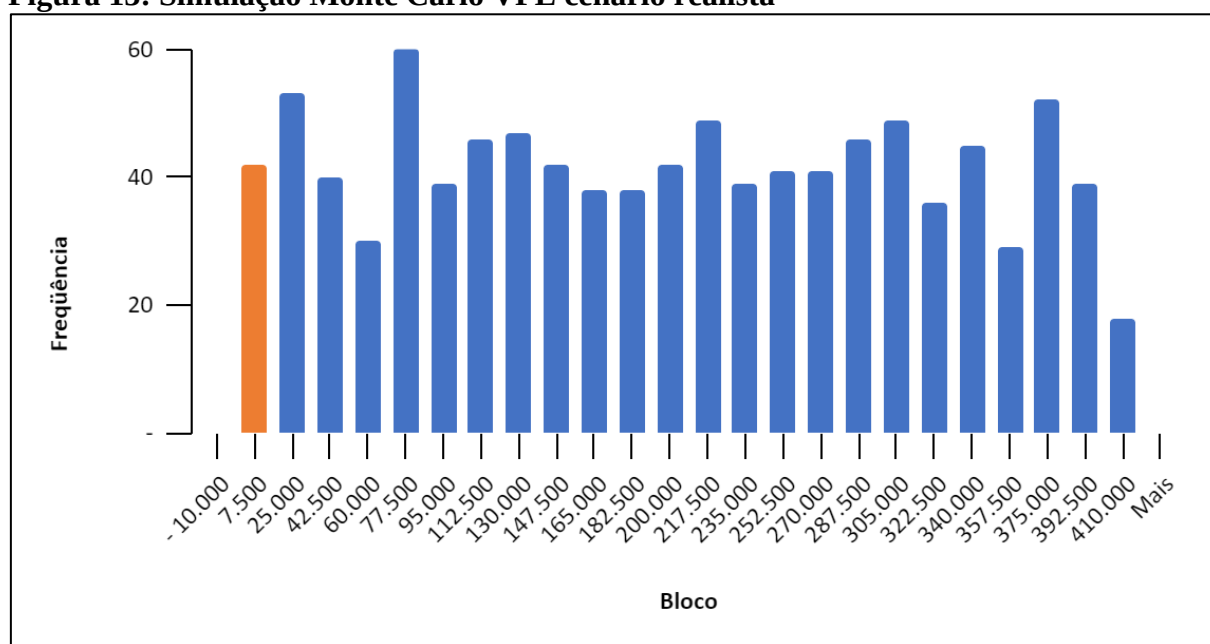
No cenário otimista o resultado apresenta uma clara rentabilidade do negócio, e neste cenário assim como no cenário realista o investimento no projeto é indicado devido a alta possibilidade de retorno para os investidores.

4.17 SIMULAÇÃO MONTE CARLO

Também conhecida como método de Monte Carlo, esta análise faz uma leitura dos resultados simulando vários possíveis resultados para um acontecimento incerto. Utilizado normalmente para previsões de resultados no longo prazo a simulação de Monte Carlo, o exercício realiza milhares de previsões para uma mesma situação utilizando números aleatórios entre os valores estabelecidos como mínimo e máximo.

Para obtenção dos resultados da simulação de Monte Carlo para o presente trabalho, rodamos os dados mil vezes, realizando uma previsão de mil cenários para cada variável analisada. Foi feita uma análise de dois indicadores utilizando o método Monte Carlo, foram simulados resultados para o valor presente líquido (VPL) e taxa interna de retorno (TIR).

