

Projeto Empreendedor

Plano do Negócio

FAST SERVICE

Marília
2023

MODELO DE NEGÓCIOS | Administração

Relatório Final

FAST SERVICE

Ana Beatriz Nascimento de Oliveira
Ana Giulia Campana de Aquino
Laura Toledo Peres
Livia Perez de Lima
Tatiele Montenegro da Silva

Professor Orientador: Thais Yuri Matsumoto
Professor Co-Orientador: Roberto Miguel

Marília
2023



Sumário

Tópico 1 MOTIVAÇÃO	5
1.1 PROBLEMA	5
1.2 SOLUÇÃO POTENCIAL	6
1.3 VALOR PARA O CLIENTE	6
1.4 FATOR DE INOVAÇÃO E OU DIFERENCIAÇÃO	6
1.5 TIMES DE PROJETOS	7
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO	8
2.1 IDENTIDADE DA EMPRESA	8
2.2 CANVAS DO MODELO DE NEGÓCIO	11
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	12
2.4. CAPITAL SOCIAL	13
2.5. REGISTROS NECESSÁRIOS	13
Tópico 3 PRODUTO	14
3.1 Escopo do Produto	14
3.2 MVP	14
3.2.1 Apresentação	14
Tópico 4 MERCADO	18
4.1 Análise Setorial	18
4.2 Pesquisa de Campo	18
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo	19
4.2.2 Análise de Dados	20
4.3 Competidores	23



4.4 Ambiente Interno e Externo	23
4.5 Marketing	24
4.5.1 Composto de Marketing.....	24
Tópico 5 FINANÇAS	25
5.1 Investimentos e fontes de recursos.....	25
5.2 Custos e despesas	25
5.3 Estratégias de precificação.....	26
5.4 Relatórios econômico-financeiros	27
5.6 Análise de viabilidade.....	28
REFERÊNCIAS	29



Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 PROBLEMA

Hoje no Brasil existem mais de 25,7 milhões trabalhadores por conta própria. O patamar é recorde na série histórica. No último trimestre móvel, encerrado em julho do ano de 2022, a porcentagem de autônomos cresceu 4,7%, em comparação com o trimestre anterior. Os dados são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) contínua, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (IBGE, 2022)

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, a pandemia foi uma das causas do aumento do número de empreendedores.

“Nós tivemos um acréscimo de vontade empreendedora de 75%, e destes 23% são por necessidade, a pandemia os trouxe a serem empreendedores por necessidade”, afirma o diretor-presidente do Sebrae. Carlos Melles, que cita também os dados de outra pesquisa, realizada pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2022).

Os autônomos como encanadores, confeiteiros, pintores, manicure, prestadores de serviços residenciais, cuidadores de idosos, babás, pedreiros, entre outros possuem dificuldade de comercializarem os seus serviços, pois a intangibilidade da qualidade dos serviços antes da contratação, faz com que a compra seja resultado da indicação.

A falta de referência da qualidade do serviço prestado pelo autônomo pode criar dificuldades para o cliente escolher o trabalhador, existindo assim uma lacuna entre a comunicação do autônomo com seus clientes. As informações que poderiam contribuir com a escolha e compra do cliente seriam: informações sobre o serviço, como é realizado e a história por trás do trabalho prestado, entre outras informações que poderiam gerar segurança, assertividade e credibilidade na contratação dos trabalhadores autônomos.

Quando vamos adquirir um serviço pensamos logo na credibilidade e fatores externos que podem acabar afetando a avaliação dos serviços prestados pelo

autônomo e na qualidade da imagem. Porém não tem como sabermos o resultado final sem adquirir o serviço

1.2 SOLUÇÃO POTENCIAL

O principal motivo de pessoas que começam seus próprios negócios é para ter uma renda extra, mas como ter um bom negócio, se não tivermos a divulgação correta e a tangibilidade da qualidade.

Partindo da problemática apresentada, a proposta de modelo de negócio visa contribuir com o marketing dos serviços prestados pelos trabalhadores autônomos junto aos seus clientes, trazendo a facilidade de acesso de comunicação com os clientes, aumento do relacionamento e divulgação dos seus serviços. Entres esses problemas, também queremos dar mais visibilidade e credibilidade aos serviços prestados pelos autônomos.

1.3 VALOR PARA O CLIENTE

Com a criação do site, os usuários poderão pesquisar por profissionais autônomos com diversas informações e avaliações que contribuirão pessoas que buscam qualidade em serviços, com facilidade de achar perto de onde está localizado, a maiorias das pessoas buscam evidências qualidades e fácil acesso.

A localidade das coisas tem um grande peso, na hora da compra ou serviço prestado, entretanto, queremos elevar e dar mais potencialização para a localização na compra, tangibilidade da qualidade do serviço prestado. Além disso, a qualidade tem uma importância que podem influenciar e assim gerar fidelidade dos clientes com a possibilidade de indicação, prática esta comum entre os prestadores de serviços autônomos.

1.4 FATOR DE INOVAÇÃO E OU DIFERENCIAÇÃO

Nosso maior diferencial é ter a certeza de entrega de um aplicativo que ajude na contratação de serviços por meio da tecnologia que apresentará a qualidade, a credibilidade com a visibilidade aos clientes que buscam trabalhadores autônomos.

