

**CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA
FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

**PRECIZZO – PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE PARA
MARKETPLACES**

**CARLOS EDUARDO FERRARI
VITOR CARNELLO JATOBÁ**

Marília, 2017

**CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA
FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

**PRECIZZO – PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE PARA
MARKETPLACES**

Relatório técnico apresentado ao
Centro Universitário Eurípides de
Marília como parte dos requisitos
necessários para a obtenção do
grau de Bacharel em Sistemas de
Informação
Orientador: Prof. Me. Fabio Piola
Navarro



CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA - UNIVEM
MANTIDO PELA FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"

BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO


Carlos Eduardo Ferrari

Precizzo - Precificação Inteligente para Marketplaces

Banca examinadora da monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação do UNIVEM/F.E.E.S.R., para obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Nota: 10 (Dez)

Orientador: Fabio Piola Navarro 

1º.Examinador:Giulianna Marega Marques 

2º.Examinador:Leandro Machado Tenorio 

Marília, 29 de novembro de 2017.



CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA - UNIVEM
MANTIDO PELA FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"


BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

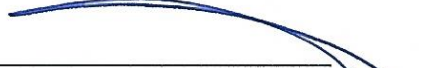
Vítor Carnello Jatobá


Precizzo - Precificação Inteligente para Marketplaces

Banca examinadora da monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação do UNIVEM/F.E.E.S.R., para obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Nota: 10 (Dez)

Orientador: Fabio Piola Navarro 

1º.Examinador:Giulianna Marega Marques 

2º.Examinador:Leandro Machado Tenorio 

Marília, 29 de novembro de 2017.

RESUMO

A comercialização de produtos e serviços através de meios eletrônicos, prática também conhecida como e-commerce, tem crescido de forma exponencial nos últimos anos. De acordo com pesquisa realizada pela PwC (Pricewaterhouse Coopers), uma das maiores prestadoras de serviços profissionais do mundo nas áreas de auditoria e consultoria, o principal fator responsável por esse crescimento é o preço, que tende a ser menor em lojas virtuais. Com isso, as empresas que já atuam no comércio eletrônico observam um aumento da concorrência, o que faz crescer a demanda por ferramentas que auxiliam no desenvolvimento de estratégias que têm como finalidade manter a competitividade de tais empresas no mercado. O objetivo deste trabalho é o desenvolvimento de uma ferramenta de precificação inteligente, através do monitoramento de produtos concorrentes e utilização de técnicas de inteligência artificial, que possibilitará às empresas que atuam no comércio eletrônico um melhor planejamento estratégico, uma visão mais ampla sobre seus respectivos segmentos de mercado e uma melhor tomada de decisão em assuntos que tenham o preço como parte do contexto.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico, Loja Virtual, Marketplace, Precificação, Precificação Inteligente.

ABSTRACT

The commercialization of products and services through electronic means, a practice also known as e-commerce, has grown exponentially in recent years. According to a survey conducted by PwC (Pricewaterhouse Coopers), one of the largest professional services providers in the world in the areas of auditing and consulting, the main factor responsible for this growth is price, which tends to be lower in virtual stores. As a result, companies that already operate in e-commerce observe an increase in competition, which increases the demand for tools that help in the development of strategies aimed at maintaining the competitiveness of these companies in the market. The objective of this work is the development of an intelligent pricing tool, through the monitoring of competitors and the use of artificial intelligence techniques, which will enable e-commerce companies to achieve better strategic planning, a broader view of their respective segments and a better decision making on matters that have the price as part of the context.

Keywords: Eletronic Commerce, E-Commerce, Virtual Store, Marketplace, Pricing, Intelligent Pricing, Smart Pricing.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Lista de Produtos	17
Figura 2 - Histórico do Produto (em forma de relatório)	18
Figura 3 - Histórico do Produto (em forma de gráficos)	19
Figura 4 - Pesquisa de Concorrentes	20
Figura 5 - Lista de Concorrentes Relacionados.....	21
Figura 6 - Preços sugeridos pela IA.....	23

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

API	Application Programming Interface
CRUD	Create Read Update Delete
CQRS	Command Query Responsibility Segregation
DDD	Domain-Driven Design
IA	Inteligência Artificial
MVP	Mínimo Produto Viável
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PWC	Pricewaterhouse Coopers
WTO	World Trade Organization

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	CONTEXTO	10
1.1.1	PRECIFICAÇÃO DINÂMICA E PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE	11
1.2	MOTIVAÇÃO.....	12
2.	DESENVOLVIMENTO	13
2.1	OBJETIVO GERAL.....	14
2.1.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
2.2	METODOLOGIA	15
2.3	PROCEDIMENTOS EXPERIMENTAIS.....	16
2.3.1	INTERFACES DE USUÁRIO	17
2.4	RESULTADOS	23
3.	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	25
	REFERÊNCIAS	26

1. INTRODUÇÃO

De acordo com o levantamento Total Retail Brasil 2016, realizado pela empresa de consultoria PwC e divulgado pelo jornal O GLOBO, o número de brasileiros que compram mensalmente em lojas virtuais, 38,2%, já é maior que o dos que consomem em lojas físicas, que contabilizam 30,9%. Segundo Ricardo Neves, sócio da PwC, o fator determinante para justificar esse cenário é o preço praticado pelas lojas virtuais, que, geralmente, é menor em relação às lojas físicas.

Outro dado abordado pela mesma pesquisa aponta que apenas 3,4% dos brasileiros nunca realizaram compras online, evidenciando que as lojas virtuais têm uma enorme abrangência de mercado, com o potencial de atingir a totalidade da população brasileira em um futuro não tão distante.

No ano de 2016, o Paypal encomendou uma pesquisa à agência de consultoria BigData Corp. intitulada “Perfil do E-commerce Brasileiro”, com o objetivo de apontar tendências do comércio eletrônico no país. De acordo com a pesquisa, que estava em sua segunda edição, há aproximadamente 10,5 milhões de sites no Brasil, dos quais 3,54%, ou seja, 371 mil são dedicados ao comércio eletrônico e, portanto, potencial clientes para o projeto proposto neste documento.

1.1 CONTEXTO

O termo “comércio eletrônico”, também conhecido como e-commerce, é entendido como a produção, distribuição, comercialização, venda ou entrega de bens e serviços através de meios eletrônicos (WORLD TRADE ORGANIZATION, 1998). A OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) define o comércio eletrônico como transações comerciais, envolvendo organizações e indivíduos, baseadas no processamento e transmissão de dados digitais, incluindo texto, sons e imagens, a partir de redes abertas, como a Internet.

De maneira geral, o comércio eletrônico se inicia através da criação de um website pela empresa que pretende oferecer seus produtos ou serviços online. Tais websites são

conhecidos como lojas virtuais, cujas vitrines são compostas por imagens, vídeos, textos informativos (descrição, preço, quantidade disponível, etc.) e quaisquer outros recursos que possam ser exibidos através de um dispositivo eletrônico, como um computador, notebook, tablet ou smartphone.

Outra forma de entrar na esfera do comércio eletrônico é através de um marketplace, como Mercado Livre, B2W e Cnova. A palavra marketplace é proveniente do idioma inglês, a partir da junção das palavras *market*, que significa “mercado”, e *place*, que significa “local”, ou seja, é um lugar onde acontecem transações comerciais, como um supermercado ou shopping-center. De acordo com a Academia UOL HOST, considerando especificamente o mundo virtual, marketplaces são plataformas onde vendedores oferecem seus produtos e serviços a potenciais compradores.

A grande vantagem de anunciar em um marketplace é a visibilidade. Como se trata de um local que reúne diversos produtos dos mais variados vendedores, a quantidade de acessos tende a ser maior que em uma loja virtual tradicional, fato que, geralmente, se converte em uma maior quantidade de vendas para a loja anunciante. A maior desvantagem é a necessidade de pagar uma comissão ao respectivo marketplace por cada venda realizada através de sua estrutura.

1.1.1 PRECIFICAÇÃO DINÂMICA E PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE

Com o propósito de compreender melhor o cenário das ferramentas de precificação existentes no mercado atualmente, precisamos antes salientar as diferenças entre precificação dinâmica e precificação inteligente.

De acordo com Fernando Toledo, em artigo publicado no site E-Commerce Brasil, em 2014, precificação dinâmica é baseada em dados da concorrência, sendo muito utilizada para equalizar a diferença de preços entre a loja que a aplica e os demais concorrentes. Este tipo de precificação apenas compara o preço da própria loja com o preço dos concorrentes, aplica a política interna de preços e sugere um novo preço, geralmente necessitando de algum tipo de interação humana para a aprovação.

Precificação inteligente, por sua vez, é mais complexa e exige um alto grau de

especialização de quem a oferece, pois é proativa, baseada em modelos estatísticos e algoritmos alimentados por informações internas e externas, como vendas, margem, custo, visitas e estoque, utilizando técnicas de Inteligência Artificial para aprender sobre o comportamento do mercado e fazer previsões com base na análise de um grande volume de dados.

1.2 MOTIVAÇÃO

A prática voltada para venda de produtos na internet, conhecida como comércio eletrônico, tem crescido de forma acentuada nos últimos anos, de acordo com os dados levantados pelas pesquisas citadas anteriormente, gerando cada vez mais competitividade e concorrência.

Quando se coloca algo à venda em uma loja virtual e, principalmente, em um marketplace, uma das maiores preocupações é saber se aquele produto se adequa aos preços praticados pelos concorrentes. Um vendedor pode ter milhares de produtos em seu portfólio e fazer o monitoramento da concorrência e a precificação de forma manual se torna praticamente impossível.