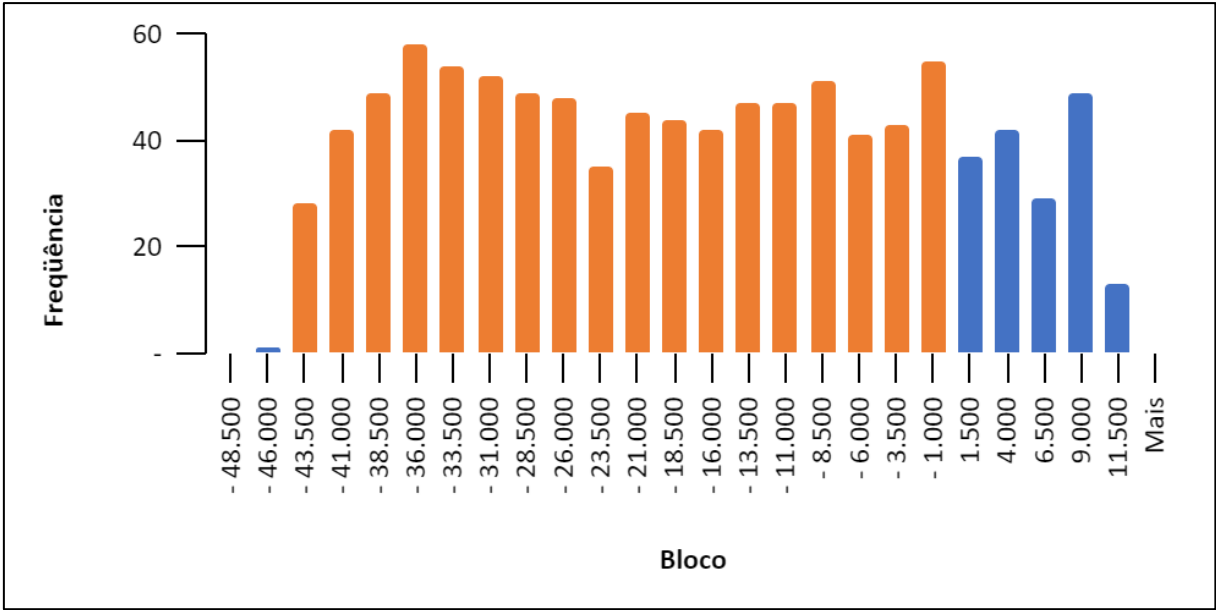
Figura 13: Simulação Monte Carlo VPL cenário realista



Fonte: Elaboração própria (2022).

Neste resultado a incidência de VPLs positivos foi de 95,80% mostrando que em mil simulações quase 100% dos resultados é favorável para a empresa.

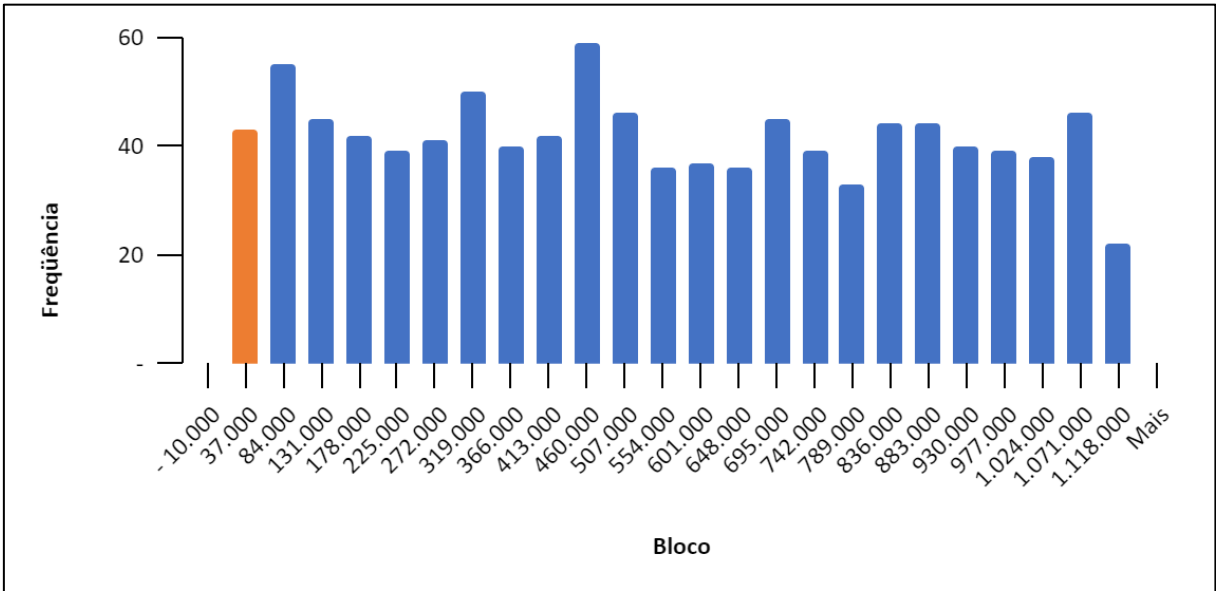
Figura 14: Simulação Monte Carlo VPL cenário pessimista



Fonte: Elaboração própria (2022).