Hoje, com o aumento de trabalhadores autônomos, os clientes em potencial ainda encontram dificuldade de encontrar prestadores de serviços, bem como escolher o prestador com base na confiança, visto que o produto final é produzido durante a prestação de serviços, diferente da compra de produtos, quando conseguimos analisar suas características e qualidade por ser um produto tangível.

Sendo assim, a nossa tecnologia irá ajudar a contratar os prestadores de serviços ao transmitir a credibilidade e dar visibilidade dos mesmos.

Mais um diferencial é que com a linha direta criada, as informações estarão mais acessíveis. Com a criação do aplicativo, teremos não só uma boa comunicação e informações, mas uma plataforma que ajudará trabalhadores autônomos que querem divulgar mais os seus serviços criando a mediação com pessoas que buscam diversos tipos de serviços.

1.5 TIMES DE PROJETOS

Integrante	Habilidades / Competências
Maria Eduarda Mauricio Souza	1. Prospecção de Autônomos
Livia Perez De Lima	2. Atualização da plataforma 3. Gestão de Tecnologias de Informação (TI)
Ana Giulia Campana Aquino	1. Gestão financeira e contábil 2. Análise de riscos e investimentos
Ana Beatriz Nascimento	1. Prospecção de segmentos
Laura Toledo Peres	1. Marketing Estratégico 2. Relacionamento com os clientes (autônomos e usuários dos serviços contratados) 3. Criação de conteúdo



Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

2.1 IDENTIDADE DA EMPRESA

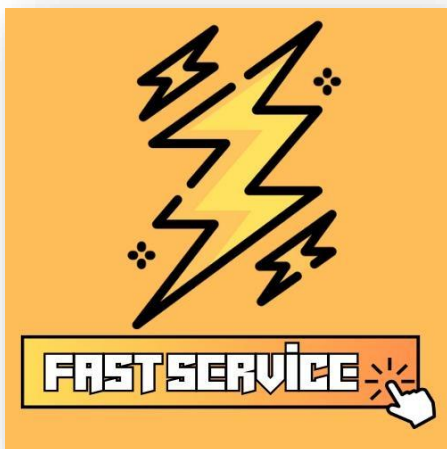
O logotipo foi criado com o propósito de especificar claramente o nome do site. O FAST SERVICE em português significa serviço rápido que tem o objetivo de transmitir a imagem de agilidade na localização do serviço desejado.

Os vários tons de laranjas representam a sociabilidade, comunicação e o espírito de equipe, o amarelo representa a energia e criatividade ao pensamento inovador e transmitindo o otimismo, e por fim, a cor preta traz elegância e formalidade.

A mão no rodapé do logotipo significa fácil acesso e em apenas um clique você encontra e contrata um serviço de boa qualidade para a sua casa ou negócio.

Tudo isso representa o que a FAST SERVICE promove em sua plataforma digital, com o intuito de trazer o conteúdo com leveza, dinâmica e lúdica, que favoreça o entendimento do cliente.

