



SENAI CIMATEC

MARIANE FALCÃO CAVALCANTI

PLANO DE NEGÓCIO
FAVVO EDUCAÇÃO FINANCEIRA



Salvador

2019

MARIANE FALCÃO CAVALCANTI

**PLANO DE NEGÓCIO
FAVVO EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do título de especialista em
Empreendedorismo e Inovação Tecnológica.

Orientadora: Ana Maria de Britto Pires

Local: Salvador, 07 de Janeiro de 2019.

Banca Examinadora

Ana Maria de Britto Pires

Karine Nery Carneiro Lins Perazzo

Caio Ferraz Ribeiro

RESUMO

Apesar do número de pessoas inadimplentes no país ter atingido seu máximo histórico em 2018, foi possível perceber também o aumento substancial do número de investidores no último ano. Diante do atual cenário financeiro brasileiro, a FAVVO surge com o objetivo de descomplicar a vida financeira das pessoas. Para isso, o presente trabalho relata o estudo de mercado e o planejamento desse negócio na área de Educação Financeira, que tem como objetivo desenvolver uma proposta de serviço e modelo de negócio atraente, impactante e transformador.

Palavras-chave: Educação Financeira, Inovação, Empreendedorismo, Impacto Social,

ABSTRACT

Despite the number of defaulting people have reached the historical debt level in 2018, it was also possible to note the substantial increase in the number of investors in past year. Faced with the current Brazilian financial scenario, the company FAVVO was born with the objective of uncomplicating people's financial life. Therefore, this Final paper introduces a market study and a business plan, which aims to develop an attractive, impacting and transformative business service model.

Keywords: Financial Education, Innovation, Entrepreneur, Social Impact

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Diretrizes estratégicas para os próximos 3 anos	33
Quadro 2 - Planejamento de Ações e Atividades por trimestre	34

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Número de inadimplentes no Brasil.....	8
Figura 2 - Tipos de dívida das pessoas inadimplentes	9
Figura 3 - Número de dívidas em atraso - Variação anual	9
Figura 4 - Captação líquida da caderneta de poupança de 2009 a 2018	10
Figura 5 - Captação líquida da caderneta de poupança de 12/2017 a 01/2019.....	10
Figura 6 - Perfil dos investidores cadastrados no tesouro direto	11
Figura 7 - Número de brasileiros investidores na bolsa de valores por mês	12
Figura 8 - Valores FAVVO	28
Figura 9 - Imagem de divulgação da metodologia FAVVO	29

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantidade de consumidores inadimplentes e valor da dívida.....	7
Tabela 2 - Relação de serviços e valores da FAVVO	40
Tabela 3 - Planejamento para quantidade de serviços por ano	40
Tabela 4 - Planejamento de Investimentos em infraestrutura por ano.....	41
Tabela 5 - Planejamento de despesas operacionais por ano.....	41
Tabela 6 - Planejamento de custos por ano.....	42
Tabela 7 - Planejamento de gastos com salários por ano.....	42
Tabela 8 - Resultados por ano.....	43

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. ANÁLISE DE MERCADO	7
2.1. Inadimplência do Consumidor Brasileiro	7
2.2. Cenário de Investimentos.....	10
2.3. Análise dos Competidores	13
2.3.1. DSOP Educação Financeira.....	13
2.3.2. Barkus Educacional.....	15
2.3.3. Coaches Financeiros	15
2.3.4. Escritórios Credenciados à XP.....	16
2.3.5. Celebidades:	17
2.3.6. Aplicativos Financeiros	18
2.3.7. Startups de Educação Financeira.....	19
2.4. Benchmark de Modelo de Negócio.....	20
2.4.1. Qranio.....	20
2.4.2. Vivendas	20
2.4.3. Intera.....	20
2.4.4. Avante	21
3. O NEGÓCIO.....	21
3.1. Apresentação dos Cofundadores	21
3.2. Análise SWOT.....	23
3.3. Análise PEST	23
3.4. Protótipo.....	23
3.5. Resultado dos Testes	25
3.6. Modelo de Negócio	27
3.6.1. Oferta de Valor.....	27
3.6.2. Atividades Chaves.....	32
3.6.3. Recursos Chave	34
3.6.4. Parcerias.....	35
3.6.5. Relacionamento e Canais	37
3.6.6. Estrutura de Custos e Fontes de Receita.....	39
4. CONCLUSÃO	44
5. REFERÊNCIAS	45
6. ANEXOS.....	46
ANEXO 1 - 5 Forças de Poder	46

ANEXO 2 - Análise SWOT.....	48
ANEXO 3 – Análise PEST	49
ANEXO 4 - Pesquisa de Satisfação	50
ANEXO 5 - PM Canvas	52
ANEXO 6 - Business Model Canvas	53
ANEXO 7 – Cartões de Visita.....	54
ANEXO 8 – Planilha Financeira (Receitas).....	55
ANEXO 8 – Planilha Financeira (Investimentos).....	57
ANEXO 9 – Planilha Financeira (Despesas).....	58
ANEXO 10 – Planilha Financeira (Custos).....	59
ANEXO 11 – Planilha Financeira (Funcionários)	60

1. INTRODUÇÃO

Em Maio de 2018, o número de inadimplentes no Brasil atingiu cerca de 63 milhões de pessoas (SPC Brasil, 2018), mostrando o quanto esta temática está presente no dia a dia dos brasileiros e é de extrema importância para nossa economia. Apesar da crise econômica atual, 2018 foi um ano onde também o brasileiro investiu mais. A poupança fechou o ano com captação líquida positiva e houve aumento no número de investidores cadastrados e ativos no Tesouro Direto e Bolsa de Valores.

Diante deste cenário, iniciou-se o processo de EMPATIA com o assunto, identificando as necessidades de aprofundamento na temática e de desenvolvimento da equipe. O mercado foi analisado quantitativa e qualitativamente e após essa etapa, entendeu-se a oportunidade de iniciar as atividades da empresa como forma de experimentação para maior conhecimento do mercado. Um protótipo de serviço foi desenvolvido para realizar a fase de PROTOTIPAÇÃO e TESTES como forma de identificar as lacunas existentes no mercado e perceber novas oportunidades de negócio dentro da temática. Ao final, após a análise dos aprendizados, foi construída uma PROPOSTA DE VALOR para a empresa e planejamento para os próximos 3 anos, com o objetivo de descomplicar a vida financeira das pessoas.

Objetivo Geral: Desenvolver um plano de negócio para a empresa FAVVO, que deseja atuar na área de educação financeira.

Objetivos Específicos:

- Analisar o mercado potencial para desenvolvimento de uma solução inovadora
- Estudar o público alvo para esse tipo de solução
- Prototipar uma solução
- Validar a solução e o modelo de negócio
- Realizar o estudo de viabilidade econômico-financeira
- Planejar o desenvolvimento do negócio nos próximos três anos

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1. Inadimplência do Consumidor Brasileiro

De acordo com o site da Serasa, inadimplência é o termo utilizado para fazer referência à pessoa que não realiza o pagamento de uma conta, ou seja está com uma dívida em aberto.

Em Junho de 2018, o Brasil chegou ao número de 61,8 milhões de consumidores inadimplentes, segundo o Indicador Serasa Experian de Inadimplência do Consumidor. Em grande parte, essa situação é causada pelo enfraquecimento do ritmo de crescimento econômico, o que contribuiu para manter em patamares elevados as taxas de desemprego no país e, conseqüentemente, os níveis recordes de dívidas atrasadas.

Na tabela abaixo é possível ver o aumento do número de consumidores inadimplentes ao longo dos últimos 3 anos, assim como o montante alcançado pelas dívidas destas pessoas. Em julho de 2018, o montante foi de R\$ 272,5 bilhões, com média de quatro dívidas por CPF, totalizando R\$ 4.426,00 por pessoa.

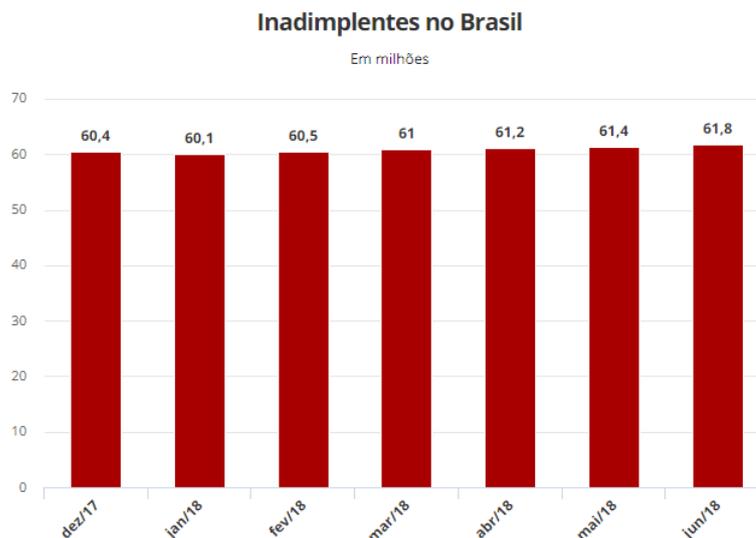
Tabela 1 - Quantidade de consumidores inadimplentes e valor da dívida

Mês/Ano	Quantidade de Consumidores Inadimplentes (em milhões de reais)	Valor da dívida (em bilhões de reais)
Julho/2018	61,6	272,5
Julho/2017	60,4	271,8
Julho/2016	59,4	264,5

Fonte: Serasa Experian (2018)

O gráfico abaixo, mostra o aumento do número de inadimplentes por mês, no período de dezembro de 2017 à junho de 2018.

Figura 1 - Número de inadimplentes no Brasil

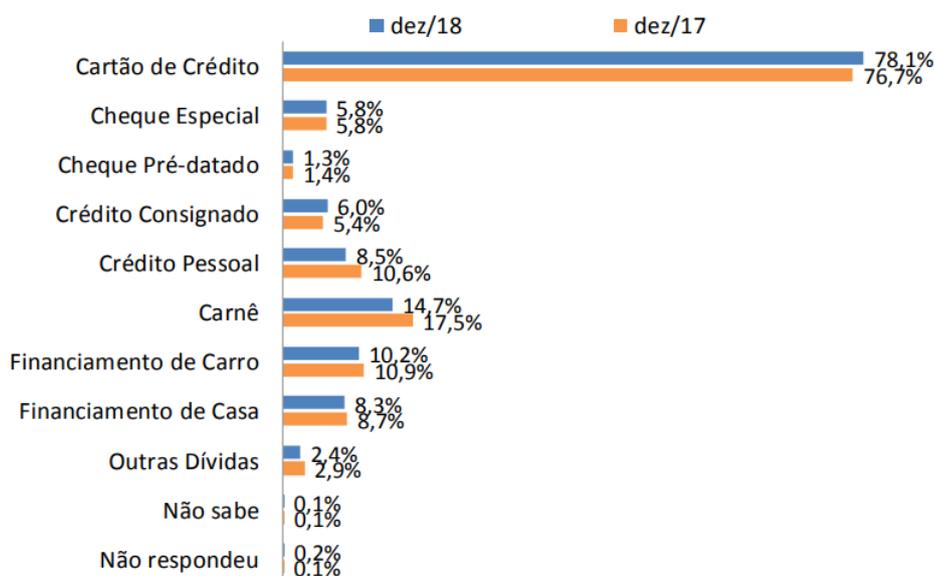


Fonte: SERASA EXPERIAN (2018)

No Brasil, 40,3% da população adulta está inadimplente, sendo a faixa etária dos adultos de 36 à 40 anos a mais representativa com 47,2%. Na sequência estão os brasileiros entre 31 e 35 anos (45,5%). A inadimplência dos idosos, embora não seja a faixa mais elevada, foi a que mais cresceu nos últimos dois anos, provocados por diversos fatores. O presidente do conselho do SPC, Bruno Falci, ressalta que as pessoas acima de 65 anos, em sua maioria, são aposentadas e têm despesas elevadas com os gastos elevados (planos de saúde, medicamentos e alimentação), além disso, a maioria dos salários dos aposentados são corrigidos com índices abaixo da inflação e essas pessoas continuam sendo os responsáveis financeiros pelas famílias.