A mesma quantidade de simulações VPLs foi realizada para o cenário pessimista, neste cenário apenas 16,98% do resultado fora positivo, evidenciando muito risco para investimento no negócio.

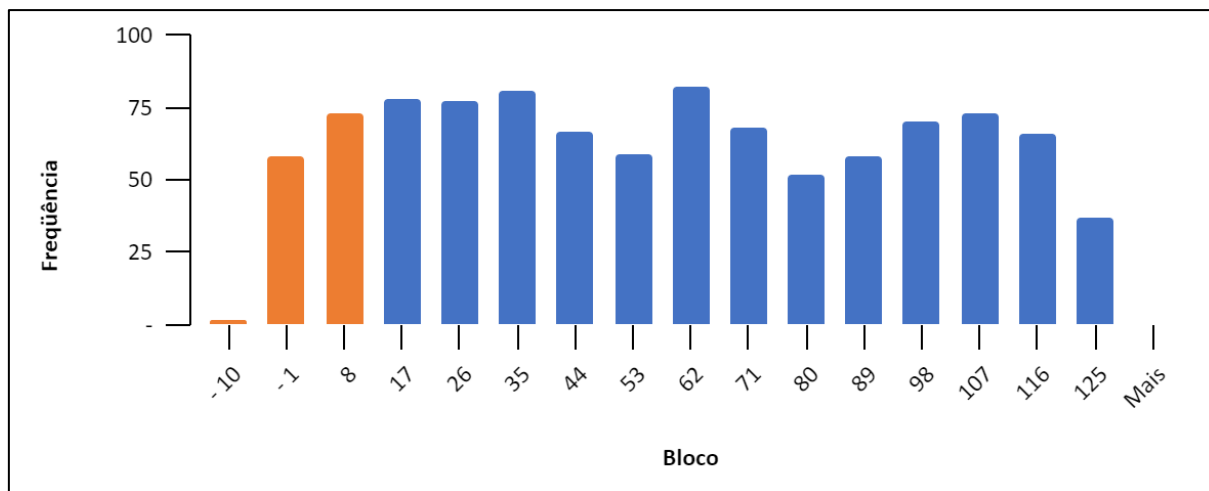
Figura 15: Simulação Monte Carlo VPL cenário otimista



Fonte: Elaboração própria (2022).

Os resultados positivos para o VPL em um cenário otimista foram de 95,70%, um resultado bem parecido com o que foi apresentado para o cenário realista do mesmo índice.

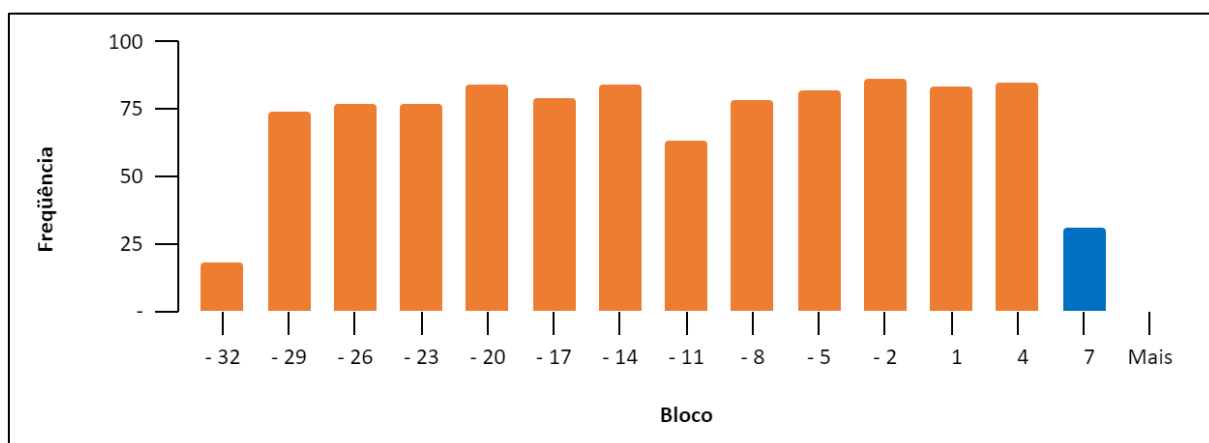
Figura 16: Simulação Monte Carlo TIR cenário realista



Fonte: Elaboração própria (2022).