Figura 01 - Logotipo

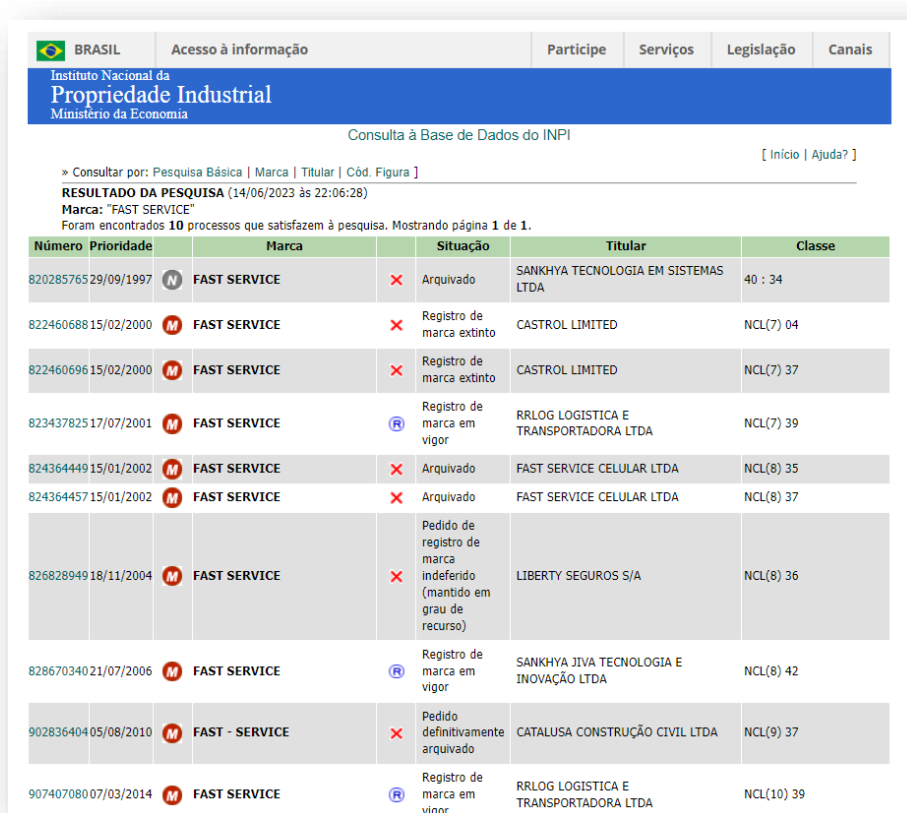


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Referente as cores escolhemos o amarelo pelo motivo de auxiliar no estímulo da criatividade, ser um tom quente que traz algo acolhedor para as pessoas que vão visitar o site, o laranja esta interligado ao amarelo por ser cores com tons próximos que da alegria e entusiasmo, já o preto foi escolhido pelo motivo de ser uma cor de poder e ao mesmo tempo neutra que dá a elegância.

Em consulta ao INPI (2023), foi identificado que não há nenhuma empresa com o nome no mesmo ramo de negócio autônomo.

Figura 02 - INPI



The image shows a screenshot of the INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) website search results for the trademark 'FAST SERVICE'. The page header includes the INPI logo and navigation links. The search results table lists various trademarks with their registration numbers, priority dates, status, and holders.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
820285765	29/09/1997	FAST SERVICE	Arquivado	SANKHYA TECNOLOGIA EM SISTEMAS LTDA	40 : 34
822460688	15/02/2000	FAST SERVICE	Registro de marca extinto	CASTROL LIMITED	NCL(7) 04
822460696	15/02/2000	FAST SERVICE	Registro de marca extinto	CASTROL LIMITED	NCL(7) 37
823437825	17/07/2001	FAST SERVICE	Registro de marca em vigor	RRLOG LOGISTICA E TRANSPORTADORA LTDA	NCL(7) 39
824364449	15/01/2002	FAST SERVICE	Arquivado	FAST SERVICE CELULAR LTDA	NCL(8) 35
824364457	15/01/2002	FAST SERVICE	Arquivado	FAST SERVICE CELULAR LTDA	NCL(8) 37
826828949	18/11/2004	FAST SERVICE	Pedido de registro de marca indeferido (mantido em grau de recurso)	LIBERTY SEGUROS S/A	NCL(8) 36
828670340	21/07/2006	FAST SERVICE	Registro de marca em vigor	SANKHYA JIVA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO LTDA	NCL(8) 42
902836404	05/08/2010	FAST - SERVICE	Pedido definitivamente arquivado	CATALUSA CONSTRUÇÃO CIVIL LTDA	NCL(9) 37
907407080	07/03/2014	FAST SERVICE	Registro de marca em vigor	RRLOG LOGISTICA E TRANSPORTADORA LTDA	NCL(10) 39

Fonte: INPI, 2023

Também foi pesquisado se existia um domínio com o nome do nosso site e foi encontrado um conforme figura 03.

Figura 03 - REGISTRO.BR

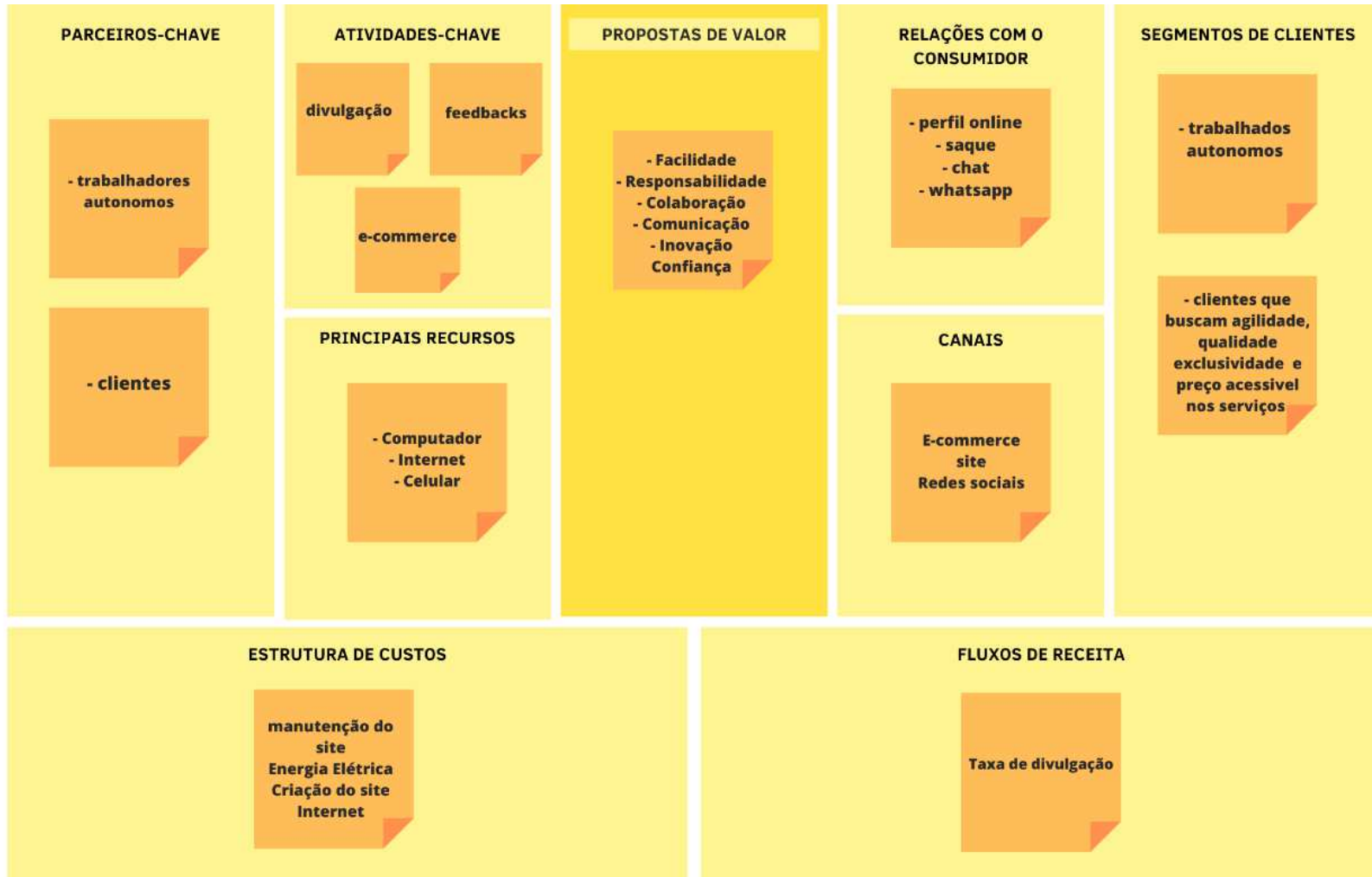
The screenshot shows the domain 'fastservice.tec.br' is available for registration. The pricing is as follows:

Duration	Price (R\$)
por 1 ano	40,00
por 2 anos	76,00 (original price: 80,00)
por 5 anos	184,00 (original price: 200,00)

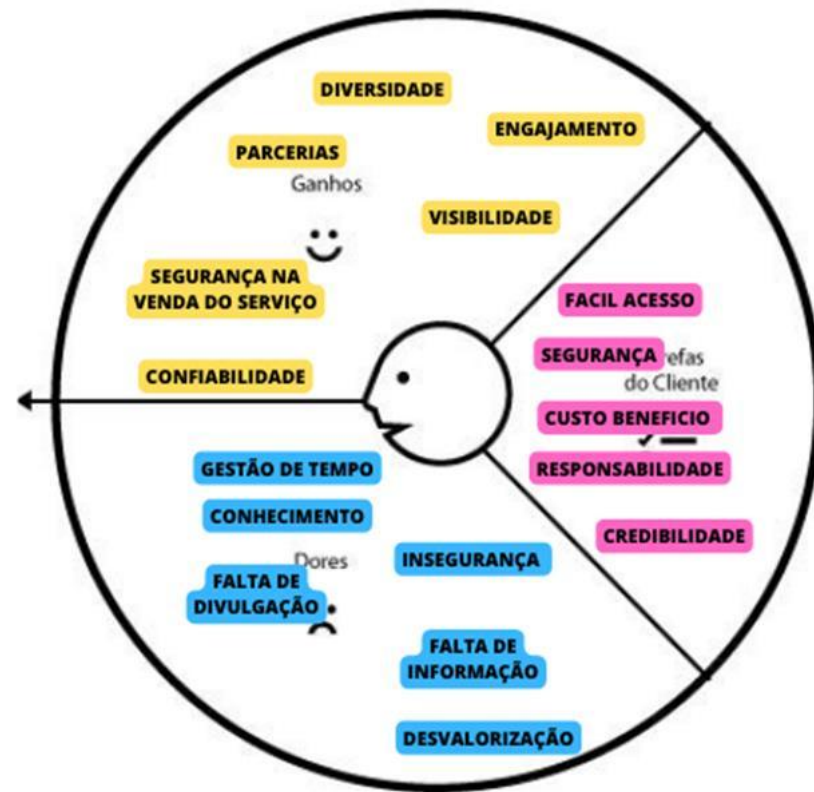
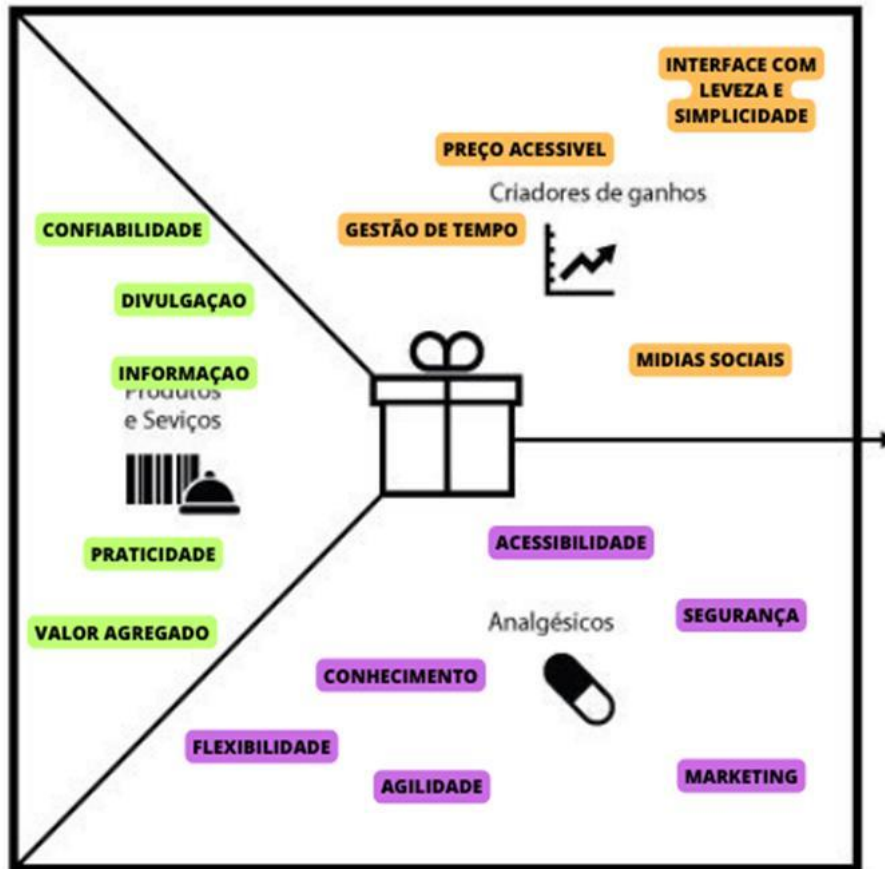
There is also a link for '» outros valores' and a green 'REGISTRAR' button.