Quando analisamos os tipos de dívidas, dados da Pesquisa CNC – Endividamento e Inadimplência do Consumidor de Dezembro de 2018, apontam o cartão de crédito em primeiro lugar como um dos principais tipos de dívida por 78,1% das famílias endividadas, seguido por carnês, para 14,7%, e, em terceiro, por financiamento de carro, para 10,2%, conforme figura abaixo:

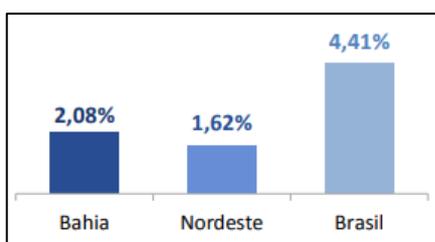
Figura 2 - Tipos de dívida das pessoas inadimplentes



Fonte: Pesquisa CNC (2018)

Na Bahia, segundo o Relatório de Inadimplência na Bahia, realizado pela SPC Brasil em dezembro de 2018, o número de inadimplentes cresceu 2,08% em dezembro de 2018, em relação a dezembro de 2017. O dado ficou acima da média da região Nordeste (1,62%) e abaixo da média nacional (4,41%).

Figura 3 - Número de dívidas em atraso - Variação anual



Fonte: SPC Brasil (2018)

Dentre os tipos de dívidas, O setor com alta anual mais expressiva do número de dívidas em dezembro no estado da Bahia foi Água e Luz (10,72%).

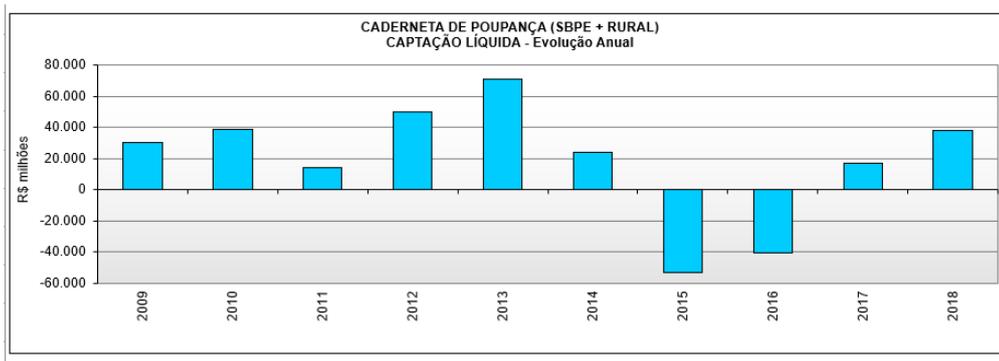
Quando analisada a faixa etária dos devedores, o estudo mostra que o número de devedores com alta anual mais expressiva no estado em dezembro foi o da faixa de 65 a 84 anos (6,70%). O SPC Brasil estima que em dezembro de 2018 havia 4,70 milhões de pessoas físicas negativadas na Bahia, o que representa 42,20% da população entre 18 e 94 anos do estado

Com base nos dados apresentados, foi possível identificar o aumento do número de inadimplentes no país, sendo o maior patamar da série da pesquisa realizada pelo Serasa Experian e iniciada em 2016. Além disso, pôde-se perceber que a falta de planejamento de longo prazo, principalmente para a velhice, prejudica a população mais velha e aumenta os índices de inadimplência dessa faixa etária.

2.2. Cenário de Investimentos

Atualmente, um dos tipos de investimentos mais tradicionais e utilizados pelos brasileiros é a poupança. Dados do Banco Central mostram que a poupança brasileira fechou 2018 no azul, com saldo de R\$ 797,2 bilhões de reais. Durante o ano, os depósitos superaram os saques, com uma captação de R\$38,2 bilhões. Este foi o melhor resultado para a aplicação desde 2013.

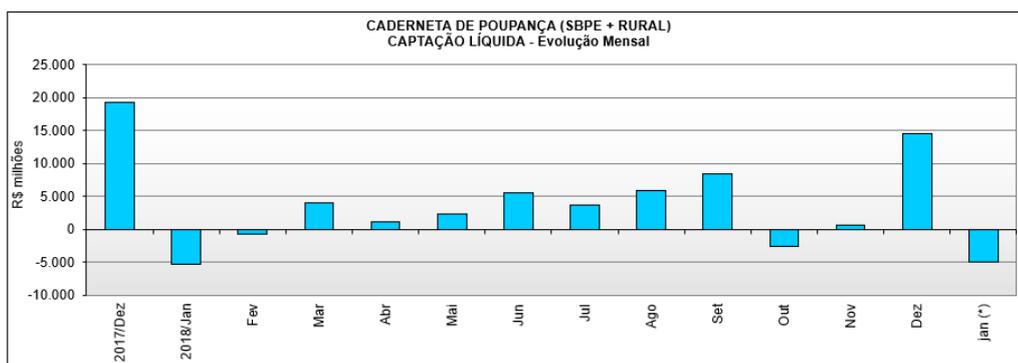
Figura 4 - Captação líquida da caderneta de poupança de 2009 a 2018



Fonte: Banco Central do Brasil (2018)

O mesmo estudo mostra a captação líquida durante os 12 meses de 2018, onde apenas em janeiro, fevereiro e outubro as retiradas superaram os depósitos.

Figura 5 - Captação líquida da caderneta de poupança de 12/2017 a 01/2019



Fonte: Banco Central do Brasil (2018)

Um tipo de investimento que tem se mostrado crescente e acessível, são os títulos do Tesouro Direto. Segundo o Balanço de Novembro de 2018 do Tesouro Direto, existem 2.972.184 pessoas cadastradas na plataforma. Destes, o número de investidores ativos chegou a 752.094, uma variação positiva de 34,7% nos últimos doze meses.

Ainda no estudo realizado em novembro de 2018, é possível identificar o atual perfil de investidores no Tesouro Direto. Podemos perceber que o gênero mais representativo é o de homens com 70,5%, a faixa etária está entre 26 e 35 anos (37,3%) e a região Sudeste tem a maior quantidade de pessoas cadastradas na plataforma (62,7%). Informações detalhadas podem ser identificadas no quadro abaixo:

Figura 6 - Perfil dos investidores cadastrados no tesouro direto

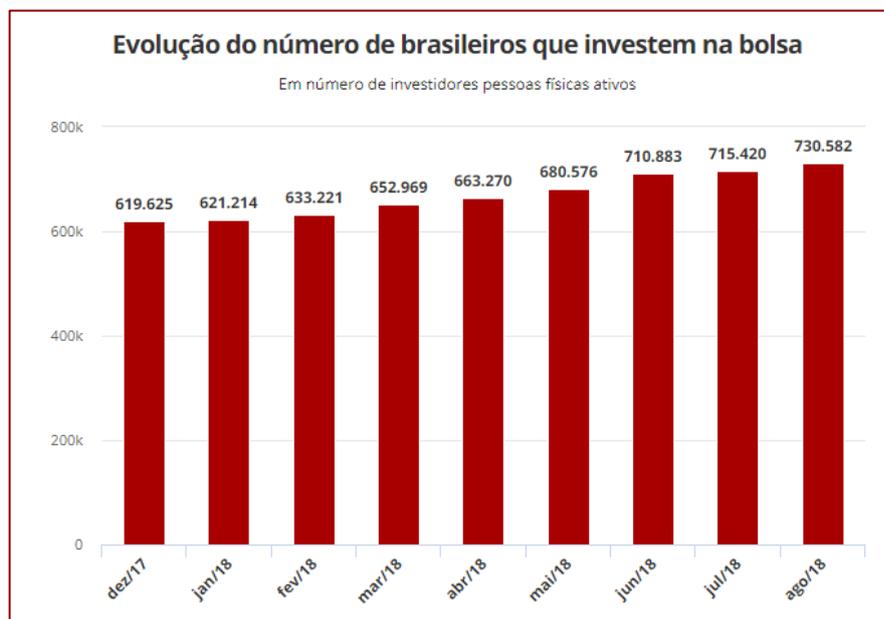
		
	No Mês	Total
Investidores por Gênero		
Homens	68,5%	70,5%
Mulheres	31,5%	29,5%
Investidores por Faixa Etária		
Até 15 anos	0,2%	0,3%
De 16 a 25 anos	26,7%	15,8%
De 26 a 35 anos	40,1%	37,3%
De 36 a 45 anos	19,0%	24,4%
De 46 a 55 anos	8,0%	11,1%
De 56 a 65 anos	4,1%	7,1%
Maior de 66 anos	1,9%	4,0%
Investidores por Região		
Norte	4,3%	3,2%
Nordeste	13,7%	11,4%
Centro-Oeste	8,0%	8,0%
Sudeste	57,8%	62,7%
Sul	16,3%	14,6%
Número de Investidores		
Cadastrados	156.255	2.972.184
Ativos	28.001	752.094

Fonte: Tesouro Direto (2018)

Além disso, existem os investimentos que podem ser realizados na Bolsa de Valores. Atualmente chamada B3, a B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão é uma das maiores empresas provedoras de infraestrutura para o mercado financeiro do mundo em valor de mercado, oferecendo serviços de negociação (bolsa), pós-negociação (clearing), registro de operações de balcão e de financiamento de veículos e imóveis. Foi criada em março de 2017 a partir da combinação de atividades da BM&FBOVESPA, bolsa de valores, mercadorias e futuros, com a CETIP, empresa prestadora de serviços financeiros no mercado de balcão organizado. Essa combinação consolidou a atuação da Companhia como provedora de infraestrutura para o mercado financeiro, permitindo a ampliação do leque de serviços e produtos oferecidos aos seus clientes e a criação de eficiências para a Companhia e para o mercado.

Em 2002, o universo de investidores contemplava pouco mais de 85 mil pessoas. Em 2007, o número subiu para pouco mais de 456 mil. Em 2017, a Bolsa de Valores bateu o recorde de 615 mil investidores, chegando à 730 mil investidores em agosto de 2018.

Figura 7 - Número de brasileiros investidores na bolsa de valores por mês



Fonte: B3

Segundo os números da B3, a maioria desses investidores são homens, da região Sudeste, com idade entre 26 e 45 anos. Do total de investidores ativos, 77,5% são do sexo masculino e 69% residem dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Na distribuição por faixa etária, mais da metade (52%) tem no máximo 45 anos. Por outro

lado, os investidores com mais de 46 anos concentram mais de 80% do valor investido por pessoas físicas. Os investidores pessoas físicas respondem atualmente por cerca de 18% do volume negociado na bolsa. Os investidores estrangeiros correspondem a uma fatia de 50% e os institucionais, 27%.

Diante dos dados apresentados, podemos constatar que apesar do aumento da inadimplência no país, houve também o aumento do número de investidores nos últimos anos. Dentre os tipos de investimentos existentes, a poupança continua tendo captação alta e positiva, mesmo que seu rendimento atualmente não seja mais tão vantajoso, pois desde 2012, o rendimento da poupança está diretamente ligado à oscilação da taxa Selic, de acordo com a seguinte regra:

- Quando a Selic é maior ou igual a 8,5% ao ano, o rendimento da poupança será de 0,5% ao mês + Taxa Referencial (TR)
- Quando a Selic estiver menor que 8,5% ao ano, o rendimento da poupança será 70% da Selic + Taxa Referencial (TR)

Atualmente temos uma taxa selic de 6,5% ao ano, portanto o tesouro selic torna-se um tipo de investimento mais interessante do que a poupança. Sendo assim, é possível perceber uma oportunidade em atuar disseminando essa informação e auxiliando no processo de transição das pessoas que continuam investindo na poupança, principalmente na região nordeste.

Outro dado interessante é a quantidade de estrangeiros (50%) que são investidores na bolsa, o que nos faz mostra uma possível oportunidade de atuar com brasileiros que moram no exterior.

2.3. Análise dos Competidores

A análise de mercado foi realizada considerando os players que atuam na área de educação financeira de diversas formas, como: cursos, mentorias, consultorias, assessoria de investimentos, aplicativos, YouTuber e blogs.

2.3.1. DSOP Educação Financeira

Em julho de 2018 a empresa completou 10 anos de existência onde se firmou como principal disseminadora da Educação Financeira do País, levando o tema para mais de 2 milhões de famílias, 2 mil escolas públicas e particulares e mais de 500 mil

de alunos. Todos esses resultados foram alcançados por meio dos mais de mil educadores financeiros formados pela própria DSOP que são multiplicadores da metodologia própria. A metodologia tem como foco principal, equilibrar as finanças pessoais e familiares através de quatro passos (DIAGNOSTICAR, SONHAR, ORÇAR E POUPAR). A empresa possui diversos programas de formação, desde pequenos cursos ao doutorado:

- Formação em Empreendedor Educacional: Forma empreendedores educacionais para atuarem com os Programas DSOP de Educação Financeira para escolas e famílias em instituições de educação básica, universidades e demais instituições educacionais.
- Formação em Educador Financeiro: Capacita pessoas para disseminarem, por meio de palestras, cursos e workshops a metodologia DSOP de Educação Financeira para grupos e grandes públicos.
- Formação em Terapeuta Financeiro: Forma educadores financeiros para atuarem de forma mais direta e individual com uma pessoa física, família, casais e grupos.
- DSOP nas Escolas: desenvolveram um programa de educação financeira para crianças que acontece através da parceria com escolas e venda de kits de livros didáticos e paradidáticos publicados pela editora DSOP.
- Programa corporativo de educação financeira nas empresas: possuem iniciativas que são oferecidas para funcionários de empresas. Se baseia no pressuposto de que a falta de saúde e equilíbrio financeiro gera problemas de saúde no trabalho e no ambiente familiar.
- Mestrado Internacional in Business Administration in Financial Education: programa de mestrado totalmente online em parceria com a Florida Christian University (FCU), o qual pode ser feito em três idiomas (português, inglês e espanhol).
- Doutorado Internacional in Business Administration in Financial Education: programa de doutorado totalmente online em parceria com a Florida Christian University (FCU), o qual pode ser feito em três idiomas (português, inglês e espanhol).