Tendo isso em vista, em um mercado que vem crescendo constantemente e se tornando cada vez mais concorrido, é essencial que as empresas busquem um diferencial competitivo para que possam se manter ativas na visão de seus clientes.

2. DESENVOLVIMENTO

Após a verificação de uma constante crescente do e-commerce nos últimos anos, boas perspectivas para o futuro, em conjunto com a carência de soluções desta natureza, iniciaram-se as pesquisas e estudos sobre metodologias escaláveis e tecnologias que se enquadrassem as nossas necessidades para que o projeto fosse viabilizado e as soluções apresentadas fossem entregues de maneira eficiente e funcional. A partir disso, foi definido um escopo que consistiria em nosso MVP. O desenvolvimento do projeto foi elaborado e guiado pelo mesmo.

No tocante ao padrão arquitetural da aplicação, desenvolvemos o sistema utilizando uma abordagem de modelagem de software denominada *DDD* (Domain-Driven Design), que é definida através de um conjunto de práticas e padrões para implementação de regras complexas voltadas ao negócio. “O *DDD* nos fornece ferramentas de modelagem estratégica e tática para ajudar a projetar software de alta qualidade que atenda aos nossos objetivos de negócios” (BUENOSVINOS; SORONELLAS; AKBARY, 2016).

Com intuito de aumentar a disponibilidade da aplicação e torna-la escalável, foi utilizado um padrão denominado *CQRS* (Command Query Responsibility Segregation), cuja função é separar as responsabilidades de escrita (*commands*) e leitura (*queries*) em dois modelos de domínio distintos ao invés de um único modelo, como é realizado na grande maioria dos sistemas atuais, que utilizam o padrão *CRUD* (Create Read Update Delete). O *CQRS* permite separar a carga entre as operações de leitura e escrita, possibilitando escalar cada uma de forma independente, de acordo com a necessidade do sistema (MARTIN FOWLER, 2011). Através da implementação deste padrão obtivemos um melhor desempenho dos fluxos e processos realizados pelo sistema.

Aliamos essas metodologias de desenvolvimento a uma linguagem de consulta de API's baseada em grafos, desenvolvida e publicada, respectivamente, em 2012 e 2015 pelo Facebook e denominada *GraphQL*. Para o front-end foi utilizado o Vue.js 2, que é um framework extremamente rápido e compacto, autodenominado O Framework JavaScript Progressivo, pois foi pensado para *PWA's* (Progressive Web Applications), ou Aplicações Web Progressivas, que oferecem ao usuário a mesma experiência de um aplicativo nativo, porém são desenvolvidas da mesma forma que uma aplicação web tradicional. Essa tendência

norteou todo o desenvolvimento do projeto proposto neste documento.

Para desenvolvimento do módulo de precificação foi utilizada uma biblioteca de *machine learning* denominada *Accord.NET*, totalmente desenvolvida sobre a plataforma *.NET/C#*, que é a mesma utilizada em todas as camadas do back-end deste projeto. Da referida biblioteca, mais especificamente, foi selecionado um algoritmo de Regressão Logística, para realização do processamento e aprendizagem através dos dados obtidos pela coleta do histórico de cada produto. Neste MVP, as variáveis utilizadas foram a quantidade de visitas e a quantidade vendida, obtendo o preço como *output*. Em versões futuras, pretende-se incluir outras variáveis, como o *markup* desejado.

2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo deste trabalho é oferecer uma plataforma robusta, funcional, intuitiva e escalável que proporcione agilidade no monitoramento de produtos e concorrentes para lojas virtuais que comercializam seus produtos através de marketplaces, reduzindo assim o tempo gasto para realização dessas tarefas e que proporcione apoio à tomada de decisão na prospecção de preços, funcionalidade essa desenvolvida utilizando técnicas de inteligência artificial e que considera também informações coletadas pelo sistema sobre comportamento do produto, além de realizar análise e armazenamento dos dados da concorrência e informações internas, como políticas de preços, por exemplo, como fatores para prospecção.

2.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos deste projeto são compostos pelas tratativas e entendimento do negócio voltado a aplicação, sendo eles:

- Compreender modelos e fluxos de lojas virtuais e marketplaces.
- Pesquisar as ferramentas que já são utilizadas neste cenário e como funcionam.
- Identificar as principais variáveis que são levadas em consideração na precificação de produtos.
- Desenvolver módulo capaz de extrair dados dos concorrentes e armazená-los.

- Desenvolver módulo que irá analisar os dados coletados, processar as informações necessárias e realizar a precificação.
- Desenvolver interface de usuário intuitiva, com gráficos e relatórios analíticos.

2.2 METODOLOGIA

O projeto foi elaborado com base em pesquisas sobre o comércio eletrônico em geral, lojas virtuais e marketplaces, para o dimensionamento do mercado-alvo e viabilidade do projeto.

Após a verificação de que o mercado em questão vem crescendo constantemente nos últimos anos e apresenta boas perspectivas para o futuro, em conjunto com a carência de oferta de soluções desta natureza, iniciam-se as pesquisas e estudos sobre as tecnologias disponíveis para que o projeto fosse viabilizado.

O desenvolvimento é iniciado após as primeiras pesquisas, onde foi decidido que seria utilizado o que há de mais moderno na esfera do desenvolvimento de software, tanto na parte de tecnologias quanto de metodologias. Entre as tecnologias escolhidas estão a plataforma *.NET Core 2*, *Vue.js 2* e *GraphQL*. Em relação às metodologias, podemos citar *DDD*, *CQRS* e a aplicação de diversos Padrões de Projetos (*Design Patterns*).

A primeira fase do desenvolvimento engloba a criação dos modelos do domínio e esquema do banco de dados, através de um método denominado *Code First* ou Código Primeiro, que consiste na definição dos modelos, incluindo suas classes e propriedades, em primeiro lugar para, a partir deles, gerar uma *Migration* ou Migração, que através de uma ferramenta automatizada do próprio framework dará origem ao esquema do banco de dados, assegurando que a relação entre modelo e esquema esteja permanentemente consistente.

Na segunda fase do desenvolvimento são definidos os modelos de leitura e escrita, como parte da implementação do *CQRS*, assim como toda a estrutura necessária para dar suporte a essa metodologia. Nesta fase também são desenvolvidos os repositórios genéricos, que são responsáveis pelas operações de leitura e escrita no banco dados e utilizados pelos modelos referidos anteriormente.

A terceira fase do desenvolvimento é onde ocorre a criação das API's *GraphQL*, que são responsáveis por disponibilizar os modelos de leitura para o front-end e receber requisições de alteração de estado, através dos modelos de escrita.

O desenvolvimento do front-end, que é a camada visível ao usuário através de interfaces gráficas, é iniciado após a conclusão da fase anterior. É a última fase do processo de desenvolvimento, onde são criadas as telas e seus elementos, como menus, gráficos, relatórios, notificações, entre outros.

Os testes são iniciados logo após a finalização do desenvolvimento do MVP. Nesta fase, cria-se uma loja virtual fictícia e inicia-se a coleta de dados para posterior análise e processamento, gerando os resultados apurados.

2.3 PROCEDIMENTOS EXPERIMENTAIS

Encontramos como melhor alternativa para execução de procedimentos experimentais, a criação de uma loja virtual fictícia na plataforma Mercado Livre no ramo de eletrônicos em geral. O processo de criação de produtos foi feito em menor quantidade do que uma loja real, aproximadamente vinte, e envolveu preços e características fidedignas a produtos verdadeiros. Todos os produtos foram criados com base em informações de produtos reais de outras lojas para que pudéssemos chegar o mais próximo possível de um ambiente real. Para que não houvesse comercialização real destes produtos simulados, os respectivos anúncios foram criados, porém deixados com o status pausado, para que nenhum usuário pudesse efetuar a compra sobre eles.

Pelo fato de não podermos comercializar os produtos e deixá-los inativos por não possuímos estoque físico, evitando uma venda de um produto fictício e constrangimento tanto para nós quanto para quem deu o lance, foi necessário simular alguns valores ao gravar o histórico destes produtos, como a quantidade vendida e quantidade de visitas.

Foi feito um monitoramento destes valores referentes aos respectivos produtos reais nos quais os nossos produtos fictícios foram baseados, durante um período de 90 (noventa) dias. Sobre a média obtida neste período, ao gravar o histórico de nossos produtos, foi incluído um fator aleatório de até 100% (cem por cento) para mais ou para menos em cada registro, simulando uma variação natural em anúncio de *marketplace*.

O relacionamento de produtos concorrentes é feito de forma manual, através de uma tela em que é exibido o resultado de uma pesquisa real no Mercado Livre, onde o usuário observa as características de cada produto obtido e define se é um concorrente clicando em um botão, de forma bastante intuitiva.

2.3.1 INTERFACES DE USUÁRIO

A Figura 1 ilustra a tela onde são exibidos os produtos da loja anunciados no Mercado Livre, com diversas opções de filtros e ordenação para facilitar o acompanhamento do analista.

Na coluna “Preço” é exibido o preço do produto na linha superior, seguido pela quantidade de concorrentes com que ele está relacionado e a situação em que se encontra (ganhando, perdendo ou empatado) perante o preço destes concorrentes. Nas duas linhas seguintes, são exibidos o menor e o maior preço entre os concorrentes relacionados, respectivamente. Um produto está ganhando se o seu preço é menor que o menor preço concorrente; perdendo se seu preço é maior que o menor preço concorrente; e empatado se for igual.