Fonte: Registro.br, 2023

2.2 CANVAS DO MODELO DE NEGÓCIO



2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR



2.4. CAPITAL SOCIAL

Sócio	Quotas	Valor
Livia Perez De Lima	16,6%	R\$ 10.000
Ana Giulia Campana De Aquino	16,6%	R\$ 10.000
Maria Eduarda Souza Maurício	16,6%	R\$ 10.000
Laura Toledo Peres	16,6%	R\$ 10.000
Tatiele Montenegro Da Silva	16,6%	R\$ 10.000
Total	100	R\$ 60.000

2.5. REGISTROS NECESSÁRIOS

Âmbito Municipal	<ul style="list-style-type: none">• Registro na junta comercial• Alvará de localização e funcionamento• Inscrição municipal
Âmbito Estadual	<ul style="list-style-type: none">• Inscrição estadual
Inova Simples	<ul style="list-style-type: none">• Identificação• Razão social com o termo inova simples• Finalidade do projeto empresarial• Declaração de atestado que a atividade da empresa não vai gerar poluição visual, sonora, urbana ou ambiental.• Declaração atestando que as operações da empresa não podem gerar tráfego intenso de veículos no seu local de funcionamento• Endereço• Existência de fonte de apoio, como uma incubadora ou aceleradora
Âmbito Federal	<ul style="list-style-type: none">• CNPJ

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O nosso projeto, é um site que visa levar produtos e serviços de pessoas autônomas, até as pessoas que precisam. É basicamente autônomo que tem produtos/serviços para oferecer, mas não tem como ou não sabem como divulgarem. Será divulgada seus serviços de modo seguro e também contará um pouco da sua história, como a empresa foi criada, e dos produtos (como são feitos, ingredientes, e produtos usados), da mesma forma os clientes têm a segurança de poder contratar ou comprar sem receio, conhecendo também um pouco mais do produto e de seus fabricantes.

3.2 MVP

3.2.1 Apresentação

O Mínimo Produto Viável se encontro no site <https://livia213309.wixsite.com/website>.

Na imagem inicial, apresentamos cuidadosamente a página onde compartilhamos informações abrangentes sobre a identidade da nossa equipe, a essência da nossa proposta no site e detalhes específicos sobre os membros que compõem o grupo



SOBRE NÓS

Somos estudantes promovendo uma ação social para ajudar a instruir os trabalhadores autônomos.



Nossa proposta

Com o objetivo de proporcionar a instrução dos trabalhadores autônomos da cidade de Belo Horizonte, através de cursos gratuitos, promovendo a inclusão social e econômica, através da capacitação dos trabalhadores autônomos.



Sobre FAST SERVICE

FAST SERVICE EM CURSO E SERVICE SERVICE É UM PROJETO SOCIAL COM O OBJETIVO DE PROMOVER O EMPREENDEDORISMO ENTRE OS TRABALHADORES AUTÔNOMOS DA CIDADANIA.

Então, a missão social do Fast Service dependerá da qualidade e da eficiência de sua gestão, bem como da capacidade de se adaptar rapidamente em constante evolução. Para obter a máxima eficiência, o crescimento e a produtividade dos cursos, o Fast Service terá o crescimento contínuo da sua empresa.

FAST SERVICE
 @FASTSERVICE



FAST SERVICE: AÇÃO SOCIAL PARA A INCLUSÃO SOCIAL

Na aba seguinte, você terá acesso à seção "Serviços", permitindo a exploração de uma variedade de ofertas que o site promoverá. Integramos feedbacks, detalhes sobre a bibliografia do prestador e imagens minuciosas de seus serviços, com o intuito de oferecer uma experiência de qualidade. Abaixo, você pode entrar em contato conosco para compartilhar comentários, sugestões ou para quem deseja ter seus serviços divulgados.