2.3.2. Barkus Educacional

Negócio de impacto social, que visa levar a educação financeira e o empreendedorismo para jovens e adultos, expandindo horizontes e ajudando a mudar realidades. Oferece serviços para 3 públicos:

- Pessoa Física- Curso Libertas: dois módulos de 8 horas que custam R\$ 150,00 cada, com assuntos relacionados a controle e planejamento financeiro e investimentos.
- Empresas – Palestras e oficinas de acordo com a necessidade.
- Escolas – Aulas para turmas do 6º ano do Ensino Fundamental II até o 2º ano do Ensino Médio, orientadas para o desenvolvimento das habilidades de oratória, empreendedorismo e autoconhecimento.

Site: <http://barkus.com.br/site/>

2.3.3. Coaches Financeiros

Em Salvador existem diversos coaches financeiros que atuam realizando palestras, workshops e atendimentos individualizados com a população interessada. Abaixo, foram citados aqueles mais conhecidos pela equipe e que possuem bastante atuação na região.

Fernanda Prado

- Membro Associado da Planejar - Associação Brasileira de Planejadores Financeiros (<https://www.planejar.org.br/>).
- Formação em Personal, Professional e Leader Coach pela Sociedade Brasileira de Coaching.
- Formação como Licensed Master Practitioner of NLP™ pela Sociedade Internacional de PNL.

Site: <https://fernandaprado.com.br/>

Glaucia Sousa Coach

- Executive Coach I Instrutora PNL.
- Analista de Comportamento DISC.
- Realiza Workshops de Educação Financeira Teens, para o público adolescente.

Allan Andrade

- Formado em Engenharia Mecânica pela Estácio de Sá/FIB.
- Pós-Graduando em Neurociências aplicadas a Finanças.
- Educador e Terapeuta Financeiro.
- Membro da Associação Brasileira de Educadores Financeiros;
- Coaching Financeiro pelo Instituto Coaching Financeiro;
- Coaching Executive Business Transformation pelo Instituto Tania Zambon;
- Professional Coaching pelo Instituto Americas Coaching;
- Coaching em Network Marketing pela DNA de Marketing;
- Fundador da Escola de Mentalidade Financeira;
- Autor do livro "Mentalidade Financeira";
- Atuou também na indústria de vendas diretas, liderando mais de 2.000 pessoas.
- Atualmente realiza cursos e palestras compartilhando seu conhecimento no crescimento e desenvolvimento de pessoas nas áreas financeiras.

2.3.4. Escritórios Credenciados à XP

A XP é a maior empresa de investimentos do Brasil e possui hoje na Bahia 15 escritórios credenciados que oferecem assessoria de investimentos gratuita para o cliente, colocando-se à disposição para tirar dúvidas e apresentando oportunidades e produtos alinhados ao perfil do investidor. Eles estão localizados nas seguintes cidades:

- Lauro de Freitas – 1 escritório
- Salvador – 11 escritórios

- Camaçari – 1 escritório
- Feira de Santana – 1 escritório
- Teixeira de Freitas – 1 escritório

Como estratégia de captação de clientes, os escritórios oferecem palestras de educação financeira gratuitas e são remunerados diretamente pela XP, de acordo com a quantidade de abertura de contas e movimentações em investimentos feitas pelos clientes.

Site: www.xpi.com.br/

2.3.5. Celebidades:

No meio digital existem diversas pessoas que abordam o tema Educação Financeira. Abaixo, segue a relação daquelas celebridades referências no mercado e que possuem mais de 300 mil seguidores nos seus canais de YouTube.

2.3.5.1. ME POUPE por Nathália Arcuri

Nathália é jornalista e criou o blog Me Poupe em 2015. Atualmente possui também um canal no Youtube com aproximadamente 3,1 milhões de inscritos. Seu conteúdo gratuito é disponibilizado por meio de ebooks, simuladores e planilhas no blog e vídeos com linguagem de fácil entendimento, direta e divertida nos vídeos do YouTube. Em 2018 lançou a primeira turma do seu curso online “Jornada da Desfudência”.

Site: <http://mepoupenaweb.uol.com.br/>

2.3.5.2. Thiago Nigro (O Primo Rico)

Autor do livro “Do mil ao milhão sem cortar o cafezinho” e do curso online “Do mil ao milhão”, possui 28 anos e mais de 1,8 milhões de inscritos no seu canal no YouTube.

Site: <https://oprimorico.com.br/>

2.3.5.3. Gustavo Cerbasi

Autor de 15 livros, possui um canal no YouTube com aproximadamente 570 mil inscritos e um curso online “MasterClass Inteligência Financeira” que já está na sua sexta edição.

Site: <http://www.gustavocerbasi.com.br/>

2.3.5.4. Economirna (Mirna Borges)

Youtuber e engenheira, Mirna fala sobre economia no seu canal do YouTube e possui aproximadamente 630 mil inscritos na plataforma.

Site: <https://economirna.com.br/>

2.3.6. Aplicativos Financeiros

2.3.6.1. Guia Bolso

Aplicativo utilizado por mais de 5 milhões de pessoas, está disponível em todas as plataformas: web, Android e iOS. Iniciou suas operações em 2012 com um site onde as pessoas colocavam seus gastos e ganhos e recebiam uma consultoria. Em 2014 lançaram o site e app Guiabolso onde a pessoa conseguia sincronizar suas contas bancárias. Em 2016 desenvolveram a plataforma de crédito e passaram a ofertar produtos de bancos e financeiras. Em 2018, investiram no aprimoramento da inteligência artificial e lançaram uma versão nova para Android.

Site: <https://www.guiabolso.com.br/>

2.3.6.2. MOBILLS

Aplicativo de controle financeiro mais bem avaliado por seus usuários, com o maior número de avaliações da categoria e utilizado por mais de 5 milhões de pessoas. Está disponível nas plataformas: Android e iOS e possui uma versão gratuita e outra premium.

Site: <https://www.mobills.com.br/>

2.3.6.3. Minhas Economias

Aplicativo que surgiu em 2008 com o objetivo de melhorar a qualidade de vida de indivíduos e famílias, através de conteúdos e ferramentas que contribuem, na prática, para o planejamento e equilíbrio da vida econômica. Aplicativo utilizado por mais de 1 milhão de pessoas, está disponível para Android e iPhone.

Site: <http://minhaseconomias.com.br/>

2.3.6.4. Organizze

Utilizado por mais de 1 milhão de pessoas, o Organizze é uma ferramenta online que tem o objetivo de facilitar a vida financeira. Disponível para Android e iPhone. Possui uma versão gratuita e outra paga por R\$ 8,00 ao mês.

Site: <https://www.organizze.com.br/>

2.3.7. Startups de Educação Financeira

2.3.7.1. W1 Finance

Empresa especializada em planejamento financeiro que atua com uma tradicional metodologia europeia. Possui mais de 40.000 clientes ativos e 400 consultores capacitados. Possui 7 escritórios em São Paulo.

Site: <http://w1consultoria.com.br/>

2.3.7.2. Tindin

Empresa que a oferece por meio da gamificação um modelo transversal de ensino continuado para Educação Financeira Infantil Familiar e Escolar. É considerada uma Edtech e Fintech (termos usados internacionalmente para empresas que utilizam a tecnologia, respectivamente, nas áreas de educação e finanças) e nasceu em um Startup Weekend em Maringá/PR. Fundada em 2018, lançou seu primeiro produto de educação financeira para famílias, uma plataforma de mesada eletrônica educativa criada para desenvolver as capacidades infantis de: planejamento, negociação, poupança, investimento, consumo consciente e empreendedorismo. Possui time multidisciplinar formado por pais, administradores, especialistas em tecnologia, gestão empresarial, marketing e empreendedorismo.

Site: <https://www.tindin.com.br/>

2.3.7.3. Quero Quitar

Empresa que faz a intermediação e realizam negociações de dívidas de Pessoa Física com empresas de maneira rápida, tranquila e segura.

Site: <https://www.queroquitar.com.br/>

2.4. Benchmark de Modelo de Negócio

Durante o processo de pesquisas, alguns modelos de negócio se mostraram inspirações para a empresa, apesar de não necessariamente atuarem com a temática de educação financeira. A empresa tem o interesse em gerar impacto social e por isso, se inspira em exemplos e cases que possuem modelos de negócio sociais.

2.4.1. Qranio

Empresa que utiliza técnicas de gamificação para tornar o aprendizado mais leve, divertido e engajador. Aborda assuntos do ENEM e do Ensino Fundamental, mas também tem uma solução para funcionários de empresas, o Qranio Mobile Learning, que é uma ferramenta de treinamento e difusão de conhecimento. Através de jogos individuais ou em grupo, incentiva o conhecimento sobre algum assunto dentro da organização. Existe uma moeda virtual que, quando acumulada, pode ser trocada por prêmio reais; notificações no aplicativo informam aos colaboradores sobre novidades relacionadas ao próprio aplicativo ou assuntos atuais que envolvem a empresa.

Site: <https://www.qranio.com/>

2.4.2. Vivendas

Empresa que desenvolveu uma solução completa em reformas habitacionais que, de forma rápida e não burocrática, possibilita ao cliente, em até 15 dias, ter seu projeto elaborado e sua reforma pronta. Oferecem reformas do banheiro, cozinha, área de serviço, sala e quarto com preços acessíveis para que as pessoas possam ter acesso a uma vida melhor dentro da sua própria casa.

Site: <http://programavivenda.com.br/>

2.4.3. Intera

Empresa de Talent Hacking que, por meio de experiências educacionais personalizadas, tem o objetivo de conectar pessoas às oportunidades profissionais. Por meio de cursos, experiências e imersões financiadas por empresas, promove o autoconhecimento dos participantes e conecta talentos às organizações.

Site: <https://byintera.com/>

2.4.4. Avante

A empresa iniciou suas operações em 2012 oferecendo microcrédito para empreendedores. Em 2017 lançaram o aplicativo Avante com a funcionalidade de dividir vendas no cartão de crédito sem a necessidade de uma maquininha. Possuem o objetivo de empoderar microempreendedores com soluções financeiras que simplifiquem sua vida e desenvolvam seu negócio.

Site: <https://www.avante.com.vc/>

Após toda análise da concorrência, construímos a ferramenta 5 Forças de Porter, conforme ANEXO 1 onde identificamos que existem diversos produtos substitutos que oferecem conteúdos de Educação Financeira, assim como concorrentes consolidados e fortes no mercado. Isso nos mostra a importância e necessidade de criarmos estratégias de diferenciação para transformar nosso serviço em competitivo e inovador.

3. O NEGÓCIO

3.1. Apresentação dos Cofundadores

A equipe é formada por três sócios que se conheceram quando participaram de um grupo de voluntariado em 2016: a Liga Universitária de Empreendedorismo. Mesmo após a finalização das atividades e responsabilidades com o grupo, os três mantiveram contato e, em 2018, iniciaram uma série de reuniões para pensar em um negócio na área financeira.

Mariane Falcão Cavalcanti

- Engenheira de Produção formada pela Universidade Federal da Bahia.
- Atuou em três multinacionais (Xerox, Monsanto e DHL Supply Chain) nas áreas de logística e planejamento/gestão da produção.
- Trabalhou durante dois anos na aceleradora e incubadora do SENAI CIMATEC, auxiliando nos processos administrativos e orientando mais de 25 startups.
- Educadora e Terapeuta Financeira DSOP, formada na turma de Setembro de 2018.

- Desde 2009, realiza diversas atividades voluntárias como participação na fundação da Empresa Júnior de Engenharia de Produção da UFBA (Otimiza Consultoria Jr); membro do Rotaract Club Lauro de Freitas durante seis anos; Diretora de Projetos na Liga Universitária de Empreendedorismo em 2016 e, recentemente, em 2018, assessora de Finanças no TEDxRioVermelho 2018.