A coluna “Extra” mostra outras informações sobre o produto, como a quantidade de vendas, a quantidade disponível, o status e se o produto possui frete grátis.

Figura 1 - Lista de Produtos

Miniatura	Id	Título / Categoria / Marca	Preço	Extra	Ações
	Mercado Livre MLB927569700 Precizzo 100016	Apple Macbook Air Mqd32ll/a i5-1.8/8/128ssd/13' 2017 Lacrado Categoria: Notebook Marca: Apple	3.769,62 (15) Perdendo de 3.769,00 até 5.300,00	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr: S	
	Mercado Livre MLB927567634 Precizzo 100018	Fonte Atx 500w Reais Gamer Super Silenciosa Para Pc Bivolt Categoria: Fonte Marca: Knup	79,99 (7) Ganhando de 95,00 até 169,99	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr: N	
	Mercado Livre MLB927566814 Precizzo 100020	Gabinete Gamer Bluecase Bg-024 2 Baías Usb 3,0 S/fonte Categoria: Gabinete Marca: Bluecase	225,00 (5) Empatado de 225,00 até 269,56	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr: S	
	Mercado Livre MLB927572870 Precizzo 100013	Hd Seagate Desktop 2tb 2000gb 64mb Sata 3 6gb/s 7200rpm Categoria: HD Marca: Seagate	309,99 (13) Perdendo de 299,99 até 437,80	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr: N	
	Mercado Livre MLB927575944 Precizzo 100008	Hd Seagate Video 1 Tb Para Desktop Dvr Novo Com Garantia Categoria: HD Marca: Seagate	179,90 (4) Ganhando de 189,99 até 265,56	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr: N	

Fonte: captura de tela da plataforma Precizzo

A Figura 2 apresenta a interface onde é exibido o histórico do produto, podendo ser tanto de um produto interno quanto de um concorrente. Na parte superior temos as informações do respectivo produto. Logo abaixo temos duas abas, onde o usuário pode escolher em que forma (relatório ou gráfico) pretende visualizar o histórico.

Na forma de relatório são exibidas informações analíticas sobre o produto, obtidas através de um robô que consulta as API's do Mercado Livre diariamente e grava o resultado em um banco de dados interno. A frequência desse procedimento pode ser alterada e será oferecida à loja como um parâmetro configurável. Podemos observar que para o preço e vendas, temos duas colunas extras, “Diferença” e “Variação”, que comparam o valor do período atual com o valor do período anterior, representando, respectivamente, a diferença absoluta e a diferença percentual.

O usuário pode escolher quantos dias anteriores deseja para visualização do histórico, através de um *select* na parte superior direita da tela.

Figura 2 - Histórico do Produto (em forma de relatório)

The screenshot displays the 'Histórico do Produto' (Product History) page on the Precizzo platform. The page is for a product titled 'Fonte Atx 500w Reais Gamer Super Silenciosa Para Pc Bivolt'. The interface includes a sidebar with navigation options, a top navigation bar, and a main content area with a product summary and a detailed data table.

Product Summary:

- Miniatura:**
- Id:** Mercado Livre MLB927567634, Precizzo 100018
- Título / Categoria / Marca:** Fonte Atx 500w Reais Gamer Super Silenciosa Para Pc Bivolt, Categoria, Fonte, Marca Knup
- Preço:** 79,99 (7) **Ganhando** de 95,00 até 169,99
- Extra:** Vendas: 0, Dispon.: 1, Status: P, Frete Gr: N
- Ações:**

Registros (Relatório):

Nº	Preço (Mín: 79,90 / Máx: 94,41)			Vendas (Total no período: 107)			Visitas (467)	Frete Grátis	Data
	Valor	Diferença	Variação	Quantidade	Diferença	Variação			
15	79,90	0,00	0,00%	13	1	8,33%	39	SIM	16/11/2017
14	79,90	-8,68	-9,80%	12	7	140,00%	39	SIM	15/11/2017
13	88,58	0,00	0,00%	5	4	400,00%	26	SIM	14/11/2017
12	88,58	0,00	0,00%	1	-9	-90,00%	5	NÃO	13/11/2017
11	88,58	0,00	0,00%	10	-2	-16,67%	35	NÃO	12/11/2017
10	88,58	0,00	0,00%	12	4	50,00%	38	NÃO	11/11/2017
9	88,58	0,00	0,00%	8	7	700,00%	43	NÃO	10/11/2017
8	88,58	0,00	0,00%	1	-1	-50,00%	48	SIM	09/11/2017
7	88,58	0,00	0,00%	2	-1	-33,33%	42	SIM	08/11/2017
6	88,58	4,07	4,82%	3	-8	-72,73%	19	SIM	07/11/2017
5	84,51	0,00	0,00%	11	5	83,33%	25	SIM	06/11/2017
4	84,51	0,00	0,00%	6	-5	-45,45%	23	SIM	05/11/2017
3	84,51	0,00	0,00%	11	10	1.000,00%	15	SIM	04/11/2017

Fonte: captura de tela da plataforma Precizzo

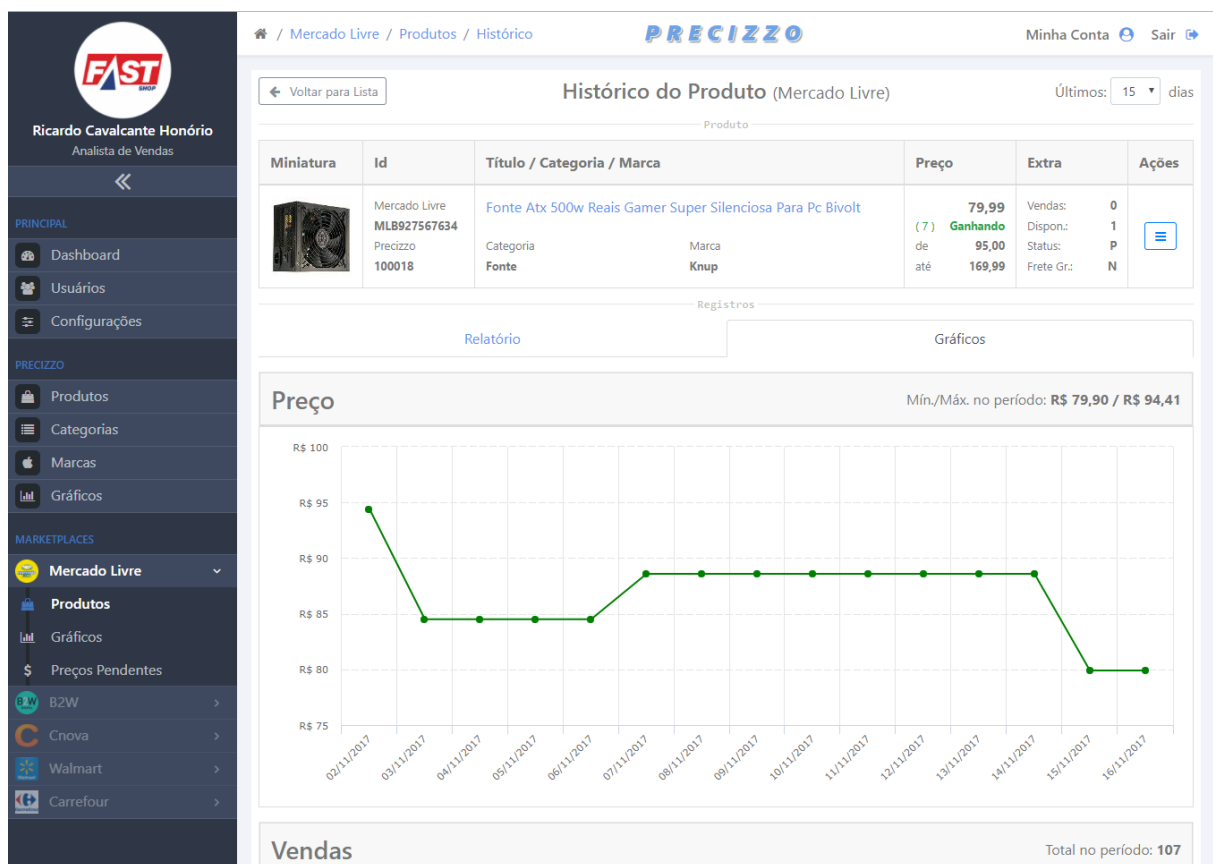
O histórico em forma de gráfico, exibido na Figura 3, facilita a visualização do comportamento de uma variável do produto em determinado período de tempo. Para o MVP foram desenvolvidos três gráficos: preço, vendas e quantidade de visitas.

Passando o mouse em um ponto específico de cada gráfico, são exibidas informações detalhadas sobre o registro, da mesma forma que aparecem no relatório, entre elas, diferenças absolutas e percentuais com relação ao registro anterior, para uma análise mais crítica por parte do usuário.

O eixo X do gráfico é representado por cada intervalo de período, neste caso, um dia, pois o histórico foi coletado diariamente durante os testes do MVP.

O eixo Y exibe o intervalo de valores no qual o histórico apresentado se enquadra, onde os valores mínimo e máximo são ajustados automaticamente para melhor visualização da representação gráfica.

Figura 3 - Histórico do Produto (em forma de gráficos)



Fonte: captura de tela da plataforma Precizzo

A Figura 4, referente à tela de pesquisa de concorrentes, novamente mostra o produto na parte superior, e, logo abaixo, pode ser observada uma barra de pesquisas, que é automaticamente preenchida com o título do produto.

Ao clicar no botão “Pesquisar”, realiza-se uma consulta no Mercado Livre e o resultado é exibido na sequência.