Por fim, ao selecionar a última aba sobre "Política do Site", você encontrará informações detalhadas sobre os princípios que norteiam a excelência em nosso serviço, garantindo transparência, ética e um compromisso sólido com a satisfação do cliente.



Políticas da nossa loja

Nossos clientes são nossa prioridade

Colocamos a satisfação do cliente no centro de nossa política. Cada ação que tomamos é projetada para atender e superar as expectativas de nossos clientes, fornecendo soluções de alta qualidade e atendimento excepcional.

Vamos conversar por chat

Na Fast Service, nosso compromisso é com a qualidade em tudo o que fazemos. Trabalhamos incansavelmente para proporcionar o melhor serviço aos nossos clientes, mantendo padrões rigorosos de excelência.

Valorizamos nossos autônomos e promovemos o incentivo e o respeito, a diversidade e o desenvolvimento profissional. Acreditamos profissionais felizes e motivados oferecem o melhor serviço.

+5514998621043
Livia213309@gmail.com



©2023 por Fast Service. Orgulhosamente criado com Wix.com

Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

De acordo com a pesquisa, temos no Brasil, 25,5 milhões de trabalhadores autônomos, no ano, mas teve um aumento de 2,6% devido ao ano anterior. E de 27,3% na comparação ao ano de 2012, segundo o IBGE.

4.2 Pesquisa de Campo

Objetivos:	Identificar a demanda por serviços autônomos, avaliar a concorrência, compreender o perfil dos trabalhadores autônomos, medir a satisfação do cliente, analisar canais de divulgação, identificar desafios e necessidades dos trabalhadores autônomos, mapear tendências de mercado, avaliar estratégias de marketing, determinar a necessidade de capacitação e suporte, e fornecer insights para políticas públicas
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Os autônomos como encanadores, confeitores, pintores, manicure, prestadores de serviços residenciais, cuidadores de idosos, babás, pedreiros, entre outros possuem dificuldade de comercializarem os seus serviços, pois a intangibilidade da qualidade dos serviços antes da contratação, faz com que a compra seja resultado da indicação.
Tamanho do Universo:	237.627mil
Tamanho da Amostra:	52
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	85%

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

QUESTIONÁRIO

1. Sua idade?

Entre 16 à 26 Entre 26 à 30 Mais de 30

2. Você já passou por alguma frustração com um serviço contratado?

Sim Não

1. Se sim, qual?

R: _____

2. Gostaria de ter seu serviço divulgado por um site de divulgação da região?

Sim Não

3. Você se considera uma pessoa tímida?

Sim Não

4. Que critérios são mais importantes para você ao escolher um trabalhador autônomo?

R: _____

5. Quais são seus métodos preferidos para encontrar trabalhadores autônomos na região?

Pesquisa online

Redes sociais

Recomendações de amigos

Anúncios locais

6. Que tipos de informações ou garantias você gostaria de ter ao contratar um trabalhador autônomo?

Verificação de antecedentes

Certificações

() Referências

() Contratos

7. Quais são os canais de comunicação que você mais utiliza para obter informações sobre serviços locais?

R: _____

8. Você acredita que um serviço de conciliação entre trabalhadores autônomos e clientes na região pode economizar tempo e esforço?

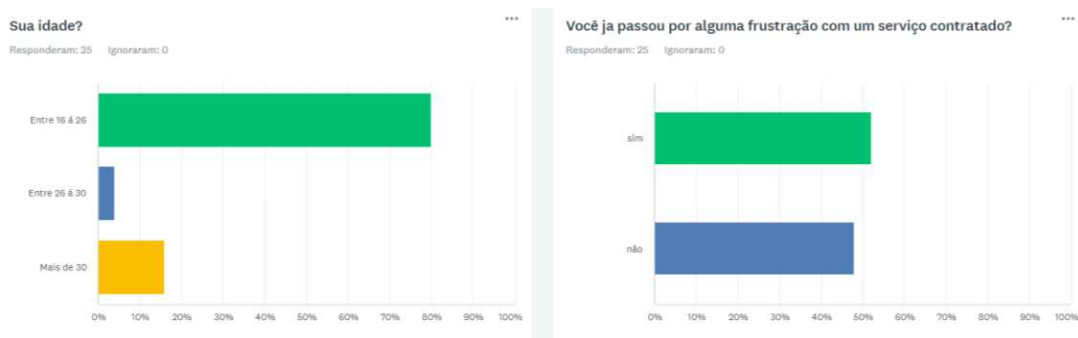
().Sim ().Não

4.2.2 Análise de Dados

Sobre a pesquisa de campo realizada por meio da Survey Monkey, obtivemos 25 respostas anônimas. Destas, 80% indicaram ter uma faixa etária entre 16 e 26 anos, 5% situaram-se entre 26 e 30 anos, e 15% tinham mais de 30 anos.