Luana Maria Costa Andrade

- Graduada de Ciências Econômicas (UNIFACS - Universidade Salvador) e Administração (UNEB - Universidade do Estado da Bahia) - previsão de conclusão: Julho/2019.
- Estagiou durante dois anos na FAELBA - Fundação Coelba de Previdência Privada, no setor de investimentos.
- Atuou como estagiária na Secretaria de Desenvolvimento Trabalho e Emprego de Salvador.
- Atuou voluntariamente como Diretora Financeira da Empresa Júnior de Administração da UNEB (Empírica) e na Liga Universitária de Empreendedorismo de Salvador (2016) como gerente de infraestrutura dos projetos.
- Atualmente trabalha em empresa familiar no ramo de autopeças de linha veicular pesada - SOS Embreagens - atuando na área administrativa e financeira.

Pedro de Lemos Silveira

- Graduando em Administração pelo Instituto Federal da Bahia.
- Técnico em Manutenção Mecânica pelo Instituto Federal da Bahia.
- Atuou em três Multinacionais (Deten Química, Braskem e Monsanto) nas áreas de manutenção mecânica e operação de processos químicos.
- Foi aluno do primeiro curso Jornada da Desfudência sobre educação financeira com a Youtuber Nathalia Arcuri.
- Realizou diversas atividades voluntárias em Salvador, tendo sido: Gerente de conteúdo na Liga Universitária de Empreendedorismo em 2016; Coordenador

de Projetos na Associação de Jovens Empreendedores da Bahia em 2017 e, atualmente, é Jovem Líder e membro do Global Shapers Hub Salvador.

- Atualmente, exerce o cargo de técnico em processos químicos Bayer (5 anos).

3.2. Análise SWOT

Após a análise dos fatores externos (mercado e competidores) e internos (equipe), conforme ANEXO 2, percebemos que apesar da pouca experiência da equipe na área e do excesso de soluções e conteúdos disponíveis no mercado, existe a oportunidade de atuar com superendividados e aumentar o mercado de investidores no Nordeste. Muitas soluções apresentadas atingem o público digital e de forma interativa e divertida, porém poucas referências chegam aos superendividados e população menos favorecida. Diante deste cenário, a FAVVO entende que existe uma oportunidade de explorar melhor este público e levar o conteúdo de educação financeira à mais pessoas.

3.3. Análise PEST

A análise PEST, conforme ANEXO 3, baseia-se na análise de fatores externos à empresa que podem influenciar direta ou indiretamente na mesma. Após realizada esta análise, é possível identificar uma oportunidades nas áreas econômica, sociocultural e tecnológica, o que incentiva a empresa em continuar o desenvolvimento das suas iniciativas.

3.4. Protótipo

Diante da análise do mercado e dos concorrentes, foi identificada a necessidade de capacitação da equipe que, no 2º semestre de 2018, participou de três cursos na temática de educação financeira:

- Educador e Terapeuta Financeiro da DSOP – Curso realizado por Mariane Falcão de forma presencial em São Paulo.
Site: <http://www.dsop.com.br/pos-formacoes-cursos/>

- Jornada da Desfudência por Nathalia Arcuri – Curso realizado por Pedro de Lemos de forma online.
Site: <https://pages.hotmart.com/x8450205x/jornada-da-desfudencia/?ref=R10210831V#comments>
- Millionaire Mind Intensive - Experiência de Sucesso – Curso realizado por Luana Andrade de forma presencial em São Paulo.
Site: <https://experienciadesucesso.com.br/millionaire-mind-intensive>

Todas as experiências com os cursos realizados proporcionaram iniciação em temáticas, até então nunca vista pelos sócios, porém, dentre eles os cursos da DSOP foram os que ofereceram uma certificação que possibilitou a equipe iniciar sua atuação na área. Este curso, ofereceu acesso à conteúdos especializados em educação financeira, investimentos e comportamentos, slides, ebooks, plataformas, suporte da empresa, materiais impressos, além de uma permissão da instituição de atuar, durante 1 ano, utilizando todo o material e representando a metodologia DSOP de Educação Financeira.

Assim, a equipe decidiu por utilizar essa metodologia para iniciar suas atividades, conhecer melhor o mercado e validar a metodologia da empresa através dos serviços prestados.

Durante o período de Outubro à Dezembro de 2018, a empresa teve a oportunidade de conduzir cinco palestras utilizando a metodologia DSOP, conforme relação abaixo:

1. Palestras gratuitas de duas horas:

- Liga Universitária de Empreendedorismo – Jovens universitários entre 17 e 25 anos interessados em melhor gerir suas finanças e iniciar seus investimentos.
- Turma C da Bayer Camaçari – Funcionários técnicos com seus respectivos companheiros (as). Possuem filhos, são casados e/ou jovens em finalização do curso de graduação. Mostraram interesse em melhor gerir suas finanças e iniciar seus investimentos.
- Palestra para coachees do Projeto Startup Coach – Universitários no último ano de faculdade e recém formados que estão em processo de

acompanhamento com um coach e possuem o objetivo de serem aprovados em um processo de Trainee de uma grande empresa. Portanto, precisam se estruturar financeiramente para as viagens dos processos seletivos.

2. Palestras pagas:

- SIPAT da DOW Química Aratu – Funcionários de empresa privada de diversos setores que foram conscientizados sobre a importância da saúde financeira, como forma de evitar acidentes no trabalho e problemas familiares, melhorar a produtividade e pensar à longo prazo (aposentadoria e tranquilidade financeira).
- Turma A da Bayer Camaçari - Funcionários técnicos com seus respectivos companheiros (as). Público mesclado onde alguns são casados com filhos e outros jovens que ainda moram com os pais. Mostraram interesse em melhor gerir suas finanças, saber como educar seus filhos e iniciar seus investimentos.

Além disso, realizamos três atendimentos de terapia financeira (duas presenciais e uma online) e tivemos uma terapia paga, mas que ainda não foi iniciada. Esses acompanhamentos foram feitos seguindo a metodologia DSOP e com o apoio da plataforma oferecida pela empresa.

3.5. Resultado dos Testes

Com a realização desses serviços foi possível, por meio de conversas e pesquisa de satisfação informal com os participantes, coletar feedbacks, sentir as necessidades e dificuldades de cada um. Em 2019 o objetivo é criar ferramentas digitais e físicas para realizar as pesquisas de satisfação logo após cada evento, conforme formulário de pesquisa de satisfação criado (ANEXO 4). Abaixo, segue uma relação de aprendizado, diante das sugestões dos clientes e dificuldades enfrentadas pela equipe:

- Restrição na abordagem do Conteúdo

Por se tratar de um conteúdo próprio e modelo padronizado da DSOP, não é permitido pela instituição que os educadores alterem as informações dos slides das palestras. Porém sentimos a necessidade de incluir algumas informações antes dos slides deles, como forma de apresentar a FAVVO e abordar alguns aspectos comportamentais que o material da DSOP não aborda. Esta situação cria uma limitação e restrição na apresentação do conteúdo pela equipe e causou incômodo em alguns participantes que sentiram-se confusos com a despadronização e multicores dos slides. Além disso, a metodologia não aprofunda os conhecimentos na temática de investimentos, pois o foco maior é na organização financeira e conscientização dos clientes por meio da metodologia. Nas experiências de palestras que tivemos, o assunto foi o mais desejado pelos clientes e aquele que possui maiores dúvidas.

- Faixa de preço praticado pelos serviços

A empresa, como forma de padronizar e valorizar os serviços dos educadores e terapeutas formados, definiu valores mínimos e máximos para as palestras, cursos, workshops e terapias. Este formato, criou restrições na atuação da empresa que deseja trabalhar com valores sociais em clínicas parceiras.

- Suporte administrativo insuficiente

A empresa DSOP disponibiliza uma equipe para atendimentos pós curso aos alunos. As demandas são para envio de informações, suporte para acesso e utilização da plataforma e resolução de problemas e dúvidas. Porém, pelo fato da equipe ser pequena e a estratégia da empresa estar focada no novo modelo de negócio de franquias, alguns processos estão em ajustes e muitas informações solicitadas ou foram respondidas com bastante atraso ou ainda não foram sanadas. Por se tratar de uma prática nova para a maioria dos alunos, a atenção da equipe é fundamental para envio de informações. E quando não são atendidas, travam as negociações e atendimentos aos clientes.

- Público Alvo

A experiência com os diferentes públicos participantes das palestras, nos mostrou de forma intuitiva e através da percepção, um padrão de características em comum entre eles. Estas, são pessoas interessadas no conteúdo oferecido porque:

- Querem mudar sua situação financeira atual (estão insatisfeitos)
- Desejam obter tranquilidade financeira no futuro
- Possuem sonhos que desejam realizar

Estas características justificam o interesse por aprender a investir, já que esta ação proporciona um retorno maior e mais rápido para a realização dos sonhos e obtenção da tranquilidade financeira.

Diante dos aprendizados obtidos com os testes, a equipe decidiu por desenvolver em Janeiro de 2019 sua metodologia própria, baseado nos aprendizados dos três cursos realizados em 2018.

3.6. Modelo de Negócio

3.6.1. Oferta de Valor

3.6.1.1. Definição do Nome

Por alguns dias nos debruçamos na tentativa de identificar uma palavra que representasse o desejo da equipe com a criação da empresa e essa palavra foi FAVORECER. Ela foi escolhida pelo desejo de favorecer as pessoas por meio da educação financeira,, proporcionando qualidade de vida e tranquilidade financeira a todos os clientes.

A partir desta palavra, resolvemos retirar a palavra FAVO e buscar maiores informações sobre a representação do favo de mel. Descobrimos que os favos são estruturas feitas por abelhas para a construção de seus ninhos e são usados para produzir e armazenar alimento e até mesmo para o desenvolvimento da cria. É no favo onde se produz o mel, um alimento não perecível e dificilmente se estraga já que, por ser a única fonte de energia das abelhas, precisa ser bem resistente e durar até a próxima primavera.

A segunda letra V surgiu quando fomos analisar a possibilidade de registro da marca. A palavra FAVO possui atualmente 18 processos enquanto que FAVVO não possui nenhum.

Sendo assim, o nome FAVVO foi escolhido, pois acreditamos que através da educação financeira podemos favorecer o desenvolvimento das pessoas para que elas possam armazenar (da melhor maneira possível), produzir e multiplicar seus recursos em busca de uma vida mais equilibrada, feliz e próspera!

3.6.1.2. Propósito, Missão, Visão e Valores

Propósito: Descomplicar a vida financeira das pessoas

Missão: Auxiliar as pessoas na gestão financeira por meio de capacitação pessoal

Visão: Impactar o número de investidores na região Nordeste

Valores:

Figura 8 - Valores FAVVO



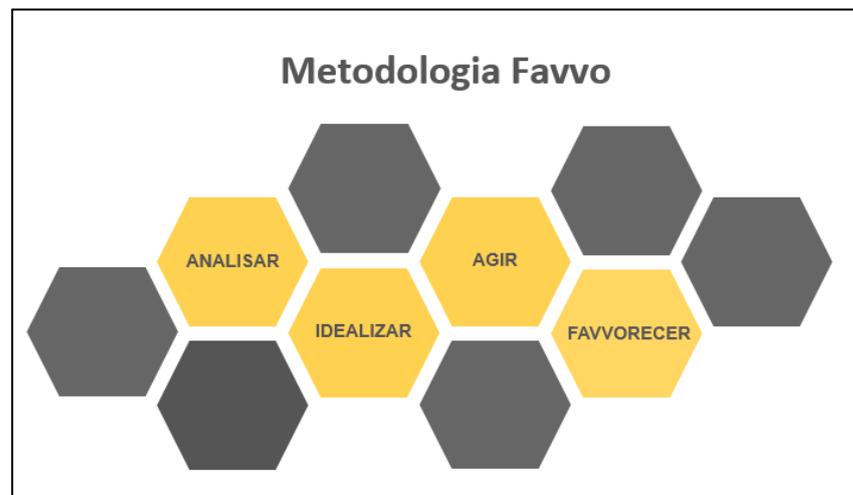
Fonte: Elaboração própria

3.6.1.3. Metodologia FAVVO

Conforme construção do PMCanvas (ANEXO 5), em Janeiro de 2019 os sócios da empresa se debruçaram para desenvolver uma metodologia que será utilizada como roteiro para palestras, cursos e atendimentos de mentoria financeira. Esta consiste em 4 etapas:

- 1 – Análise do cenário atual (interno e externo) - Foco nas crenças, modelo mental em relação ao dinheiro e gastos e receitas
- 2 – Idealização do cenário desejado – Identificação dos sonhos e independência financeira
- 3 - Ações para mudança – Iniciativas que potencializam o ato de poupar e possibilidades de fontes de renda extra
- 4 – Favorecimento financeiro - Dicas e orientações sobre investimentos

Figura 9 - Imagem de divulgação da metodologia FAVVO



Fonte: Elaboração própria

Os diferenciais, inicialmente, identificados pela equipe e em fase de construção e implementação são:

- Linguagem simplificada

A intenção é que possamos criar dinâmicas e formatos que transformem o aprendizado para algo divertido e leve, apesar da temática financeira muitas vezes ter uma conotação chata, séria e preocupante. Queremos criar um ambiente próximo dos participantes e de igualdade, mostrando que o momento é de construção e não apenas de palestrante/ouvinte.