Na análise deste resultado 86,71% dos resultados foram positivos e estão acima da taxa mínima de atratividade (TMA), mostrando que dentro de uma análise de mil cenários possíveis, quase 90% deles mostram um resultado promissor para a empresa.

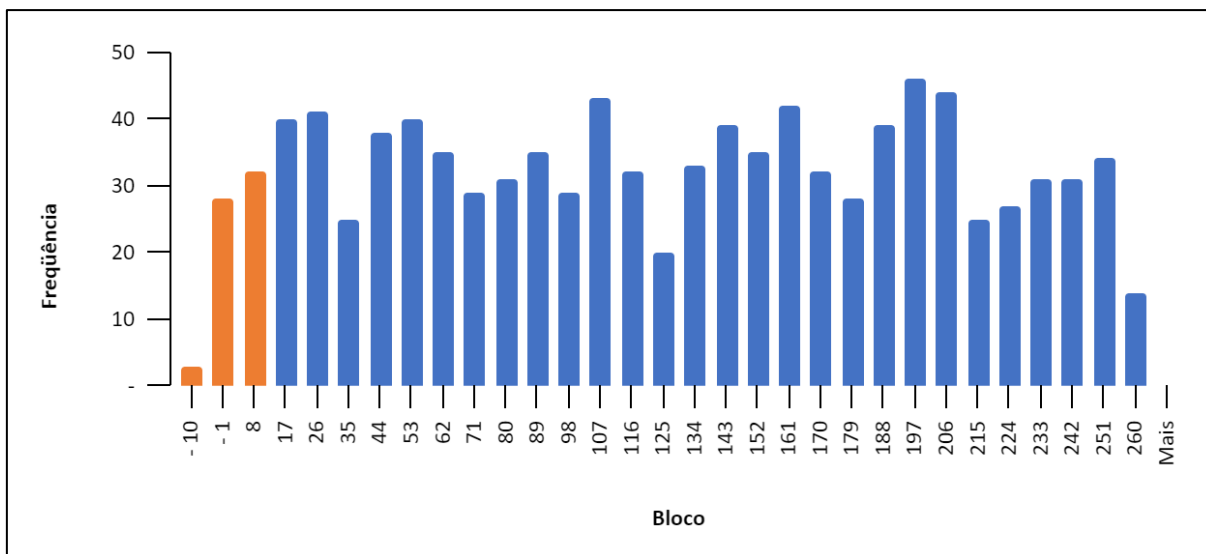
Figura 17: Simulação Monte Carlo TIR cenário pessimista



Fonte: Elaboração própria (2022).

Os resultados da simulação de Monte Carlo para a TIR da empresa em um cenário pessimista apresentaram somente 3,10% de resultados positivos acima da TMA, o que evidencia um alto índice de risco ao se investir no negócio. Com apenas essa quantidade de resultados positivos dentro de uma análise realizada com uma amostra de mil cenários, o investimento na empresa dentro desse cenário não é indicado.

Figura 18: Simulação Monte Carlo TIR cenário otimista



Fonte: Elaboração própria (2022).

Em um cenário otimista a quantidade de resultados positivos da TIR foi de 93,71% neste caso em uma análise de mil cenários a empresa obteve um resultado acima da TMA em quase 95% deles, mostrando então ser uma boa opção de investimento.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho foi desenvolvido com finalidade de apresentar o plano de negócio para abertura de uma *startup* que irá atuar no mercado como uma ferramenta de recrutamento e seleção, esta ferramenta irá garantir ao micro, pequeno e médio empreendedor a inserção de inovação através de ferramentas tecnológicas em seus processos organizacionais. Foi desenvolvido ainda toda parte subjetiva que irá nortear as ações dessa *startup*, seus objetivos, missão e visão e valores que auxiliarão as empresas a continuarem seguindo os caminhos definidos em seu planejamento.