Na última coluna, nomeada “Ações”, de cada produto obtido através da consulta há um botão que, ao ser clicado, relaciona o respectivo produto concorrente ao produto interno, exibido na parte superior. Após ser relacionado, o produto concorrente passa a ser monitorado automaticamente pelo módulo de coleta de histórico. Clicando novamente no botão, o relacionamento é removido e o produto deixa de ser monitorado, caso não esteja relacionado a nenhum outro produto interno.

Na coluna “Preço”, é exibido o preço do produto concorrente e a situação do produto interno em relação a este concorrente.

Figura 4 - Pesquisa de Concorrentes

The screenshot displays the 'Pesquisar Concorrentes (Mercado Livre)' interface. At the top, there's a navigation bar with 'Mercado Livre / Produtos / Concorrentes' and the 'PRECIZZO' logo. Below this, a search bar contains the product name 'Hd Seagate Video 1 Tb Para Desktop Dvr Novo Com Garantia'. A table below the search bar shows the search results. The table has columns for 'Miniatura', 'Id', 'Título / Cidade / Estado', 'Preço', 'Extra', and 'Ações'. The results include details for various Seagate hard drives, such as 'Hd Seagate Video 1 Tb Desktop Dvr Novo St1000vm002' with a price of 149,90 (Perdendo) and 'Hd Seagate 1tb Sata P/ Desktop Dvr Computador Pc 5900rpm' with a price of 199,47 (Ganhando).

Miniatura	Id	Título / Cidade / Estado	Preço	Extra	Ações
	Mercado Livre MLB927575944 Precizzo 100008	Hd Seagate Video 1 Tb Para Desktop Dvr Novo Com Garantia Categoria: HD Marca: Seagate	179,90 (4) Ganhando de 189,99 até 265,56	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr.: N	
	Mercado Livre MLB932993296 Vendedor 154599084	Hd Seagate Video 1 Tb Desktop Dvr Novo St1000vm002 Cidade: São Caetano do Sul Estado: São Paulo	149,90 Perdendo	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: A Frete Gr.: S	
	Mercado Livre MLB899166979 Vendedor 160839720	Hd Seagate 1tb Sata P/ Desktop Dvr Computador Pc 5900rpm , Cidade: São João de Meriti Estado: Rio de Janeiro	199,47 Ganhando	Vendas: 1 Dispon.: 2 Status: A Frete Gr.: S	
	Mercado Livre MLB899169406 Vendedor 160839720	Hd Seagate 1tb Sata 5900rpm P/ Desktop Dvr Computador Pc . Cidade: São João de Meriti Estado: Rio de Janeiro	219,47 Ganhando	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: A Frete Gr.: S	
	Mercado Livre MLB834877592 Vendedor 189454803	Hd Seagate 1tb Barracuda 7200rpm P/ Pc Desktop E Dvr Novo Cidade: São Paulo Estado: São Paulo	280,68 Ganhando	Vendas: 0 Dispon.: 2 Status: A Frete Gr.: S	

Fonte: captura de tela da plataforma Precizzo

A listagem de concorrentes relacionados, conforme a Figura 5, exibe os produtos concorrentes que foram marcados através da pesquisa mencionada na figura anterior. A ordenação é realizada de forma crescente pelo preço, facilitando a visualização dos concorrentes de menor preço e, conseqüentemente, com maior potencial de vendas.

Assim como nos produtos internos, são exibidas informações relevantes sobre o produto concorrente, como quantidade vendida, quantidade disponível, localização (cidade e estado) e se possui frete grátis ou não.

Através do botão de menu, é possível desfazer o relacionamento, caso o usuário acredite que tenha sido feito por engano, ou navegar para a página de histórico, que contempla tanto os produtos internos quanto os concorrentes.

Produtos concorrentes que tenham sido pausados ou finalizados serão automaticamente removidos do banco de dados através do módulo de atualização de produtos e, conseqüentemente, desta exibição.

Figura 5 - Lista de Concorrentes Relacionados

The screenshot displays the Precizzo platform interface. On the left is a sidebar with navigation options like 'Dashboard', 'Usuários', 'Configurações', 'Produtos', 'Categorias', 'Marcas', 'Gráficos', and 'Mercado Livre'. The main content area shows a list of related competitors for a Seagate hard drive. The list is organized into two sections: 'Concorrentes Relacionados (Mercado Livre)' and 'Registros'.

Miniatura	Id	Título / Categoria / Marca	Preço	Extra	Ações
	Mercado Livre MLB927575944 Precizzo 100008	Hd Seagate Video 1 Tb Para Desktop Dvr Novo Com Garantia Categoria: HD Marca: Seagate	179,90 (4) Ganhando de 189,99 até 265,56	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: P Frete Gr: N	
Registros					
Miniatura	Id	Título / Cidade / Estado	Preço	Extra	Ações
	Mercado Livre MLB928779121 Vendedor 32961217	Hd 500gb Sata 3gb/s Seagate Dvr Desktop Novo Cidade: Curitiba Estado: PR	189,99 Ganhando	Vendas: 0 Dispon.: 5 Status: A Frete Gr: S	
	Mercado Livre MLB899166979 Vendedor 160839720	Hd Seagate 1tb Sata P/ Desktop Dvr Computador Pc 5900rpm , Cidade: São João de Meriti Estado: RJ	199,47 Ganhando	Vendas: 1 Dispon.: 2 Status: A Frete Gr: S	
	Mercado Livre MLB899169406 Vendedor 160839720	Hd Seagate 1tb Sata 5900rpm P/ Desktop Dvr Computador Pc . Cidade: São João de Meriti Estado: RJ	219,47 Ganhando	Vendas: 0 Dispon.: 1 Status: A Frete Gr: S	
	Mercado Livre MLB834870570 Vendedor 189454803	Hd Seagate 1tb Barracuda 7200rpm P/ Pc Desktop E Dvr Novo Cidade: São Paulo Estado: SP	265,56 Ganhando	Vendas: 0 Dispon.: 2 Status: A Frete Gr: S	

© 2017 Precizzo. Todos os direitos reservados. [Voltar ao Topo](#)

Fonte: captura de tela da plataforma Precizzo

A Figura 6 mostra a tela de preços sugeridos, resultantes do processamento do algoritmo de Inteligência Artificial, que levou em consideração as variáveis “quantidade vendida”, “quantidade de visitas” e “preço”, onde o usuário tem acesso a uma lista de alterações que requer uma interação final do usuário, que pode aprovar ou reprová-la respectiva alteração. Caso aprovada, o preço sugerido é replicado imediatamente para o Mercado Livre, que demora alguns segundos para exibi-lo na página do anúncio, pois trabalha com um sistema de filas devido ao grande volume de solicitações desse tipo que recebe a cada instante.

Em cada alteração são exibidas informações do produto como código, título e preço atual, e também informações geradas pelo processamento do algoritmo de IA, como preço sugerido, diferença absoluta e diferença percentual em relação ao preço atual. Tais informações têm o propósito de facilitar a tomada de decisão do usuário, que geralmente será um analista de vendas, sobre aprovar ou não determinada alteração de preço.

A coluna “Status” exibe a situação atual da alteração, que pode ser:

- **Pendente:** ainda não obteve nenhuma interação do usuário
- **Aprovado:** foi aprovado pelo usuário e finalizado
- **Reprovado:** foi reprovado pelo usuário e finalizado
- **Ignorado:** quando existe uma alteração pendente para determinado produto e é gerada uma nova alteração. A nova passa a ser considerada pendente, enquanto a antiga é ignorada, evitando uma alteração dupla de preços

Figura 6 - Preços sugeridos pela IA

Id	Título / Detalhes Pendência	Status	Data	Ações
Mercado Livre MLB927566814 Precizzo 100020	Gabinete Gamer Bluecase Bg-024 2 Baías Usb 3,0 S/fonte Preço Atual: 225,00 Preço Sugerido: 210,62 Diferença (Abs.): -14,38 Diferença (%): -6,39%	Pendente	16/11/2017 22:54:16	Aprovar Reprovar
Mercado Livre MLB927567634 Precizzo 100018	Fonte Atx 500w Reais Gamer Super Silenciosa Para Pc Bivolt Preço Atual: 79,99 Preço Sugerido: 100,18 Diferença (Abs.): +20,19 Diferença (%): +25,24%	Pendente	16/11/2017 22:54:16	Aprovar Reprovar
Mercado Livre MLB927569700 Precizzo 100016	Apple Macbook Air Mqd32ll/a I5-1.8/8/128ssd/13" 2017 Lacrado Preço Atual: 3.769,62 Preço Sugerido: 3.467,61 Diferença (Abs.): -302,01 Diferença (%): -8,01%	Pendente	16/11/2017 22:54:16	Aprovar Reprovar
Mercado Livre MLB927572870 Precizzo 100013	Hd Seagate Desktop 2tb 2000gb 64mb Sata 3 6gb/s 7200rpm Preço Atual: 309,99 Preço Sugerido: 277,46 Diferença (Abs.): -32,53 Diferença (%): -10,49%	Pendente	16/11/2017 22:54:16	Aprovar Reprovar
Mercado Livre MLB927575944 Precizzo 100008	Hd Seagate Video 1 Tb Para Desktop Dvr Novo Com Garantia Preço Atual: 179,90 Preço Sugerido: 168,15 Diferença (Abs.): -11,75 Diferença (%): -6,53%	Pendente	16/11/2017 22:54:16	Aprovar Reprovar
Mercado Livre MLB927566814 Precizzo 100020	Gabinete Gamer Bluecase Bg-024 2 Baías Usb 3,0 S/fonte Preço Atual: 225,00 Preço Sugerido: 236,94 Diferença (Abs.): +11,94 Diferença (%): +5,31%	Ignorado	16/11/2017 22:53:02	Aprovar Reprovar
Mercado Livre MLB927567634 Precizzo	Fonte Atx 500w Reais Gamer Super Silenciosa Para Pc Bivolt Preço Atual: 79,99 Preço Sugerido: 100,18 Diferença (Abs.): +20,19 Diferença (%): +25,24%	Ignorado	16/11/2017 22:53:02	Aprovar Reprovar

Fonte: captura de tela da plataforma Precizzo

2.4 RESULTADOS

Comprovamos a eficácia e obtivemos resultados através da criação de uma loja virtual no Mercado Livre para execução de testes. As funcionalidades englobadas no MVP da aplicação realizaram com excelência aquilo que se propõem a fazer durante execução de testes e simulação do funcionamento da loja e situações a análise e tomada de decisão. Destacamos com notoriedade o ganho de tempo e precisão voltado ao estudo variável do preço de determinado produto no passado e previsão deste no futuro, funcionalidade cujo desenvolvimento foi feito utilizando técnicas de inteligência artificial.