- Ambiente não tradicional

Realização de experiências de aprendizagem em locais diferenciados e fora da sala de aula, como forma de despertar aspectos do dia a dia e promover mais dinamicidade. Podemos realizar os cursos, ou parte deles, em parques de diversões, ambientes ao céu aberto, trilhas, etc.

- Looks casuais e informais

A maioria das pessoas que abordam o tema de finanças e investimentos vestem-se de forma social (camisa social, sapato social, paletó). Acreditamos que esse traje cria um distanciamento e pode remeter ao sentimento de superioridade. Queremos mostrar que não é necessário seguir padrões e vestir roupas de marca para ser uma pessoa bem informada e que faz bom uso do seu dinheiro. Investir e saber gerir suas finanças é para todos e não apenas para ricos e pessoas da área de exatas.

- Menos é mais

Queremos trazer conceitos e práticas que auxiliem as pessoas à buscarem um equilíbrio na vida pessoal: se conhecendo melhor, dando significado e importância ao que possuem, livrando-se dos excessos, das repetições de padrões e da moda. Todos os atendimentos terão essa abordagem e, quando possível, haverá a participação de convidados que estejam alinhados com esses conceitos

- Empoderamento social

Queremos mostrar que o conhecimento e a informação é poder, reforçando aos participantes que o mundo das finanças é para todos: mulheres, negros, pobres, jovens, adultos, idosos e ricos.

3.6.1.4. Propriedade Intelectual

Por se tratar de um serviço, as possibilidades existentes para propriedade intelectual são:

- Registro da Marca

Foi analisado no site do INPI se existe algum processo para registro da marca FAVVO e não há. Este serviço pode ser realizado através do conhecimento dos próprios sócios pagando o valor correspondente à solicitação do registro, ou através da contratação do serviço de uma consultoria.

Realizamos a cotação com a empresa Biznies que presta o serviço de suporte e acompanhamento e o valor do serviço é de R\$ 755,00 reais, contemplando: horas de consultoria para registro da marca, elaboração de petição para registro da marca, pagamento da taxa de pedido de proteção da marca junto ao INPI e acompanhamento do processo até o parecer final do INPI.

- Domínio

Foi adquirido no mês de Novembro os seguintes domínios: www.sejafavvo.com e www.sejafavvo.com.br com duração de um ano. Estes serão base para a criação do site. Além disso, foi realizado o pagamento de R\$ 41,88 reais para um ano de uso do e-mail contato@sejafavvo.com

- Registro de Metodologia

Existe a possibilidade de registrar a metodologia própria da empresa, porém essa etapa só poderá acontecer com o amadurecimento, experimentação e comprovação de resultados com o uso da metodologia. Para isso, trabalharemos nos próximos anos focados na prestação dos serviços utilizando e aperfeiçoando nossa metodologia, afim de obter dados e insumos suficientes para comprovar a efetividade da solução.

3.6.2. Atividades Chaves

3.6.2.1. Soluções

A análise dos concorrentes enriquecida pelo protótipo levou à decisão de entrar no mercado utilizando um modelo de negócio tradicional e oferecendo, inicialmente, os seguintes serviços:

- Mentoria Financeira

Por meio de 5 sessões individuais ou em casal auxiliaremos as pessoas na estruturação e definição dos seus objetivos financeiros, passando por todos os conceitos necessários para o entendimento sobre finanças pessoais e investimentos. Os encontros acontecerão de forma quinzenal e terão duração de 60 minutos. Ao longo dos 2 meses e meio de atividades, espera-se observar melhorias entre o primeiro e o segundo mês de encontros. Será oferecido um kit de mentoria (caneta, planner e pasta) que auxiliará no acompanhamento a cada encontro.

- Palestras de Sensibilização

Podem acontecer de forma gratuita ou paga. Essa palestra tem o objetivo de sensibilizar os participantes para a necessidade de educação financeira e potencial existente em cada um para mudar sua realidade financeira atual. A duração máxima é de 2h e o participante receberá um kit básico (caneta, bloquinho e apostila).

- Curso I - Planejamento Financeiro (Descomplicando sua Vida)

Esse curso terá como objetivo auxiliar o participante a organizar a sua vida financeira. Serão abordados questões psicológicas e comportamentais para o que participante possa aprender a controlar melhor o seu dinheiro e se planejar para alcançar os seus objetivos. O planejamento para 2019 é testar a melhor duração do curso, podendo acontecer em 12 horas e durante 4 dias na semana.

- Curso II – Investimentos (Cuidando do seu futuro)

Neste curso o participante irá conhecer melhor sobre o mundo dos investimentos, entendendo sobre conceitos básicos, taxas e como multiplicar seu dinheiro no tempo e através de investimentos seguros. Para realizar ele é necessário ter feito o primeiro módulo. O planejamento para 2019 é testar a melhor duração do curso, podendo acontecer em 12 horas e durante 4 dias na semana.

3.6.2.2. Road Map de Implantação

As Ações realizadas em 2018.2 serviram como forma de testes e aprendizados:

- 07/07 – Palestra gratuita para clientes da empresa Harmo Organize
- 27 e 28/07 – Participação no evento Alavanque da Liga Universitária de Empreendedorismo
- 17 à 26/09 – Curso de Formação em Educador e Terapeuta Financeiro
- Mês 9 ao mês 11 – Curso Jornada da Desfudência da Nathália Arcuri
- 20/10 – Palestra para Liga Universitária de Empreendedorismo e alunos da Universidade Católica de Salvador (UCSAL)
- 23/10 – Primeira venda de Terapia Financeira
- 31/10 - Palestra para funcionários da Bayer Camaçari
- 02 à 04/11 - Participação no Evento MMI
- 30/11 – Palestra para funcionários da DOW Aratu na SIPAT 2018
- 15/12 – Palestra para futuros Trainees do Projeto Startup Coach

Foram definidas diretrizes estratégicas (Macro) para os próximos três anos da empresa:

Quadro 1 - Diretrizes estratégicas para os próximos 3 anos

1º ano (2019)	2º ano (2020)	3º ano (2021)
- Capacitar a equipe e estruturar a empresa	- Fortalecer a marca no Mercado da Região Metropolitana de Salvador	- Iniciar desenvolvimento de produtos para digitalização dos serviços (Criar um Modelo Escalável)
- Prototipar e validar a metodologia - Proteger os ativos de PI	- Oferecer cursos no varejo - Prospectar clientes corporativos	- Desenvolver produto de Educação Financeira para Empreendedores

Fonte: Elaboração própria

Dentro dessas diretrizes, algumas ações são necessárias. A tabela abaixo apresenta essas ações por trimestre:

Quadro 2 - Planejamento de Ações e Atividades por trimestre

	2019				2020				2021			
	1º	2º	3º	4º	1º	2º	3º	4º	1º	2º	3º	4º
Operacionalização												
Iniciar atendimentos de saúde financeira com metodologia própria	X											
Iniciar realização do Curso I		X										
Iniciar realização do Curso II					X							
Iniciar serviços corporativos						X						
Iniciar desenvolvimento de produtos digitais									X			
Iniciar curso de Educação Financeira para Empreendedores												X
Marketing e Comunicação												
Iniciar publicação de textos no linkedin		X										
Criar de site da empresa		X										

Fonte: Elaboração própria

3.6.3. Recursos Chave

Alinhado ao conceito de *startup* - organização de pessoas em caráter temporário, formada para criar um novo modelo de negócio que seja repetível, escalável e lucrativo, que possui elementos de inovação e trabalha em condições de extrema incerteza – e como forma de trabalhar de maneira enxuta, os sócios se dividirão, inicialmente, nas seguintes funções:

- Luana Andrade - Administrativo Financeiro e Operacional
- Mariane Falcão - Comunicação, Marketing e Institucional
- Pedro Lemos – Comercial, Conteúdo e Parcerias

Com o crescimento e surgimento de novas demandas, entendemos a necessidade de a partir do segundo ano criar novas posições para divisão de tarefas da equipe, como:

- Mídias e Redes Sociais – Para criação das artes e gestão das redes sociais
- Operacional/ Administrativo – Para contato com inscritos e participantes dos eventos, gestão e organização dos eventos.

Atuando no formato de startup com baixo custo, equipe e processos enxutos, os custos com escritório serão reduzidos no primeiro semestre de 2019, os trabalhos serão realizados de forma online e reuniões em locais públicos ou nas casas dos sócios. Apenas a partir do segundo semestre de 2019, espera-se que pelo menos um dos sócios tenha acesso à uma estação de trabalho fixa em um coworking para trabalho integral e os demais livre acesso para período parcial e/ou reuniões. A partir do segundo ano (2020) este custo aumentará o aumento da dedicação dos demais sócios e a chegada dos estagiários.

Os eventos para o público (cursos, palestras e mentorias financeiras) serão realizados em coworkings e salas comerciais alugadas de acordo com a necessidade.

3.6.4. Parcerias

Conforme apresentado no Business Model Canvas (ANEXO 6), e acordo com o planejamento de atividades de expansão da empresa, a FAVVO atualmente acredita que são parcerias interessantes os seguintes grupos:

- Psicólogos e Coachs – Estes profissionais poderão participar como convidados nos cursos realizados pela empresa falando sobre os aspectos comportamentais. O trabalho em conjunto também pode acontecer na indicação de clientes para uma abordagem mais aprofundada sobre gestão financeira e/ou atendimentos de psicologia/coach.

- Nutricionistas – Clientes que desejam iniciar suas dietas e possuem restrições ou dificuldades financeiras para uma dedicação integral, poderão ser encaminhados para conhecerem a metodologia da FAVVO e descobrirem as possibilidades de redução de custos e aumento de renda, para que então consigam focar em suas dietas. O contrário também será possível, nos casos de clientes que identifiquem a necessidade de melhorar também sua saúde física.
- Personal Organizer – Profissional que atua como consultora de organização, com o objetivo de eliminar a bagunça e auxiliando no bem-estar e otimização de tempo e espaço. A indicação deste tipo de profissional pode acontecer como sugestão de renda extra com o que for identificado como excesso e sua participação como convidada nos cursos realizados pela empresa, trazer o conceito de minimalismo (práticas que se concentram no que é realmente importante na vida das pessoas).
- Assessores de investimentos – Este tipo de profissional será fundamental para a indicação de clientes que após passarem pelos aprendizados de como melhorar sua organização e gestão financeira, quiserem o apoio de um assessor de investimentos para auxiliá-lo a multiplicar seus recursos e antecipar a realização dos seus sonhos.
- Empresas que promovam experiências diferenciadas – Esta parceria auxiliará na construção de cursos e experiências financeiras imersivas, onde os participantes irão aprender de maneira diferenciada e não tradicional os conceitos e práticas da educação financeira.
- Escritório de Advocacia – Esta parceria acontecerá para a realização de cursos e prospecção de clientes, onde serão abordadas informações jurídicas referente à práticas que interferem na nossa saúde financeira, como por exemplo: pensão, planos de saúde, seguros de vida, práticas abusivas de bancos e etc.

3.6.5. Relacionamento e Canais

3.6.5.1. Estratégia de Marketing

A empresa já está utilizando algumas ferramentas, mas pretende expandir o uso dos meios de marketing digital para entrada no mercado.

- **Instagram**

Foi criada uma conta em Julho para gerar conteúdo e realizar postagens que aumentem a visibilidade das atividades realizadas pela empresa. A estratégia relacionada à esta ferramenta segue a frequência de postagens de acordo com a seguinte programação:

- Segunda-feira – Conteúdo, informação, frases motivacionais
- Quarta-feira – Dicas gerais de aplicativos, atitudes, ferramentas.
- Quinta-feira – #tbt com lembranças de momentos dos eventos ou atividades que realizamos e participamos
- Sábado – Memes engraçados que façam as pessoas refletirem sobre seus comportamentos e atitudes relacionadas ao uso do dinheiro

Além das postagens no feed pretendemos intensificar os vídeos no Stories para criar maior proximidade com nosso público de 700 seguidores, sendo destes, 48% moradores de Salvador, 53% na faixa de 25 à 34 anos e 57% de mulheres.

- **Linkedin**

Foi criada uma conta no LinkedIn onde a expectativa é iniciar a postagem de textos sobre Educação Financeira e a importância desse conhecimento para funcionários de empresas. Esta ferramenta será alimentada com textos a cada 15 dias pelos sócios da empresa (que se revezarão para criar esses textos), entusiastas e consultores parceiros que desejem publicar seus textos no nosso instagram. Neste segundo caso, os consultores enviarão seus textos para nossa equipe que irá revisar e avaliar a viabilidade de publicação do texto. Esta será também uma forma de conhecer melhor esses consultores e futuramente poder integrá-los na equipe.