Além disso, os resultados desta pesquisa revelaram que mais da metade dos participantes (mais de 50%) enfrentaram frustrações com os serviços que contrataram ou com serviços que eles mesmos contrataram.

Figura 1



As experiências frustrantes relatadas foram bastante variadas, tanto por parte dos prestadores de serviços quanto dos clientes. Essas frustrações foram influenciadas por diversos fatores, incluindo experiência, educação e vivências. Em face disso, formulamos a seguinte pergunta: "Você gostaria que seus serviços fossem divulgados em um site local?" A pesquisa revelou que mais de 50% responderam negativamente, principalmente devido a experiências negativas como clientes. Aqueles que responderam afirmativamente estavam ligeiramente abaixo desse percentual, indicando dificuldades em promover seus

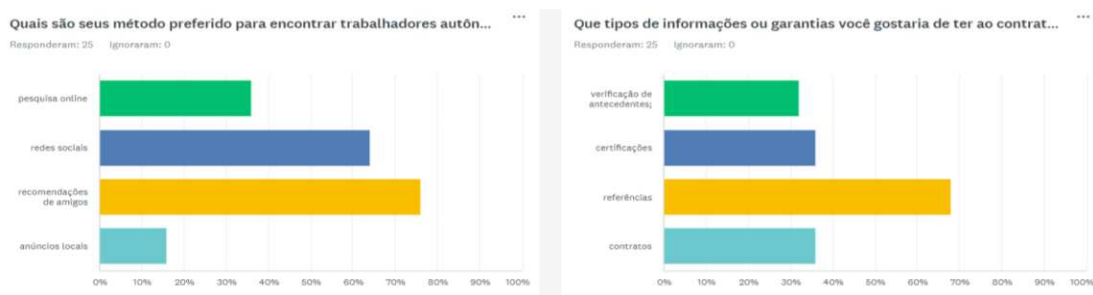


serviços e alcançar a visibilidade desejada.

Mais de 50% dos participantes não se identificam como tímidos. Além disso, mais de 60% buscam avaliações de outras pessoas para prevenir frustrações, vinculando essa prática à experiência do prestador. A importância atribuída ao preço é quase igual, embora um pouco inferior, indicando variação com base na experiência do profissional e no feedback recebido



O método preferido pela maioria, com mais de 70%, foi a recomendação por meio de amigos, ligeiramente à frente das redes sociais, que experimentaram um crescimento significativo durante a pandemia, especialmente entre os trabalhadores. Além disso, observamos que mais de 60% dos clientes expressaram o desejo de ter referências como garantia ou informação, seguidos por certificações, com 35%, e contratos, com 30%, enquanto 30% também valorizam a verificação de antecedentes.



Os canais de comunicação mais amplamente empregados, de acordo com os dados coletados, são, como previsto, as redes sociais. Essas plataformas proporcionam meios eficazes para divulgação e interação com os clientes, e a cada ano buscam aprimorar ainda mais essa comunicação. Concluindo a pesquisa, apresentamos uma pergunta intrigante e pessoal: se os participantes do questionário consideram que um serviço de conciliação entre trabalhadores autônomos e clientes na região poderia otimizar tempo e esforço. A resposta foi bastante afirmativa.



4.3 Competidores

Concorrente	Fator 1	Fator 2	Fator 3
1-Encontre Empresas	A Mais Focado em Divulgação	Inovadora Traz Ferramentas para os clientes	
2-Google Meu Negócio	Visibilidade na pesquisa Google	Gratuito e fácil de usar	Informações atualizadas para os clientes
3 - Guia Fácil	A Mais antiga neste ramo	5 milhões de acessos mensais	Gratuita
4 - Mercado Azul do Sebrae	Sem Expiração ou limite de anúncios	Simples e intuitiva	Gratuita

Após a inserção das informações sobre a concorrência deverá ser realizada uma análise geral sobre a competitividade presente no mercado pretendido.

4.4 Ambiente Interno e Externo

A matriz SWOT deverá ser preenchida no quadro abaixo:

	Forças	Fraquezas
Internas	Ação Voluntaria Gratuita Divulgação	Sem Localidade Pouco Conhecida

	Oportunidades	Ameaças
Externas	Parcerias Investimentos	Plágio

4.5 Marketing

4.5.1 Composto de Marketing

Produto	A Fast Service é um site que tem como objetivo apoiar e melhorar a divulgação dos serviços dos trabalhadores autônomos, facilitando a busca das pessoas que querem encontrar um serviço de qualidade e confiança. A plataforma apresenta uma interface simples e dinâmica para a melhor experiência dos trabalhadores e clientes. As empresas também podem contratar os trabalhadores para serem efetivados, assim colaborando na empregabilidade.
Preço	Para usar o site da Fast Service não haverá nenhum custo, a única coisa que será cobrada é o serviço do trabalhador autônomo que vão ter a liberdade de escolher o preço do seu serviço.
Praça	O site será divulgado pelos trabalhadores autônomos, para que mais pessoas possam ter acesso aos seus e de outros oferecidos por outras pessoas, ou até mesmo as pessoas que contrataram algum serviço.
Promoção	Conversaremos com os trabalhadores sobre a possibilidade de se juntarem para realizarem o trabalho em conjunto assim colaborando no barateamento dos serviços prestados aos clientes. Criaremos cupons de desconto para os clientes que divulgarem o site para seus amigos, familiares ou pessoas do seu ciclo de convívio, e também terá desconto caso o cliente contrate várias vezes os serviços divulgado pela Fast Service.