Pelo fato de a loja virtual ser fictícia, sendo criada apenas para testar os resultados das metodologias aplicadas no projeto, não foi possível verificar os efeitos reais sobre as vendas, pois os anúncios ficaram pausados durante o período de testes. No entanto, pudemos verificar que a maior parte dos produtos obteve uma redução no preço, fazendo com que seus

respectivos *status* passassem de “perdendo” para “ganhando”, que significa que o preço está abaixo dos observados nos concorrentes, e isso certamente implicaria em um aumento no número de vendas em um ambiente real. Em outros casos, o produto já estava ganhando e se manteve assim mesmo após um aumento sugerido de preço, resultando em uma maior lucratividade.

3. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Obtivemos resultados satisfatórios com este trabalho, os quais levaremos como aprendizado para o futuro, sendo o principal deles retratado através de efeitos observados após uso da aplicação com uma loja virtual fictícia, simulando um caso real. Obtivemos também, conclusões próprias que foram tomadas pelos próprios desenvolvedores que virão a ser implementadas nas próximas versões do projeto, sendo a principal, desenvolvimento de uma versão mobile para a aplicação, permitindo uso mais efetivo e rápido, principalmente por usuários do tipo pessoa física. A versão destinada a usuários do tipo pessoa física também entrará em um escopo de desenvolvimento futuro.

Concluimos também, através de feedback de pessoas que puderam visualizar o funcionamento da plataforma no balcão de projetos, realizado na UNIVEM no dia 10/11/2017 que 90% dos mesmos utilizariam a plataforma assim que ela fosse disponibilizada em uma versão para pessoas físicas, cuja contará com quantidade limitada de funcionalidades e será de uso gratuito.

Com isso, temos uma clara necessidade e oportunidade de continuação do desenvolvimento do projeto, abrangendo nosso público e proporcionando maior quantidade de ferramentas e funcionalidades.

REFERÊNCIAS

ABNT (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS) (1989), “NBR 10719: apresentação de relatórios técnico-científicos”. Rio de Janeiro, 1989. 9 p.

AGRESTI ALAN. (2002), “Categorical Data Analysis”. [S.l.]: Nova Iorque: Wiley-Interscience. ISBN 0-471-36093-7

BIGDATA CORP.; PAYPAL BRASIL (2016), “Perfil do E-Commerce Brasileiro 2016”. Disponível em: <<https://www.bigdatacorp.info/single-post/2016/04/11/Perfil-do-E-Commerce-Brasileiro-2016>>. Acesso em 20 ago. 2017

BUENOSVINOS, C.; SORONELLAS, C.; AKBARY, K (2016), “Domain-Driven Design in PHP: Real examples written in PHP showcasing DDD Architectural Styles, Tactical Design, and Bounded Context Integration”. [S.l.: s.n.], ISBN 9780994608413

FERNANDO TOLEDO (2014), “Diferenças entre precificação dinâmica e precificação inteligente”. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/diferencas-entre-precificacao-dinamica-e-precificacao-inteligente>>. Acesso em 21 ago. 2017

MARTIN FOWLER (2011), “CQRS”. Disponível em: <<https://martinfowler.com/bliki/CQRS.html>>. Acesso em 7 set. 2017

OECD (ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT) (1997), “Measuring Electronic Commerce”. Disponível em: <<https://www.oecd.org/sti/2093249.pdf>>. Acesso em 20 ago. 2017

PWC (PRICEWATERHOUSECOOPERS) (2016), “Total Retail Brasil 2016”. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/setores-de-atividade/varejo-e-consumo/assets/2016/total_retail_16_brasil.pdf>. Acesso em 17 ago. 2017

WTO (WORLD TRADE ORGANIZATION) (1998), “Work programme on electronic commerce”. Disponível em <<https://docsonline.wto.org/dol2fe/Pages/FormerScriptedSearch/directdoc.aspx?DDFDocuments/t/WT/L/274.doc>> . Acesso em 18 ago. 2017

Precizzo

Elaborado por: Vitor Carnello

Data criação: 18/05/2017 08:43

Data Modificação: 30/11/2017 20:54

Tipo Empresa: Estudantil

- 1 - Sumário Executivo
 - 1.1 - Resumo
 - 1.2 - Dados dos empreendedores
 - 1.3 - Missão da empresa
 - 1.4 - Setores de atividade
 - 1.5 - Forma jurídica
 - 1.6 - Enquadramento tributário
 - Âmbito federal
 - 1.7 - Capital social
 - 1.8 - Fonte de recursos
- 2 - Análise de mercado
 - 2.1 - Estudo dos clientes
 - 2.2 - Estudo dos concorrentes
 - 2.3 - Estudo dos fornecedores
- 3 - Plano de marketing
 - 3.1 - Produtos e serviços
 - 3.2 - Preço
 - 3.3 - Estratégias promocionais
 - 3.4 - Estrutura de comercialização
 - 3.5 - Localização do negócio
- 4 - Plano operacional
 - 4.1 - Leiaute
 - 4.2 - Capacidade instalada
 - 4.3 - Processos operacionais
 - 4.4 - Necessidade de pessoal
- 5 - Plano financeiro
 - 5.1 - Investimentos fixos
 - 5.2 - Estoque inicial
 - 5.3 - Caixa mínimo
 - 5.4 - Investimentos pré-operacionais
 - 5.5 - Investimento total
 - 5.6 - Faturamento mensal
 - 5.7 - Custo unitário
 - 5.8 - Custos de comercialização
 - 5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV
 - 5.10 - Custos de mão-de-obra
 - 5.11 - Custos com depreciação
 - 5.12 - Custos fixos operacionais mensais
 - 5.13 - Demonstrativo de resultados
 - 5.14 - Indicadores de viabilidade
- 6 - Construção de cenário
 - 6.1 - Ações preventivas e corretivas
- 7 - Avaliação estratégica
 - 7.1 - Análise da matriz F.O.F.A
- 8 - Avaliação do plano
 - 8.1 - Análise do plano

1 - Sumário Executivo

1.1 - Resumo

O Precizzo é uma aplicação inteligente que tem como objetivo analisar e gerenciar concorrentes para lojas de marketplaces e fornecer apoio à tomada de decisão na área de prospecção de preços utilizando para isto, técnicas de inteligência artificial.

Os principais serviços entregues pelo sistema da Precizzo são compostos pelas seguintes funcionalidades:

Precificador inteligente e automático de produtos;

Prospectador de preços utilizando técnicas de inteligência artificial;

Monitorador em tempo real de concorrentes e análise de outros fatores que estejam relacionados aos produtos monitorados pelo cliente.

Nosso público alvo a priori, é composto pelo Mercado Livre, que é hoje a maior comunidade de compra e venda online da América Latina. Futuramente pretendemos e temos como objetivo atingir lojas de demais marketplaces do mercado dos mais variados tipos de segmento.

O capital investido inicialmente está relacionado à itens que permitirão com que o negócio possa começar. Todo o capital será subsidiado pelos sócios-proprietários Vitor e Carlos.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 87.615,57
Lucratividade	38,80 %
Rentabilidade	328,94 %
Prazo de retorno do investimento	4 meses

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Vitor Carnello Jatobá		
Endereço:	Rua Onofre José Barbosa		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:	Desenvolvedor PHP e .NET com olhares críticos à boa escrita de código, seguindo padrões e boas práticas de programação.		
Atribuições:	Sócio/Administrador.		

Nome:	Carlos Eduardo Ferrari		
Endereço:	Av. Warner Gomes Fernandes, 1045		
Cidade:	Marília	Estado:	São Paulo
Perfil:			

Bacharel em Administração de Empresas e Sistemas de Informação, ingressou na área de T.I. trabalhando na parte de infraestrutura e hoje atua como desenvolvedor full-stack, utilizando o .NET Framework como principal tecnologia, além de conceitos como DDD (Domain-Driven Design) e CQRS (Command Query Responsibility Segregation), entre outros.

Atribuições:

Sócio/Administrador

1.3 - Missão da empresa

Oferecer uma plataforma robusta, funcional e intuitiva que monitore em tempo real os mais variados dados sobre a concorrência fornecendo assim, apoio a tomada de decisão e que através de técnicas de inteligência artificial, realize precificação de produtos de forma inteligente permitindo melhores decisões voltadas ao estudo variável do preço de determinado produto.