- **YouTube**

A estratégia para utilização do canal do Youtube é que sejam gravados vídeos dos sócios dialogando sobre algum tema específico ou com a participação de algum convidado parceiro para fomentar o conteúdo. Para que esta plataforma seja utilizada da melhor maneira, é necessário maiores investimentos, tanto no que diz respeito a tempo como recursos (câmera, edição de vídeo, áudio) que tem previsão de começar a acontecer apenas em 2020.

- **WhatsApp**

Foi adquirido um chip da Vivo com número de celular para a empresa onde receberemos as demandas e contatos dos clientes. Além disso, enviaremos 1x por semana (terça-feira) um texto educativo e informações para uma lista de transmissão de contatos do WhatsApp como forma de manter relacionamento com esses clientes.

- **MailChimp**

Foi criada uma conta no ferramenta MailChimp para gestão do mailing e envio de informações à todos os interessados. A recorrência de envio de e-mails através dessa plataforma será de 1 e-mail por semana (ou sempre que houver a necessidade de divulgação de algum curso aberto).

Resumo da Programação de Marketing

Postagens no Instagram – 4x por semana (segunda, quarta, quinta e sábado)

Textos LinkedIn – 2x por mês (quinta-feira)

Mensagem por WhatsApp – 1x por semana (terça-feira)

E-mail no MailChimp – 1x por semana (sexta-feira)

3.6.5.2. Estratégia de Vendas

Os serviços prestados pela FAVVO serão oferecidos de maneira digital nas plataformas Facebook, Site, Instagram, LinkedIn e Youtube por meio de:

- Sorteio de serviços (cursos ou sessões de saúde financeira);
- Patrocínio de imagens e conteúdo para um maior alcance de público;
- Lista de transmissão pelo WhatsApp com conteúdo e divulgando os serviços;
- E-mails de divulgação pelo MailChimp.

Também serão oferecidos de maneira presencial por meio de cartões de visita, conforme ANEXO 6, e conversas em diversos tipos de situações como:

- Realização de cursos, palestras e terapias;
- Participação em encontros de associações e grupos de negócio;

Além disso, existe um networking com uma empresa de aluguel de outdoors, o que faz com que futuramente, em períodos de inscrições de cursos, esta estratégia possa ser utilizada.

3.6.6. Estrutura de Custos e Fontes de Receita

3.6.6.1. Estratégia de Financiamento e Requerimentos de Capital

O financiamento nos 3 primeiros anos da empresa será proveniente de capital próprio dos sócios que investirão inicialmente R\$ 3.000,00 reais cada um na empresa. A partir do segundo ano de atuação, iremos buscar editais de aceleração que auxiliem a empresa no desenvolvimento do seu modelo de negócio e deem tração nos serviços realizados. Editais nacionais e internacionais serão frequentemente analisados para identificar possíveis sinergias. A empresa tem interesse em editais alinhados com impacto social e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

3.6.6.2. Plano Financeiro

Para a elaboração deste plano financeiro foi levado em consideração as seguintes premissas:

- Projeção para os três próximos anos de atuação da empresa
- CNPJ utilizado durante o primeiro ano será o MEI de um dos sócios
- A partir do início do segundo ano será necessário a migração para ME pois o faturamento passará de R\$ 81.000,00 anual, ou seja, R\$6.750,00 por mês.
- A conta bancária utilizada será a conta digital para MEI do Banco Inter que é gratuita e não possui sem a cobrança de taxas

RECEITAS

Os serviços prestados pela empresa terão valores que irão variar ao longo dos anos, aumentando acima da inflação (calculada em 6,5% a.a). A tabela detalhada com os valores praticados a cada mês encontra-se no ANEXO 8. Os valores iniciais dos serviços são:

Tabela 2 - Relação de serviços e valores da FAVVO

Produto	Valor Inicial	Quantidade Mínima Participantes
Palestras	R\$ 35,00	10
Curso 1	R\$ 160,00	20
Curso 2	R\$ 180,00	25
Terapia Individual	R\$ 80,00	1
Terapia Casal	R\$ 130,00	2
Palestras Cooperativo	R\$ 800,00	Até 200

Fonte: Elaboração própria

A tabela abaixo mostra a quantidade de serviços que serão realizados ao longo dos 3 próximos anos de atuação da empresa:

Tabela 3 - Planejamento para quantidade de serviços por ano

RESULTADOS ANUAIS	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Palestras	11	24	36
Curso 1	3	5	8
Curso 2	0	5	8
Terapia Individual	14	31	60
Terapia Casal	14	31	60
Palestras Cooperativo	0	10	20

Fonte: Elaboração própria

INVESTIMENTOS

Como a empresa não irá iniciar suas operações em escritório próprio, os investimentos robustos com infraestrutura serão mínimos. Os sócios atuarão no primeiro ano utilizando notebooks próprios e nos anos seguintes será necessário adquirir notebooks para a equipe com novos funcionários. A tabela detalhada com os valores investidos a cada mês encontra-se no ANEXO 9, e abaixo é possível ver o total por ano com infraestrutura:

Tabela 4 - Planejamento de Investimentos em infraestrutura por ano

Investimentos em infraestrutura	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Computadores	-	5.000,00	5.000,00
Móveis	-	-	-
Outros	-	1.000,00	1.000,00
TOTAL	-	6.000,00	6.000,00

Fonte: Elaboração própria

DESPESAS

A tabela detalhada com as despesas operacionais da empresa a cada mês encontra-se no ANEXO 10, e abaixo é possível ver o total acumulado por ano:

Tabela 5 - Planejamento de despesas operacionais por ano

Despesas operacionais	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Telefonia (celular)	480,00	1200,00	3.000,00
Assessoria jurídica	500,00	1000,00	1.000,00
Demais despesas de comunicação (folder, cartões, publicações)	550,00	600,00	600,00
Software de escritório	720,00	3600,00	3.600,00
Aluguel/Condomínio	3.000,00	12000,00	18.000,00
Contador	-	1000,00	1.000,00
Outros	450,00	1200,00	1.800,00
TOTAL	5.700,00	20.600,00	29.000,00

Fonte: Elaboração própria

CUSTOS

A empresa pretende no final do primeiro semestre de 2019 criar o site e terá custos relacionados a isso. Além disso, para a realização das palestras, foi calculado um valor de 25% referente à custos com materiais. Já para os cursos e terapias, o valor chega a 40% pois neste valor está incluso todos os custos para a realização do evento, inclusive o coffee break. A tabela detalhada com esses custos por mês encontra-se no ANEXO 11, e abaixo é possível ver o total acumulado por ano:

Tabela 6 - Planejamento de custos por ano

Custos de desenvolvimento e gestão do site	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Agência web (desenvolvimento e manutenção do website)	4.000,00	4.200,00	6.000,00
Publicidade e promoções	600,00	1.200,00	1.200,00
Hospedagem do website	700,00	1.200,00	1.200,00
Material para palestras	1.100,00	6.000,00	6.000,00
Material Cursos	1.500,00	8.000,00	20.000,00
Material para terapias	2.800,00	4.500,00	5.000,00
Material para palestras corporativo	-	2.000,00	5.000,00
Outros serviços de terceiros	700,00	1.200,00	1.200,00
TOTAL	11.400,00	28.300,00	45.600,00

Fonte: Elaboração própria

GASTOS COM FUNCIONÁRIOS

Consideramos que os sócios receberão apenas no segundo semestre do primeiro ano o valor referente à R\$200,00 e que este valor será aumentado nos anos seguintes, conforme planilha detalhada no ANEXO 12. A partir do segundo ano, entrará para a equipe dois estagiários que receberão R\$ 600,00, valor que aumentará nos anos seguintes. Abaixo é possível ver o total acumulado por ano:

Tabela 7 - Planejamento de gastos com salários por ano

GASTOS TOTAIS COM SALÁRIOS/BENEFÍCIOS	Ano 1	Ano 2	Ano 3
ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO	-	-	-
Sócio 1	3.000	11.500	18.000
Estagiário	-	7.920	8.712
TECNOLOGIA	-	-	-
Sócio 2	3.000	11.500	18.000
MARKETING/COMERCIAL	-	-	-
Sócio 3	3.000	11.500	18.000
Estagiário	-	7.920	8.712
GASTOS TOTAIS COM FUNCIONÁRIOS	\$ 9.000,00	\$ 50.340,00	\$ 71.424,00

Fonte: Elaboração própria

RESULTADOS

De acordo com a análise de todos os dados apresentados, a planilha detalhada dos resultados está disponível no ANEXO 13. Abaixo é possível perceber que apenas a partir do terceiro ano de atuação a obterá lucro. Utilizando uma taxa de atratividade de 9% o valor presente líquido é de R\$ R\$ 12.009,31 e a taxa interna de retorno é de 76% após 3 anos.

Tabela 8 - Resultados por ano

Resultados Anuais	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Receitas			
Palestra	R\$ 4.900,00	R\$ 24.000,00	R\$ 90.000,00
Curso 1	R\$ 12.000,00	R\$ 32.400,00	R\$ 61.000,00
Curso 2	R\$ -	R\$ 25.200,00	R\$ 61.000,00
Terapia Individual	R\$ 5.600,00	R\$ 15.500,00	R\$ 37.500,00
Terapia Casal	R\$ 9.100,00	R\$ 23.250,00	R\$ 50.000,00
Palestra Cooperativo	R\$ -	R\$ 8.000,00	R\$ 20.000,00
Receita total bruta	R\$ 31.600,00	R\$ 128.350,00	R\$ 319.500,00
Impostos sobre a receita bruta	R\$ 2.733,40	R\$ 11.102,28	R\$ 27.636,75
Receita líquida	R\$ 28.866,60	R\$ 117.247,73	R\$ 291.863,25
Despesas			
Custos	R\$ 11.400,00	R\$ 28.300,00	R\$ 45.600,00
Investimentos na infra-estrutura	R\$ -	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Despesas	R\$ 5.700,00	R\$ 20.600,00	R\$ 29.000,00
Funcionários	R\$ 9.000,00	R\$ 50.340,00	R\$ 71.424,00
Despesa Total	R\$ 26.100,00	R\$ 105.240,00	R\$ 152.024,00
Lucro Bruto	R\$ 2.766,60	R\$ 12.007,73	R\$ 139.839,25
IR	R\$ (2.948,37)	R\$ (8.215,51)	R\$ (35.746,69)
CSLL	R\$ (1.061,41)	R\$ (2.957,58)	R\$ (12.868,81)
Lucro Anual	R\$ (1.243,18)	R\$ 834,63	R\$ 91.223,76
Taxa de desconto	9%		
VPL	R\$ 70.003,43		
APORTE	R\$ 9.000,00		
TIR	791%		
Pre-money valuation	R\$ 70.003,43		
Post-money valuation	R\$ 79.003,43		

Fonte: Elaboração própria

4. CONCLUSÃO

A elaboração do plano de negócio, para a empresa FAVVO, teve como objetivo a análise da viabilidade técnica e financeira e baseou-se em ferramentas e conceitos da startup enxuta. Trata-se de um negócio com alto potencial de mercado e que entende a importância de estar constantemente analisando a concorrência e os fatores internos e externos, como forma de diferenciação. O desenvolvimento desse documento auxiliou no aprimoramento da ideia do negócio e foi de extrema importância para o entendimento do mercado.

O modelo de negócio atual segue um padrão tradicionalmente utilizado, que de forma presencial oferece seus serviços. Apesar das projeções se apresentarem de maneira conservadora, a análise de viabilidade econômica da empresa se mostrou atrativa e interessante. Porém, é necessária a identificação de um formato escalável que seja sustentável à longo prazo.

Como próximos passos, será necessário investimento de tempo e dedicação para testes da metodologia própria, com o objetivo de gerar resultados quantitativos e que gerem um impacto social comprovado.

5. REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL. Relatório de Poupança. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/16654/nota>> Acesso em: 10 dez. 2018.

B3. Histórico de pessoas físicas. Disponível em: http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/servicos/market-data/consultas/historico-pessoas-fisicas/> Acesso em: 11 dez. 2018.

CNC. Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor. Disponível em: http://cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/analise_peic_-_junho_2018.pdf> Acesso em: 15 dez. 2018.

FECOMÉRCIO BA. Dados sobre inadimplência na Bahia. Disponível em: <<http://www.fecomercioba.com.br/noticias/inadimplencia-na-bahia-cai-pelo-quarto-mes-consecutivo>> Acesso em: 05 jan. 2019.