5.1 Investimentos e fontes de recursos

TABELA 1- Planilha de Investimentos Inicial

Investimento inicial	Investimento inicial	Preço	Unidade	Total
	Celular	R\$ 1 600,00	6	R\$ 9 600,00
	Notebook	R\$ 3 500,00	6	R\$ 21 000,00
	Plano de internet	R\$ 109,90	1	R\$ 109,90
	Domínio	R\$ 40,00	1	R\$ 40,00
	Desktop	R\$ 200,00	6	R\$ 1 200,00
	Cadeira ergonômica	R\$ 400,00	6	R\$ 2 400,00

Fonte: Elaborado pelas autoras 2023

5.2 Custos e despesas

A execução da oferta de serviço inclui despesas como programa de gestão, wifi, energia elétrica, marketing, totalizando R\$3.359,00.

TABELA 2 – Despesas

Despesas gerais	Custo (média)	Tipo
Wifi (800 megas fibra ótica Life)	R\$ 109,90	fixo

Energia elétrica (média)	R\$ 250,00	fixo
Marketing	R\$ 3.000,00	fixo

Total de despesas	R\$ 3.359,90
--------------------------	-----------------

Cálculo total	
Lucro bruto	R\$ 6.210,00
Despesas	R\$ 3.359,90
Lucro líquido	R\$ 2.850,10

Fonte: Elaborado pelas autoras 2023

5.3 Estratégias de precificação

Para estipular o valor dos anunciantes, foi feita uma análise de Mark-up, chegando ao valor médio, por anúncio, de R\$30,00.

TABELA 3- Mark-up

Referente ao mês em média		
Preço de venda	100%	R\$ 30,00
ICMS	18%	R\$ 5,40
PIS	1,65%	R\$ 0,50

Referente ao ano em média		
Preço de venda	100%	R\$ 360,00
ICMS	18%	R\$ 64,80
PIS	1,65%	R\$ 5,94

CONFINS	7,60%	R\$ 2,28
Despesas fixas	5%	R\$ 1,50
Margem de lucro	40%	R\$ 12,00
Mark up divisor	27,75%	R\$ 8,32
Mark up multiplicador	2,139037	----- -----

CONFINS	7,60%	R\$ 27,36
Despesas fixas	5%	R\$ 18,00
Margem de lucro	40%	R\$ 144,00
Mark up divisor	27,75%	R\$ 99,90
Mark up multiplicador	2,139037	----- -----

Fonte: Elaborado pelas autoras 2023

5.4 Relatórios econômico-financeiros

Nos dados da tabela contam a demonstração do mês a mês, evidenciando as informações acerca da posição patrimonial e financeira, como também o desempenho do site.

TABELA 4- DRE

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		Referente a um mês	DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO		Referente ao período de um ano
Descrição			Descrição		
Venda de mercadorias	R\$	300,00	Venda de mercadorias	R\$	3.600,00
RECEITA BRUTA	R\$	300,00	RECEITA BRUTA	R\$	3.600,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$	54,00	(-) Impostos sobre vendas	-R\$	648,00
RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS	R\$	246,00	RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS	R\$	2.952,00
(-) Custo da mercadoria vendida			(-) Custo da mercadoria vendida	R\$	-
LUCRO BRUTO	R\$	246,00	LUCRO BRUTO	R\$	2.952,00
(-) Despesas Operacionais			(-) Despesas Operacionais	R\$	-
(+) Comerciais (com vendas)			(+) Comerciais (com vendas)	R\$	-
(+) Administrativas			(+) Administrativas	R\$	-
(+) Tributárias			(+) Tributárias	R\$	-
LUCRO OPERACIONAL	R\$	246,00	LUCRO OPERACIONAL	R\$	2.952,00
Receitas/(Despesas) Financeiras		--	Receitas/(Despesas) Financeiras		--
Resultado Operacional			Resultado Operacional	R\$	2.952,00
Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)		--	Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos acionistas)		--
Resultado Antes da CSLL	R\$	246,00	Resultado Antes da CSLL		
(-) Provisão para CSLL	-R\$	22,14	(-) Provisão para CSLL	-R\$	265,68
Resultado antes do IRPJ	R\$	223,86	Resultado antes do IRPJ	-R\$	265,68
(-) Provisão para IRPJ	-R\$	33,58	(-) Provisão para IRPJ	-R\$	402,95
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$	190,28	LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	-R\$	668,63

Fonte: Elaborado pelas autoras 2023

5.6 Análise de viabilidade

Com base na análise das informações econômicas e financeiras contidas nas tabelas acima, nota-se a lucratividade que torna viável o projeto FAST SERVICE.

REFERÊNCIAS

<https://www.capitalnews.com.br/economia/número-de-trabalhadores-autonomos-atinge-recorde-e-chega-a-257-milhoes-no-brasil/376907>

Dados do IBGE.