1.4 - Setores de atividade

- Agropecuária
- Comércio
- Indústria
- Serviços

1.5 - Forma jurídica

- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Microempreendedor Individual – MEI
- Sociedade Limitada
- Outros:

1.6 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

- Sim
- Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Vitor Carnello Jatobá	R\$ 8.934,90	50,00
2	Carlos Eduardo Ferrari	R\$ 8.934,90	50,00
Total		R\$ 17.869,80	100,00

1.8 - Fonte de recursos

Os investimentos para iniciação da empresa serão providos pelos sócios-proprietários Vitor e Carlos.

2 - Análise de mercado

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

O público-alvo é composto de pessoas jurídicas, sendo elas lojas virtuais online que comercializam seus produtos através de marketplaces nos mais diversos segmentos de produtos.

Como dito no resumo deste plano de negócio, nosso foco neste primeiro momento será a plataforma de e-commerce Mercado Livre, plataforma cuja está presente no mercado por quase 20 anos e tem total confiança por parte de seus clientes. A escolha desta plataforma deve-se ao baixo número de serviços que oferecem soluções parecidas com a Precizzo à ela e pela possibilidade de homologação pela mesma, aumentando ainda mais nossa competitividade e visibilidade ao mercado. Pretendemos abranger em um futuro breve, mais marketplaces do mercado.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

O interesse de compra por parte dos clientes dá-se pelo grande volume de produtos oferecidos, dificuldade de monitoramento em tempo real, decisões tomadas através de estudo variável do preço de determinado produto no passado e previsão deste no futuro feitos de forma lenta e não precisa, aliados a um mercado cada mais competitivo. Fatores como estes fazem com que uma ferramenta de análise, comparação e precificação inteligente seja essencial para obtenção de melhores resultados, informações em tempo real, ganho de tempo e apoio à tomada de decisão voltado ao negócio.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Os clientes encontram-se espalhados no Brasil por forma de lojas que comercializam seus produtos através de marketplaces, sem delimitação de fronteiras, sendo toda comunicação, processo de compra e uso é feito através da internet.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Sieve - Price Intelligence	Bem avaliado pelos clientes.	Não informado após contato com a empresa.	Não informado após contato com a empresa.	São Paulo, Telefone: +55 11 3454-3300	Consideravelmente rápido.	Bem avaliado pelos clientes.
Shopping de Preços	Razoavelmente bem avaliado segundo o mercado.	Não informado após contato com a empresa.	Não informado após contato com a empresa.	Av. Santo Antônio, 2305 - Somenzari Marília - SP 17506-040 Brasil	Demorado.	Razoavelmente bem avaliado segundo o mercado.
Precifica - Precificação Inteligente	Bem avaliado segundo o mercado.	Não informado após contato com a empresa.	Não informado após contato com a empresa.	R. Fidêncio Ramos, 100 - Vila Olimpia, São Paulo - SP, 04551-010	Rezoavelmente demorado.	Bem avaliado segundo o mercado.

Conclusões

Dentre os concorrentes, podemos citar que o Shopping de Preços não se qualifica como concorrente em precificação inteligente, pois ele não vende uma solução de precificação, apenas colocamos pelo fato dele oferecer comparação de preços entre lojas. A Sieve oferece soluções semelhantes, porém se qualifica como precificação dinâmica e um detalhe sobre é a mesma é que foi comprada pela B2W por 130 milhões de reais em 2015. A Precifica, apesar de estar descrita como precificação inteligente, também se qualifica como precificação dinâmica em seu site.

2.3 - Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	A solução provida por este fornecedor é composta de um servidor para hospedagem do sistema de forma online.	DigitalOcean	O custo do serviço oferecido por este fornecedor é de \$10,00 por mês.	O pagamento do serviço é efetuado através de mensalidades descontadas diretamente no cartão de crédito.	Após identificação do pagamento, os serviços do plano contratado já se encontrarão disponíveis para utilização.	O servidor fornecido pela DigitalOcean para hospedagem de nossa aplicação encontra-se localizado nos Estados Unidos, mais especificamente em Nova York.

3 - Plano de marketing

3.1 - Produtos e serviços

O software oferecido pela Precizzo é composto pelas seguintes funcionalidades, sendo elas, o MVP da aplicação:

Relacionador de produtos concorrentes: Permite que o usuário relacione mediante busca, produtos que ele considere concorrentes ao seu. Após relacionamento o produto relacionado começará a ser monitorado automaticamente, em tempo real.

Precificador automático: Permite que o usuário crie regras de preço para seu produto de acordo com sua necessidade e com ajuda de gráficos fornecidos pela Precizzo, possibilitando com que ele selecione o valor que seu produto estará a frente ou abaixo do produto concorrente selecionado. A partir do momento que o produto do mesmo se enquadre na regra criada, o valor do produto será alterado automaticamente para o valor definido.

Prospecção de preços com inteligência artificial: Consiste no estudo variável do preço de determinado produto no passado e previsão deste no futuro, utilizando técnicas de inteligência artificial.

Nº	Produtos / Serviços
1	Plano Bronze
2	Plano Prata
3	Plano Ouro
4	Plano Diamante

3.2 - Preço

Dividiremos os preços de nossos serviços em quatro planos, juntamente com uma mensalidade fixa, ambos cobrados mensalmente.

Os planos estarão divididos em:

Plano Bronze (1-100 produtos): R\$ 69,90 + 0,35/mês por SKU

Plano Prata (100-500 produtos): R\$ 69,90 + 0,50/mês por SKU

Plano Ouro (500-2000 produtos): R\$ 69,90 + 0,75/mês por SKU

Plano Diamante (acima de 2000 produtos): R\$ 69,90 + 0,95/mês por SKU

3.3 - Estratégias promocionais

Nosso principal meio de divulgação será através de mala-direta com prospectos de propaganda sobre nosso serviço e negócio, com foco em problemas resolvidos através das soluções da Precizzo. Procuraremos também validar a ferramenta com cliente representativo com intenções de divulgação. Utilizaremos como meios de divulgação e-mails diretos para com as lojas, ocasionalmente reuniões para apresentação do nosso serviço através de representantes comerciais, participações em feiras do setor de e-commerce e por fim, divulgação através de redes sociais.

3.4 - Estrutura de comercialização

A comercialização de nossa plataforma será inteiramente feita por meios digitais, todo o processo desde a adesão dos serviços e utilização dos mesmos serão feitas através de nosso website.

Para relacionamento e prospecção de novos clientes, contaremos com um representante comercial, que realizará viagens para efetuar reuniões de negócio e apresentar nossos produtos e serviços diretamente com os mesmos.

Para o bom funcionamento do processo de comercialização, teremos uma equipe de suporte técnico, composta no início por um funcionário que através de capacitação, entenderá dos nossos produtos e serviços para auxiliar os clientes que venham a necessitar de algum tipo de ajuda ou esteja com alguma dúvida sobre o sistema antes de concluir a contratação do seu plano.

Após confirmação por parte do cliente do seu pacote e pagamento efetuado pelo mesmo, será liberado acesso ao nosso sistema, contando com as respectivas funcionalidades contratadas.

3.5 - Localização do negócio

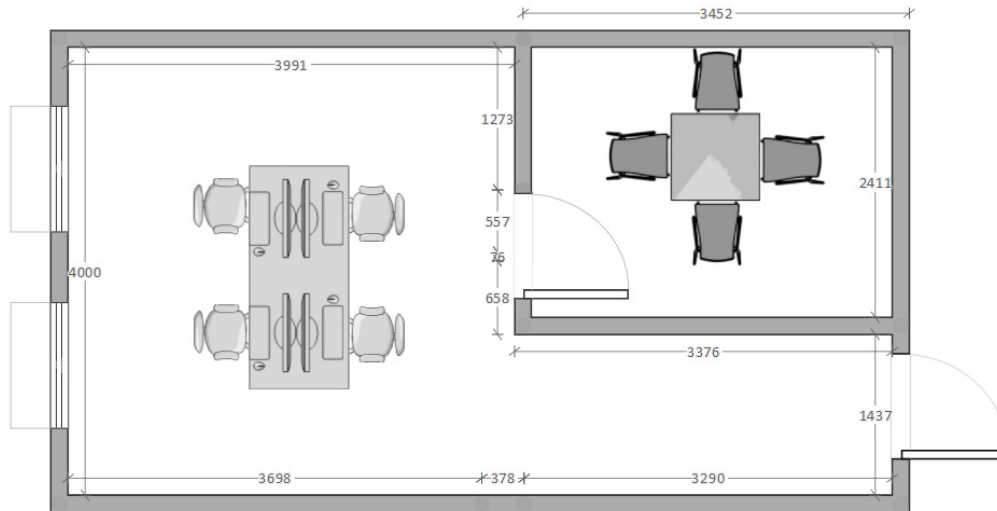
Endereço:	Av. Higino Muzi Filho, 529 - Sala X
Bairro:	Mirante
Cidade:	Marília
Estado:	São Paulo
Fone 1:	(14) 9964-0831
Fone 1:	(14) 3413-5783
Fax:	() -

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Temos como objetivo ingressar em uma das salas disponibilizadas pela UNIVEM através da incubadora, pelo baixo custo de investimento de locação, crucial para os primeiros meses de funcionamento da Precizzo.

4 - Plano operacional

4.1 - Leiaute



4.2 - Capacidade instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

A capacidade instalada não interfere na quantidade máxima de produção do produto, uma vez que o produto não é fabricado em massa e sim desenvolvido pela equipe como software.