INPI. Consulta registro de marca. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/>?> Acesso em: 02 jan. 2018.

SERASA EXPERIAN. Inadimplência do consumidor brasileiro. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-do-consumidor-atinge-616-milhoes-revela-serasa>> Acesso em: 08 jan. 2019.

SPC BRASIL. Relatório de Inadimplência na Bahia. Disponível em: http://cdl.com.br/wp-content/uploads/2018/07/Relat%C3%B3rio-de-Inadimpl%C3%Aancia-na-Bahia_Junho-2018.pdf> Acesso em: 15 jan. 2019.

TESOURO DIRETO. Balanço do Tesouro Direto - Relatório 2018. Disponível em: <http://www.stn.fazenda.gov.br/tesouro-direto-balanco-e-estatisticas>> Acesso em: 18dez. 2019.

6. ANEXOS

ANEXO 1 - 5 Forças de Poder

1. Rivalidade entre concorrentes:

O mercado de Salvador tem se mostrando grande o suficiente para a existência de diversos players que atuam com Educação Financeira, porém a FAVVO deseja criar parcerias estratégicas com concorrentes para evitar a rivalidade e ter uma maior visibilidade e reforço para a empresa. O formato pensado foi a realização de eventos e cafés que discutam temas relevantes para o público com a participação de convidados, além de uma parceria na criação de textos para publicação no nosso blog e linkedin.

2. Ameaça de produtos substitutos:

Existem alguns produtos substitutos que oferecem conteúdos similares e podem ser utilizados pelos clientes e interessados no assunto, são eles: Canais no YouTube, Aplicativos Financeiros e Livros. Para esses conteúdos, estamos constantemente pensando em estratégias de diferenciação e que agregam mais valor ao público.

3. Poder de negociação dos fornecedores:

Atualmente possuímos alguns fornecedores fixos para materiais utilizado nas palestras e cursos, são eles:

- Gráficas rápidas para impressão de materiais
- Fornecedores de Melzinho que distribuimos no momento do storytelling da empresa
- Canetas e bloquinhos

Como a demanda por estes materiais depende da quantidade de eventos que realizamos, precisamos estar atentos ao prazo de entrega e às quantidades mínimas de cada fornecedor. A estratégia será adquirir uma quantidade inicial como estoque no que possa viabilizar a realização de eventos com prazos inferiores ao de fabricação dos fornecedores. Além disso, estamos fazendo o levantamento dos fornecedores e preços desses materiais para que possamos negociar valores e ter um maior leque de possibilidades.

4. Ameaça de entrada de novos concorrentes:

Por se tratar de um momento muito dinâmico que estamos vivendo, sabemos da necessidade de estar sempre pesquisando novos entrantes no mercado, e e conhecendo sua forma de atuação. Assim poderemos criar as estratégias de diferenciação para manter nosso serviço com diferenciais competitivos e inovadores.

5. Poder de negociação dos clientes:

Por se tratar de uma empresa nova e com serviços em validação, a empresa é flexível na negociação com os clientes, tendo valores mínimos para serviços prestados. A estratégia é que no primeiro ano de atuação, a empresa mostre resultados efetivos e tenha uma boa visibilidade para conseguir converter mais clientes futuramente, mesmo que isso implique na realização de momentos gratuitos e cobrança mais barata inicialmente.

ANEXO 2 - Análise SWOT

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Linguagem simplificada * Profissionais de Engenharia, Adm e Economia * Conhecimento em Inglês * Aproximação com tecnologia * Preocupação em gerar impacto social * Aprendizado com metodologia DSOP 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> * 63 milhões de endividados no Brasil * Crise Econômica * Falta de Educação Financeira da população * Surgimento de bancos e moedas digitais * Crescimento do interesse por investimentos
Pontos fracos	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Falta de profissional de psicologia * Pouca experiência atuando na área de educação financeira * Pouco capital inicial * Poucos cases de sucesso 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Excesso de conteúdo disponível de graça * Grande número de coaches e consultores financeiros no mercado * Falta de cultura em educação financeira * Desconhecimento por parte dos clientes

ANEXO 3 – Análise PEST

- Fatores Políticos

Não foi possível identificar nenhuma lei ou decreto que interfira no desenvolvimento das atividades da empresa no formato atual

- Fatores Econômicos

De acordo com uma pesquisa do Serasa Experian, a crise no cenário econômico e político, que perdurou nos últimos três anos no país, não teve impacto na nota de educação financeira dos brasileiros em 2017, ficando com nota média da população em 6,2 (na escala de 0 a 10). Apesar disso, houve um aumento tanto do número de pessoas inadimplentes quanto no de pessoas investidoras no último ano de 2018.

- Fatores Socioculturais

A cultura de parcelamentos e uso de cartões de créditos existente no Brasil, favorece o aumento das dívidas pessoais dos brasileiros e a inadimplência. É necessário trabalhar através da conscientização e comportamento para que as pessoas tenham melhores práticas de compras e utilização do dinheiro.

Além disso, o tabu de falar sobre dinheiro com familiares e amigos cria uma relação que, na maioria das vezes, não é saudável, fazendo com que hajam brigas, discussões e menor conhecimento sobre boas possibilidades de utilização e multiplicação desses recursos.

- Fatores Tecnológicos

O surgimento de bancos e moedas digitais nos últimos anos traz a tona a necessidade de adaptação das pessoas à utilização de ferramentas digitais para serviços e resolução de problemas do dia a dia.

ANEXO 4 - Pesquisa de Satisfação

Pesquisa de Satisfação

Obrigado pela sua participação em nosso evento!
Gostaríamos muito de te conhecer melhor e ouvir a sua opinião respondendo as perguntas abaixo.
Desta forma, poderemos fazer ainda melhor nas próximas edições! :)

*Obrigatório

1. Como você se define? *

- Mulher
- Homem
- Outro: _____

2. Qual sua idade? *

- Entre 17 e 24 anos
- Entre 25 e 32 anos
- Entre 33 e 40 anos
- Acima de 40 anos

3. O que te interessou quando soube do evento? *

Sua resposta _____

4. Qual formato você mais prefere participar? *

- Palestra (assistir/ouvir)
- Workshop (mão na massa)
- Curso (mais de 1 dia de atividades)
- Consultoria (atendimento individualizado)

5. Como você avalia a localização do evento? *

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo
- Outro: _____

6. Qual a sua expectativa antes do evento? *

Sua resposta

7. O conteúdo abordado foi interessante? *

Sendo 0 (zero) nada interessante e 5 (cinco) muito interessante

0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>					

8. Em geral como você avalia nosso evento? *

Excelente

Bom

Regular

Ruim

Outro: _____

9. Qual parte você mais gostou? E qual parte que você menos gostou? *

Conta pra gente!

Sua resposta

10. De 0 à 5, quanto você recomendaria este curso para outras pessoas? *

Sendo 0 (zero) não recomendaria e 5 (cinco) recomendaria muito!

0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>					

11. Qual a probabilidade de participar de eventos futuros? *

Sendo 0 (zero) sem chances e 5 (cinco) com certeza!

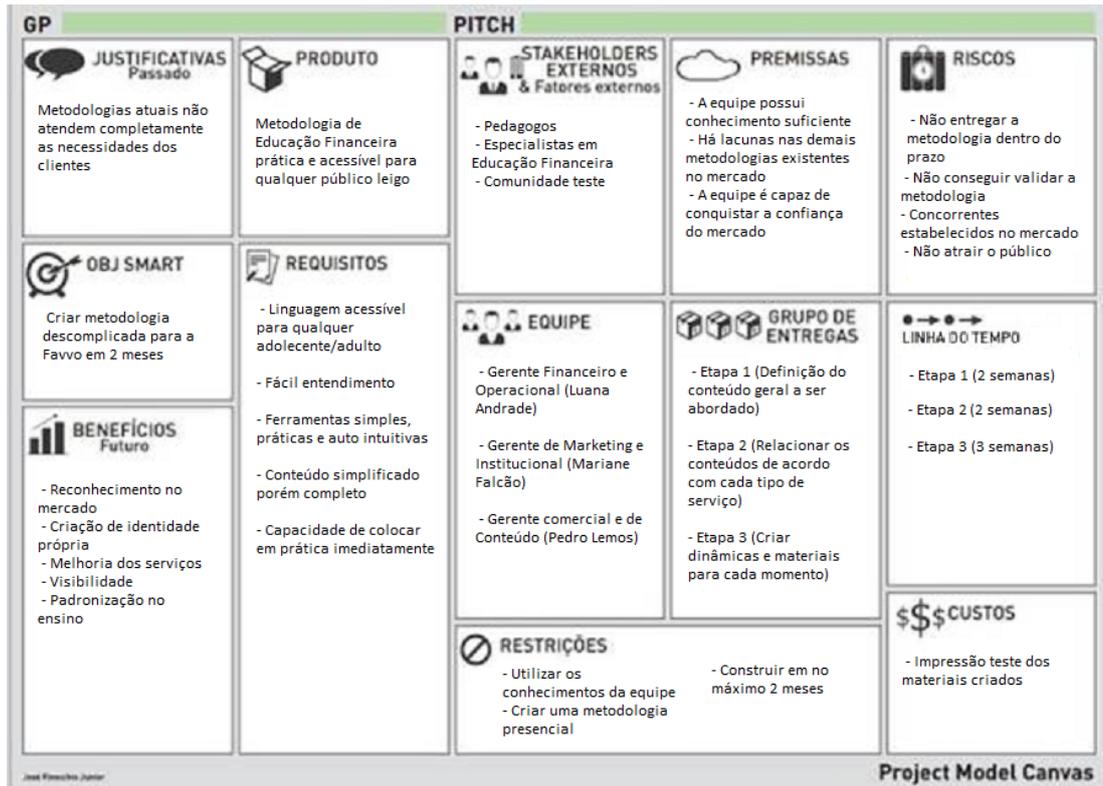
0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>					

12. Você tem alguma sugestão que gostaria de compartilhar? *

Sua resposta

ANEXO 5 - PM Canvas

O Project Management Canvas foi construído baseado no projeto de construção da metodologia da FAVVO que será utilizada em todos os serviços oferecidos pela empresa. Seu desenvolvimento foi iniciado em Janeiro, com previsão de finalizar todas as etapas em Fevereiro.



ANEXO 6 - Business Model Canvas

A ferramenta foi construída de acordo com um modelo de negócio para o primeiro ano de atuação da empresa, baseado nas práticas de mercado atuais existentes. A expectativa é que essa experiência fomente o surgimento de um novo modelo de negócio a partir do 2º de atuação.

Parcerias-chave <ul style="list-style-type: none"> * Clínicas e profissionais de psicologia * Coaches * Personal Organizer * Assessores de Investimentos * Empresas que promovam experiências diferenciadas 	Atividades-chave <ul style="list-style-type: none"> * Produção de Conteúdo * Divulgação * Atendimentos presenciais (cursos/mentorias) <hr/> Recursos-chave <ul style="list-style-type: none"> * Computador * Peças de divulgação * Campanha de Comunicação 	Oferta de valor <p>Democratizar a educação financeira, promover qualidade de vida e gerar impacto social abordando conceitos subjetivos (tratamento de crenças limitantes), por meio de palestras, cursos e mentorias que utilizam linguagem simplificada e atraente.</p>	Relacionamento <ul style="list-style-type: none"> *Lista de Transmissão no WhatsApp * E-mails mensais * Eventos semestrais com a rede de clientes <hr/> Canais <ul style="list-style-type: none"> * Palestras gratuitas * Venda Direta * Instagram * YouTube * WhatsApp * E-mail 	Segmentos de clientes <p>Pessoas que:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Querem mudar sua situação financeira atual (estão insatisfeitos) *Desejam obter tranquilidade financeira no futuro *Possuem sonhos que desejam realizar
Estrutura de custos <ul style="list-style-type: none"> * Marketing Digital * Tecnologia de informação (telefone, internet) * Aluguel de espaços para cursos * Material de escritório 		Fontes de receita <ul style="list-style-type: none"> * Palestras * Cursos * Mentoria Financeira 		

ANEXO 7 – Cartões de Visita

Frente:



Fundo:



ANEXO 9 – Planilha Financeira (Investimentos)

Investimentos

Favvo: Mês 1 - Mês 36

Ano 1												
Equipamentos e móveis de escritório	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Computadores												
Móveis												
Outros												
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ano 2												
Equipamentos e móveis de escritório	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Computadores	5.000,00											
Móveis												
Outros				500,00				500,00				
TOTAL	5.000,00	-	-	500,00	-	-	-	500,00	-	-	-	-
Ano 3												
Equipamentos e móveis de escritório	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Computadores		5.000,00										
Móveis												
Outros		500,00					500,00					
TOTAL	-	5.500,00	-	-	-	-	500,00	-	-	-	-	-