A *startup* inicialmente terá suas operações iniciadas na cidade de Mossoró no Rio Grande do Norte, mas conta com um enorme potencial de expandir a sua atuação por todo o Brasil, visto que a empresa terá suas operações concentradas na internet.

Partindo para uma análise de viabilidade do negócio, foi feito um estudo do cenário assim como a elaboração de um plano financeiro contemplando três possíveis cenários, o realista, pessimista e otimista. Após feita a descrição dos produtos e serviços da empresa e elaborado uma previsão de demanda e receita da organização, os resultados da visão realista da análise financeira evidenciou que existe uma viabilidade positiva para a abertura do negócio.

Os indicadores apontam o retorno do investimento inicial em menos de 2 anos, com uma taxa de retorno interno de 88%, evidenciando o sucessor promissor do projeto. Em uma análise dos resultados da simulação Monte Carlo, onde foram projetados resultados utilizando mil cenários diferentes para cada indicador, os números do cenário realista também apresentaram um resultado satisfatório, indicando sempre resultados positivos acima dos 80%.

A elaboração desse plano foi essencial, pois serviu como base para o desenvolvimento do negócio e apresentou aos sócios uma visão mais palpável do potencial de sua empresa, assim como o ajudou com a compreensão e melhor conhecimento do cenário do mercado a ser explorado pela empresa.

6. REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. Mas afinal, o que são startups? Associação brasileira de startups. Disponível em <<https://abstartups.com.br/definicao-startups/>>. Acesso em: 04/08/2021.

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. A Economia da Estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CHRISTENSEN, C. M.; JOHNSON, M. W.; RIGBY, D. K. Foundations for growth: how to identify and build disruptive new business. MIT Sloan Management Review, v.43, n. 3, p. 22-31, 2002.

DAUSCHA, Ronald Martin. Definição de inovação em negócios para o Brasil. In: PAROLIN, Sonia Regina Hierro; OLIVEIRA, Heloisa Cortiani (org.). Inovação e propriedade intelectual na indústria. Volume IV. Curitiba: SENAI/SESI, 2010. p. 26.

DORNELAS, José Carlos. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. São Paulo: Elsevier Brasil, 2008. 293p

MUNARO, Juliana. Ter a tecnologia como principal aliada é fundamental para o sucesso de um negócio. G1. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2019/11/03/ter-a-tecnologia-como-principal-aliada-e-fundamental-para-o-sucesso-de-um-negocio.ghtml>>. Acesso em: 05/08/2021.

OECD – Organization for Economic Co-operation and Development, Manual de Oslo – Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação, OECD – tradução FINEP, Brasília, 2006. p. 23.

RIES, Eric. A Startup Enxuta. São Paulo: Leya Brasil, 2012. 224p.

STARTUPBASE. Estatísticas: Acompanhe em tempo real as principais informações do ecossistema de startups através de nossas estatísticas. Disponível em: <<https://startupbase.com.br/home/stats>> Acesso em 08/08/2021.

BESSANT, John; TIDD, Joe. Inovação e empreendedorismo. Bookman Editora, 2009.

FERRÃO, João Ferrão. Inovar para desenvolver: o conceito de gestão de trajetórias territoriais de inovação. Interações (Campo Grande), 2002.

LEMOES, Cristina. Inovação na era do conhecimento. Parcerias estratégicas, v. 5, n. 8, p. 157-180, 2009.

Freeman, C. Introduction in Dossi, G. Nelson, R. Silverberg, G. e Soete, L. (eds) Technical Change and Economic Theory, London, Frances, Pinter, 1988.

COELHO, M. I. B. A. Gestão da inovação para pequenas empresas: um estudo no setor de alimentos do estado das amazonas. 2012. 128 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

AMORIM, E. Gestão da inovação e novas tecnologias. Portugal: Estg, 2005. 73 p. 14 v

SCHUMPETER, J. A. A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1984.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Administração estratégica: competitividade e globalização. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 442 p.