Haverá um espaço voltado a atendimentos presenciais de clientes na empresa, porém para este fim será com baixa frequência realizado devido as facilidades de atendimento online via skype e não somente restrito a Marília e região, sendo, portanto, mais utilizado para reuniões no dia-a-dia pela equipe da Precizzo.

4.3 - Processos operacionais

As etapas do processo estão divididas em:

Desenvolvimento e melhorias: A equipe de programadores irá trabalhar com foco voltado a metodologias ágeis e de forma revezada no desenvolvimento de novas funcionalidades e melhorias para o sistema enquanto a outra parte da equipe se voltará à outras tarefas e demandas, como pesquisa por inovação que agreguem ao negócio.

Suporte ao usuário: Haverá um profissional voltado somente a esta responsabilidade, com treinamento apropriado, capacitação e conhecedor dos produtos e soluções oferecidas que atuará na prestação de suporte ao cliente, de forma online e via e-mail.

Comercial: Teremos um representante comercial com foco em divulgação de nossos serviços diretamente com os potenciais clientes.

Venda de produtos: A venda do sistema será feita de forma online, através de nosso site oficial, onde o cliente poderá montar seu plano de acordo com suas necessidades e realizar o pagamento para liberação do sistema após comprovação do mesmo. Caso necessário, nossa equipe de suporte ao usuário se encarregará de ajudar o cliente durante o processo de aquisição dos serviços.

Materiais e equipamentos necessários: Tendo em vista a disponibilização de uma sala pela incubadora da UNIVEM, necessitaremos de dois conjuntos de mesas com cadeiras, sendo uma para o ambiente principal da sala e a outra para o ambiente da sala de reuniões.

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Analista de suporte	Boa comunicação, comprometimento, vontade de crescer e se desenvolver, Windows e Pacote Office.
2	Representante comercial	Boa comunicação, carisma, boa argumentação, conhecedor de técnicas de venda e possibilidade de viajar

5 - Plano financeiro

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (B)				R\$ 0,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Conjunto de mesa e cadeiras para sala principal	1	R\$ 704,90	R\$ 704,90
2	Conjunto de mesa com cadeiras para sala de reuniões	1	R\$ 499,90	R\$ 499,90
3	Máquina de café	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
4	Ar condicionado	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
5	Purificador de água	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 4.994,80

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Laptop	4	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 10.000,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 14.994,80
---	----------------------

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
TOTAL (A)				R\$ 0,00

5.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Prazo médio total			0

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Prazo médio total			0

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	0

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	0
2. Estoques – necessidade média de estoques	0
Subtotal Recursos fora do caixa	0
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	0
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	0
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 6.717,19
2. Custo variável mensal	R\$ 638,70
3. Custo total da empresa	R\$ 7.355,89
4. Custo total diário	R\$ 245,20
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 0,00

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 0,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 0,00
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 0,00

5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.200,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 1.025,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 650,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 2.875,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 14.994,80	83,91
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 0,00	0,00
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 2.875,00	16,09
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 17.869,80	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 17.869,80	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 17.869,80	100,00



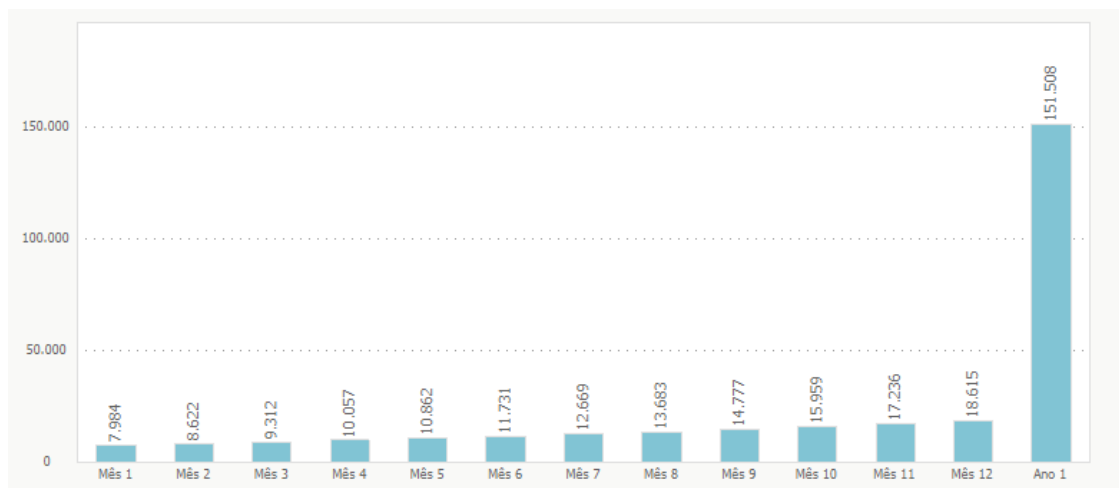
5.6 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Plano Bronze	5	R\$ 104,90	R\$ 524,50
2	Plano Prata	4	R\$ 294,90	R\$ 1.179,60
3	Plano Ouro	2	R\$ 1.369,90	R\$ 2.739,80
4	Plano Diamante	2	R\$ 1.769,90	R\$ 3.539,80
TOTAL				R\$ 7.983,70

Projeção das Receitas:

- () Sem expectativa de crescimento
 (x) Crescimento a uma taxa constante:
 8,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 9,00 % ao ano a partir do 2º ano
 () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 7.983,70
Mês 2	R\$ 8.622,40
Mês 3	R\$ 9.312,19
Mês 4	R\$ 10.057,16
Mês 5	R\$ 10.861,74
Mês 6	R\$ 11.730,67
Mês 7	R\$ 12.669,13
Mês 8	R\$ 13.682,66
Mês 9	R\$ 14.777,27
Mês 10	R\$ 15.959,45
Mês 11	R\$ 17.236,21
Mês 12	R\$ 18.615,11
Ano 1	R\$ 151.507,68

**5.7 - Custo unitário**

Produto: Plano Bronze

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

Produto: Plano Prata

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

Produto: Plano Ouro

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

Produto: Plano Diamante

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
TOTAL			R\$ 0,00

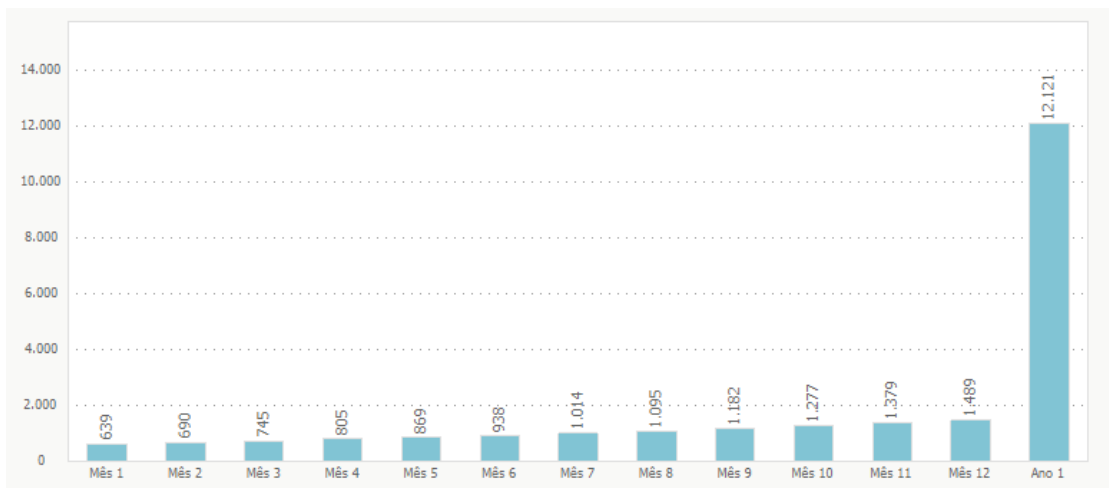
5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	8,00	R\$ 7.983,70	R\$ 638,70
Comissões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 7.983,70	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 7.983,70	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 7.983,70	R\$ 0,00

Total Impostos	R\$ 638,70
Total Gastos com Vendas	R\$ 0,00
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 638,70

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 638,70
Mês 2	R\$ 689,80
Mês 3	R\$ 744,98
Mês 4	R\$ 804,58
Mês 5	R\$ 868,94
Mês 6	R\$ 938,46
Mês 7	R\$ 1.013,54
Mês 8	R\$ 1.094,62

Mês 9	R\$ 1.182,19
Mês 10	R\$ 1.276,76
Mês 11	R\$ 1.378,91
Mês 12	R\$ 1.489,22
Ano 1	R\$ 12.120,69



5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Plano Bronze	5	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2	Plano Prata	4	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3	Plano Ouro	2	R\$ 0,00	R\$ 0,00
4	Plano Diamante	2	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL				R\$ 0,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 0,00
Mês 2	R\$ 0,00
Mês 3	R\$ 0,00
Mês 4	R\$ 0,00
Mês 5	R\$ 0,00
Mês 6	R\$ 0,00
Mês 7	R\$ 0,00
Mês 8	R\$ 0,00

Mês 9	R\$ 0,00
Mês 10	R\$ 0,00
Mês 11	R\$ 0,00
Mês 12	R\$ 0,00
Ano 1	R\$ 0,00



5.10 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Representante comercial	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 2.000,00
Analista de suporte	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.400,00
TOTAL	2		3.400,00		R\$ 0,00	R\$ 3.400,00

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 4.994,80	10	R\$ 499,48	R\$ 41,62
COMPUTADORES	R\$ 10.000,00	5	R\$ 2.000,00	R\$ 166,67
Total			R\$ 2.499,48	R\$ 208,29