ANEXO 11 – Planilha Financeira (Custos)

Custos

Favv: Mês 1 - Mês 36

Custos de desenvolvimento e gestão do site	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Agência web (desenvolvimento e manutenção do website)						2.000,00	2.000,00					
Publicidade e promoções							200,00	-	200,00		200,00	-
Hospedagem do website						100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Brindes palestras	-	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Brindes cursos	-	-	-	-	500,00	-	-	500,00	-	500,00	-	-
Brindes terapias	-	200,00	200,00	200,00	200,00	-	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	-
Brindes palestras cooperativo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros serviços de terceiros						100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL	-	300,00	300,00	300,00	800,00	2.300,00	2.900,00	1.200,00	900,00	1.200,00	900,00	300,00
Custos de desenvolvimento e gestão do site	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Agência web (desenvolvimento e manutenção do website)	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Publicidade e promoções	200,00	-	200,00		200,00	-	200,00	-	200,00		200,00	-
Hospedagem do website	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Brindes palestras	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Brindes cursos	-	-	1.000,00	-	1.000,00	-	-	2.000,00	-	2.000,00	-	2.000,00
Brindes terapias	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	-	500,00	500,00	-	500,00	500,00	-
Brindes palestras cooperativo	-	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	-
Outros serviços de terceiros	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL	1.750,00	1.750,00	2.950,00	1.750,00	2.950,00	1.250,00	1.950,00	3.750,00	1.450,00	3.750,00	1.950,00	3.050,00
Custos de desenvolvimento e gestão do site	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Agência web (desenvolvimento e manutenção do website)	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Publicidade e promoções	200,00	-	200,00		200,00	-	200,00	-	200,00		200,00	-
Hospedagem do website	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Brindes palestras	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Brindes cursos	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	-	-	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Brindes terapias	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	-	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Brindes palestras cooperativo	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	-
Outros serviços de terceiros	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL	1.900,00	2.200,00	4.900,00	4.700,00	4.900,00	1.700,00	1.900,00	4.700,00	4.900,00	4.700,00	4.900,00	4.200,00

ANEXO 13 – Planilha Financeira (Resultados)

Ano 1

Resultados												
Favro: Mês 1 - Mês 36												
Receita	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Palestra	R\$ -	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 525,00								
Curso 1	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 3.200,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 4.000,00	R\$ -	R\$ 4.800,00	R\$ -
Curso 2	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Terapia Individual	R\$ -	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ -
Terapia Casal	R\$ -	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ -	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	R\$ -
Palestra Cooperativo	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Receita total bruta	R\$ -	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 4.600,00	R\$ 350,00	R\$ 2.625,00	R\$ 6.625,00	R\$ 2.625,00	R\$ 7.425,00	R\$ 2.625,00
Impostos sobre a receita bruta	R\$ -	R\$ 121,10	R\$ 121,10	R\$ 121,10	R\$ 397,90	R\$ 30,28	R\$ 227,06	R\$ 573,06	R\$ 227,06	R\$ 642,26	R\$ 227,06	R\$ 45,41
Receita líquida	R\$ -	R\$ 1.278,90	R\$ 1.278,90	R\$ 1.278,90	R\$ 4.202,10	R\$ 319,73	R\$ 2.397,94	R\$ 6.051,94	R\$ 2.397,94	R\$ 6.782,74	R\$ 2.397,94	R\$ 479,59
Custos	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 800,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.900,00	R\$ 1.200,00	R\$ 900,00	R\$ 1.200,00	R\$ 900,00	R\$ 300,00
Investimentos na infra-estrutura	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Despesas	R\$ 40,00	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 140,00	R\$ 760,00	R\$ 760,00	R\$ 760,00	R\$ 760,00	R\$ 760,00	R\$ 1.260,00
Funcionários	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Lucro Bruto	-R\$ 40,00	R\$ 888,90	R\$ 888,90	R\$ 838,90	R\$ 3.262,10	-R\$ 2.120,28	R\$ 2.762,06	R\$ 2.591,94	-R\$ 762,06	R\$ 3.322,74	-R\$ 762,06	-R\$ 2.580,41
IR	R\$ -	-R\$ 222,23	-R\$ 222,23	-R\$ 209,73	-R\$ 815,53	R\$ -	R\$ -	-R\$ 647,98	R\$ -	-R\$ 830,68	R\$ -	R\$ -
CSLL	R\$ -	-R\$ 80,00	-R\$ 80,00	-R\$ 75,50	-R\$ 293,59	R\$ -	R\$ -	-R\$ 233,27	R\$ -	-R\$ 299,05	R\$ -	R\$ -
Lucro Líquido	-R\$ 40,00	R\$ 586,67	R\$ 586,67	R\$ 553,67	R\$ 2.152,99	-R\$ 2.120,28	R\$ 2.762,06	R\$ 1.710,68	-R\$ 762,06	R\$ 2.193,01	-R\$ 762,06	R\$ 2.580,41
Caixa Acumulado [R\$]	R\$ (40,00)	R\$ 546,67	R\$ 1.133,35	R\$ 1.687,02	R\$ 3.840,01	R\$ 1.719,73	R\$ (1.042,33)	R\$ 668,35	R\$ (93,71)	R\$ 2.099,29	R\$ 1.337,23	R\$ (1.243,18)

Ano 2

Resultados												
Favro: Mês 1 - Mês 36												
Receita	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Palestra	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00										
Curso 1	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.400,00	R\$ -	R\$ 5.400,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.400,00	R\$ -	R\$ 5.400,00	R\$ -	R\$ 5.400,00
Curso 2	R\$ -	R\$ -	R\$ 4.500,00	R\$ -	R\$ 4.500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 4.500,00	R\$ -	R\$ 4.500,00	R\$ -	R\$ 4.500,00
Terapia Individual	R\$ 1.500,00	R\$ -	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ -	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ -				
Terapia Casal	R\$ 2.250,00	R\$ -	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ -	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ -				
Palestra Cooperativo	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ -									
Receita total bruta	R\$ 5.750,00	R\$ 6.550,00	R\$ 16.450,00	R\$ 6.550,00	R\$ 16.450,00	R\$ 2.800,00	R\$ 7.800,00	R\$ 20.400,00	R\$ 2.800,00	R\$ 20.400,00	R\$ 7.800,00	R\$ 14.600,00
Impostos sobre a receita bruta	R\$ 497,38	R\$ 566,58	R\$ 1.422,93	R\$ 566,58	R\$ 1.422,93	R\$ 242,20	R\$ 674,70	R\$ 1.764,60	R\$ 242,20	R\$ 1.764,60	R\$ 674,70	R\$ 1.262,90
Receita líquida	R\$ 5.252,63	R\$ 5.983,43	R\$ 15.027,08	R\$ 5.983,43	R\$ 15.027,08	R\$ 2.557,80	R\$ 7.125,30	R\$ 18.635,40	R\$ 2.557,80	R\$ 18.635,40	R\$ 7.125,30	R\$ 13.337,10
Custos	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00	R\$ 2.950,00	R\$ 1.750,00	R\$ 2.950,00	R\$ 1.250,00	R\$ 1.950,00	R\$ 3.750,00	R\$ 1.450,00	R\$ 3.750,00	R\$ 1.950,00	R\$ 3.050,00
Investimentos na infra-estrutura	R\$ 5.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Despesas	R\$ 1.550,00	R\$ 2.050,00	R\$ 1.550,00	R\$ 3.050,00								
Funcionários	R\$ 2.820,00	R\$ 4.320,00	R\$ 4.320,00									
Lucro Bruto	-R\$ 5.867,38	-R\$ 1.636,58	R\$ 6.207,08	-R\$ 2.136,58	R\$ 6.207,08	-R\$ 5.062,20	-R\$ 694,70	R\$ 8.515,40	-R\$ 4.762,20	R\$ 9.015,40	-R\$ 694,70	R\$ 2.917,10
IR	R\$ -	R\$ -	-R\$ 1.551,77	R\$ -	-R\$ 1.551,77	R\$ -	R\$ -	-R\$ 2.128,85	R\$ -	-R\$ 2.253,85	R\$ -	-R\$ 729,28
CSLL	R\$ -	R\$ -	-R\$ 558,64	R\$ -	-R\$ 558,64	R\$ -	R\$ -	-R\$ 766,39	R\$ -	-R\$ 811,39	R\$ -	-R\$ 262,54
Lucro Líquido	-R\$ 5.867,38	-R\$ 1.636,58	R\$ 4.096,67	-R\$ 2.136,58	R\$ 4.096,67	-R\$ 5.062,20	-R\$ 694,70	R\$ 5.620,16	-R\$ 4.762,20	R\$ 5.950,16	-R\$ 694,70	R\$ 1.925,29
Caixa Acumulado [R\$]	R\$ (7.110,56)	R\$ (8.747,13)	R\$ (4.650,46)	R\$ (6.787,04)	R\$ (2.690,37)	R\$ (7.752,57)	R\$ (8.447,27)	R\$ (2.827,10)	R\$ (7.589,30)	R\$ (1.639,14)	R\$ (2.333,84)	R\$ (408,55)

Ano 3

Resultados												
Favro: Mês 1 - Mês 36												
Receita	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Palestra	R\$ 7.500,00											
Curso 1	R\$ -	R\$ -	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 5.000,00
Curso 2	R\$ -	R\$ -	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 5.000,00
Terapia Individual	R\$ 3.750,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 3.750,00								
Terapia Casal	R\$ 5.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 5.000,00								
Palestra Cooperativo	R\$ -	R\$ 2.000,00	R\$ -									
Receita total bruta	R\$ 16.250,00	R\$ 18.250,00	R\$ 34.250,00	R\$ 34.250,00	R\$ 34.250,00	R\$ 9.500,00	R\$ 9.500,00	R\$ 34.250,00	R\$ 34.250,00	R\$ 34.250,00	R\$ 34.250,00	R\$ 26.250,00
Impostos sobre a receita bruta	R\$ 1.405,63	R\$ 1.578,63	R\$ 2.962,63	R\$ 2.962,63	R\$ 2.962,63	R\$ 821,75	R\$ 821,75	R\$ 2.962,63	R\$ 2.962,63	R\$ 2.962,63	R\$ 2.962,63	R\$ 2.270,63
Receita líquida	R\$ 14.844,38	R\$ 16.671,38	R\$ 31.287,38	R\$ 31.287,38	R\$ 31.287,38	R\$ 8.678,25	R\$ 8.678,25	R\$ 31.287,38	R\$ 31.287,38	R\$ 31.287,38	R\$ 31.287,38	R\$ 23.979,38
Custos	R\$ 1.900,00	R\$ 2.200,00	R\$ 4.900,00	R\$ 4.700,00	R\$ 4.900,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.900,00	R\$ 4.700,00	R\$ 4.900,00	R\$ 4.700,00	R\$ 4.900,00	R\$ 4.200,00
Investimentos na infra-estrutura	R\$ -	R\$ 5.500,00	R\$ -	R\$ 500,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
Despesas	R\$ 2.750,00	R\$ 2.250,00	R\$ 3.750,00									
Funcionários	R\$ 5.952,00											
Lucro Bruto	R\$ 4.242,38	R\$ 789,38	R\$ 18.185,38	R\$ 18.385,38	R\$ 18.185,38	-R\$ 1.223,75	-R\$ 1.923,75	R\$ 18.385,38	R\$ 18.185,38	R\$ 18.385,38	R\$ 18.185,38	R\$ 10.077,38
IR	-R\$ 1.060,59	-R\$ 192,34	-R\$ 4.546,34	-R\$ 4.596,34	-R\$ 4.546,34	R\$ -	R\$ -	-R\$ 4.596,34	-R\$ 4.546,34	-R\$ 4.596,34	-R\$ 4.546,34	-R\$ 2.519,34
CSLL	-R\$ 381,81	-R\$ 69,24	-R\$ 1.636,68	-R\$ 1.654,68	-R\$ 1.636,68	R\$ -	R\$ -	-R\$ 1.654,68	-R\$ 1.636,68	-R\$ 1.654,68	-R\$ 1.636,68	-R\$ 906,96
Lucro Líquido	R\$ 2.799,97	R\$ 507,79	R\$ 12.002,35	R\$ 12.134,35	R\$ 12.002,35	-R\$ 1.223,75	-R\$ 1.923,75	R\$ 12.134,35	R\$ 12.002,35	R\$ 12.134,35	R\$ 12.002,35	R\$ 6.651,07
Caixa Acumulado [R\$]	R\$ 2.391,41	R\$ 2.899,20	R\$ 14.901,55	R\$ 27.035,90	R\$ 39.038,24	R\$ 37.814,49	R\$ 35.890,74	R\$ 48.025,09	R\$ 60.027,44	R\$ 72.161,79	R\$ 84.164,13	R\$ 90.815,20