OECD. Oslo Manual: The measurement of scientific and tecnológicas activities, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.

SCHUMPETER, J. A. A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

BARRETO, Luiz Pondé. Educação para o empreendedorismo. Educação Brasileira, 20(41), p.p. 189-197, 1998

DO NASCIMENTO-FADEL, Valdiza Maria; FRASSON-COSTA, Priscila Carozza. As contribuições da metodologia dos três momentos pedagógicos no ensino do empreendedorismo. Atos de Pesquisa em Educação, v. 15, n. 1, p. 143-162, 2020.

BARON, R.; SHANE, S. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thompson, 2007.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; JÚNIOR-EDMUNDO, Edmundo Inácio. Impactos do Global Entrepreneurship Monitor em Estudos sobre Empreendedorismo no Brasil.

CARVALHO, A.; DE OLIVEIRA GOUVÊA, Flávio Murilo. A importância do desenvolvimento/ensino do empreendedorismo no ensino superior para a geração de valor/empregos. In: Anais da IX Conferência Forges. 2020. p. 689-697.

ALANO, Juliana et al. Evolução do Empreendedorismo no Brasil: Um Estudo do Global Entrepreneurship Monitor no Período de 2001 a 2013. In: XIV Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão. 2014.

CAMPELLI, Magali Geovana Ramlow et al. Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. Revista de Ciências da Administração, p. 133-151, 2011.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo 2017. São Paulo. 2017.

REIS, Evandro Paes dos.; ARMOND, Álvaro Cardoso. Empreendedorismo. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

DE OLIVEIRA, Gustavo José; VALDISSER, Cassio Raimundo. Análise de perfil: As principais características e os tipos de empreendedor verificados no gestor da CB Distribuição. Revista GeTeC, v. 8, n. 20, 2019.

DORNELAS, José. EMPREENDEDORISMO NA PRÁTICA: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso. São Paulo. Elsevier. 2007.

MORAES, Jader. A hora é a vez das Startups. 2020.

NARDES, Felipe Bruno Souza; DA ROCHA MIRANDA, Roberto Campos. Lean Startup e Canvas: uma proposta de metodologia para startups. Revista Brasileira de Administração Científica, v. 5, n. 3, p. 252-272, 2014.

PERIN, Bruno. A revolução das startups: o novo mundo do empreendedorismo de alto impacto. Alta Books Editora, 2018.

RIES, E..A Startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012

DORNELAS, J. C. A..Modelo de negócio canvas ou plano de negócios? José Dornelas, 2013.

ABREU, Paulo RM; CAMPOS NETO, Newton Monteiro de. O panorama das aceleradoras de startups no Brasil. Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital (GVcepe), 2016.

PIAZZA, Leandro. Tudo sobre o mercado de *startups* no Brasil em 2021. 49 Educação. Disponível em <<https://49educacao.com.br/startup/mercado-de-startups-no-brasil-2021/>>. Acesso em: 02/11/2021.

MANO, C. Pescaria on-line: como usar a rede para encontrar talentos. Exame, São Paulo, v. 742, n. 12, 2001.

VARGAS, Maria Amélia Vieira et al. Há vagas: estudo sobre os efeitos do uso de dispositivos virtuais de oferta e procura de emprego no mercado de trabalho. 2019.

MITTER, Gabriela Vilharquide; ORLANDINI, Jean Marcel. Recrutamento on-line/internet. Revista de Ciências Empresariais, Maringá, v. 2, n. 2, p. 19-34, 2005.

RAYOL, Marcus Kleber Bentes; MOREIRA, Heber Lavor. A importância do plano de negócio para o sucesso do empreendimento. Publicado em, 2007.

BRASIL, Ângela et al. Plano de negócio: uma ferramenta com múltiplas aplicações. Revista Conexão, 2016.

NETO, B.; CARVALHO, C.; SILVA, J. Plano de Negócios. Curso de Empreendedorismo Online, p. 1-83, 2010.

RAYOL, Marcus Kleber Bentes; MOREIRA, Heber Lavor. A importância do plano de negócio para o sucesso do empreendimento. 2018.