5.12 - Custos fixos operacionais mensais

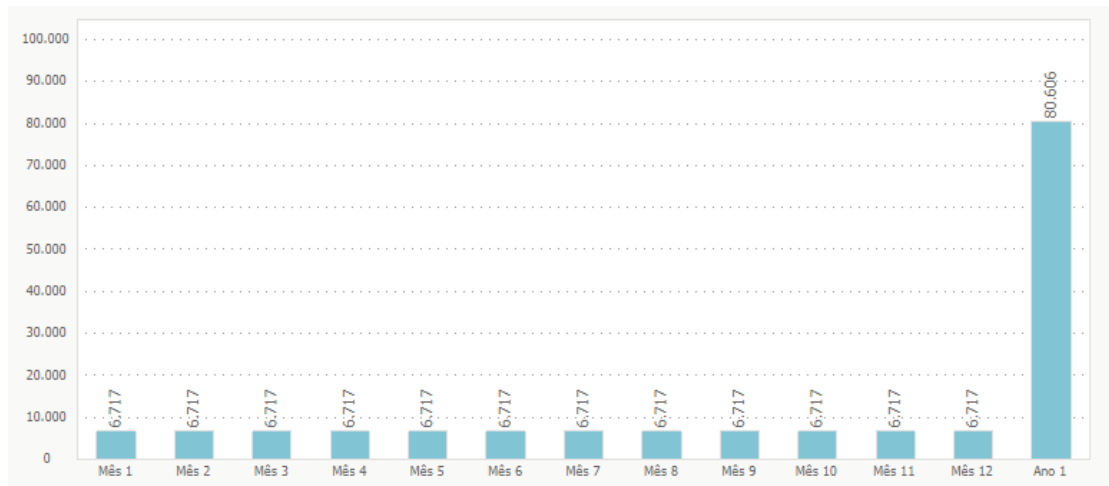
Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 200,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 70,00
Telefone + internet	R\$ 129,00
Honorários do contador	R\$ 400,00
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 50,00
Salários + encargos	R\$ 3.400,00
Material de limpeza	R\$ 30,00
Material de escritório	R\$ 20,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 208,29
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
Domínio para aplicação	R\$ 10,00
Servidor para a aplicação	R\$ 199,90
TOTAL	R\$ 6.717,19

Projeção dos Custos:

- Sem expectativa de crescimento
- Crescimento a uma taxa constante:
0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 6.717,19
Mês 2	R\$ 6.717,19
Mês 3	R\$ 6.717,19
Mês 4	R\$ 6.717,19
Mês 5	R\$ 6.717,19
Mês 6	R\$ 6.717,19
Mês 7	R\$ 6.717,19
Mês 8	R\$ 6.717,19
Mês 9	R\$ 6.717,19

Mês 10	R\$ 6.717,19
Mês 11	R\$ 6.717,19
Mês 12	R\$ 6.717,19
Ano 1	R\$ 80.606,28



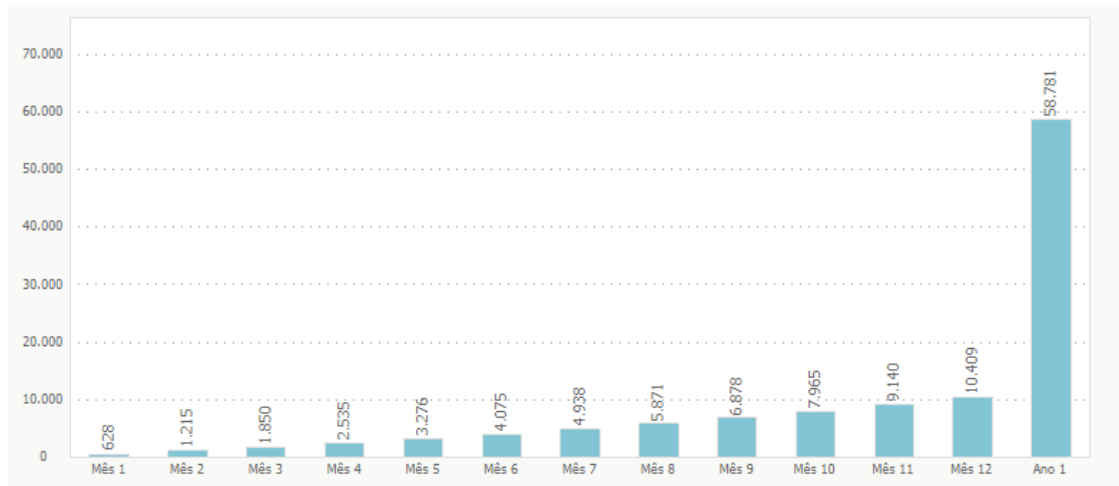
5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 7.983,70	R\$ 151.507,69	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 638,70	R\$ 12.120,70	8,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 638,70	R\$ 12.120,70	8,00
3. Margem de Contribuição	R\$ 7.345,00	R\$ 139.386,99	92,00
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 6.717,19	R\$ 80.606,28	84,14
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 627,81	R\$ 58.780,70	7,86

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 627,81
Mês 2	R\$ 1.215,41
Mês 3	R\$ 1.850,02
Mês 4	R\$ 2.535,39
Mês 5	R\$ 3.275,60
Mês 6	R\$ 4.075,02

Plano de Negócio -

Mês 7	R\$ 4.938,40
Mês 8	R\$ 5.870,85
Mês 9	R\$ 6.877,89
Mês 10	R\$ 7.965,50
Mês 11	R\$ 9.140,11
Mês 12	R\$ 10.408,70
Ano 1	R\$ 58.780,71



5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 87.615,57
Lucratividade	38,80 %
Rentabilidade	328,94 %
Prazo de retorno do investimento	4 meses

6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 5,00 %	Receita (otimista) 10,00 %
------------------------------------	-----------------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 7.983,70	100,00	R\$ 7.584,52	100,00	R\$ 8.782,07	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 638,70	8,00	R\$ 606,77	8,00	R\$ 702,57	8,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 638,70	8,00	R\$ 606,77	8,00	R\$ 702,57	8,00
3. Margem de contribuição	R\$ 7.345,00	92,00	R\$ 6.977,75	92,00	R\$ 8.079,50	92,00
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 6.717,19	84,14	R\$ 6.717,19	88,56	R\$ 6.717,19	76,49
Resultado Operacional	R\$ 627,81	7,86	R\$ 260,56	3,44	R\$ 1.362,31	15,51

Ações corretivas e preventivas:

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiência na área de precificação por parte dos integrantes. - Conhecimento em IA. - Apoio da UNIVEM com a incubadora. - Conhecimento em escalabilidade por parte dos integrantes. - Utilização das tecnologias mais recentes do mercado. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado em constante crescente. - Chance de homologação oficial pelo Mercado Livre. - Credibilidade cada vez maior de transações feitas em lojas virtuais.
PONTOS FRACOS	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtenção de lucro nos primeiros meses. - Conhecimento administrativo e gerencial. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surgimento de novos concorrentes diretos. - Crescimento de novas plataformas concorrentes ao Mercado Livre. - Mercado inflacionado.

Ações:

8 - Avaliação do plano

8.1 - Análise do plano

Termo de Aceite

SOFTWARE CEPN 3.0 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO

O software tem como objetivo oferecer uma ferramenta simples e prática para a elaboração de um plano de negócios. Criar uma empresa é um desafio e o plano de negócios, enquanto instrumento de planejamento, é adotado em todo o mundo, por diversas instituições e por empresas dos mais diversos porte e setores.

Um plano de negócios tem como proposta fazer com que o empreendedor seja capaz de estimar se, a partir da sua visão de futuro, experiência e conhecimento de mercado, seu projeto é viável ou não. Apesar de não eliminar totalmente os riscos, evita que erros sejam cometidos pela falta de análise.

O sistema foi preparado para orientá-lo no preenchimento de cada seção do plano a partir das informações coletadas por você. Para ajudá-lo, a ferramenta explica as etapas do plano, apresentando dicas, alertas e recomendações. Os exemplos disponibilizados são fictícios, de natureza pedagógica e trazem informações e valores meramente ilustrativos.

Informações Gerais

- Um plano de negócios não garante por si só o sucesso de uma empresa. Fatores externos também influenciam o negócio, portanto monitore ameaças e oportunidades.
- Fatores internos também determinam a existência e o crescimento de uma empresa. Esses fatores estão sob controle do empreendedor e são relacionados à implantação de controles e à uma gestão eficiente.
- Informação é a matéria-prima para qualquer ação de planejamento e quanto mais precisa for, maior será a qualidade do plano de negócios. Portanto, leia revistas especializadas, consulte associações e entidades do seu segmento, participe de feiras e cursos, faça pesquisas na Internet, converse com outros empresários, clientes, fornecedores e especialistas (consultores, contabilistas, advogados, etc.).
- O plano de negócio deve ser revisado periodicamente, pois é flexível e está sujeito a ajustes em função das mudanças no mercado ou do ambiente interno da empresa.
- Apesar do plano ser um instrumento de gestão importante, há outras ferramentas que devem ser utilizadas por você na administração da empresa.
- O plano de negócios pode ser solicitado por uma instituição financeira ou por um investidor para a captação de recursos. Entretanto, este plano não assegura a obtenção dos recursos em si, pois cada instituição tem processos próprios, requisitos e exigências.
- Um plano de negócio pode ser utilizado para obter sócios e investidores, estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo buscar recursos. Porém, o usuário mais importante do plano de negócios é o próprio empreendedor.

Tenho ciência e concordo com os termos acima.

Vitor Carnello