

# GAMIN



---

## ***GAMIN***

---

# PLANO DE NEGÓCIOS

**Endereço:** R. Abraham Lincoln, 210 - Jardim América, Rio do Sul - SC, 89160-202

**Telefone:** (47) 3525-8600

**Website:** gamin.com.br

**E-mail da empresa:** gamin@gamin.com.br

**Diretor:** Felipe Geisler Xavier - 47 997738814 - felipexavier20015@gmail.com

**Diretor:** Pedro Jorge Apolinário Kurth - pedro.kurthh@gmail.com

**Data:** 27/06/2022

**Cópia:** 1/1

## 1. SUMÁRIO

1. SUMÁRIO	2
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	3
<b>2.1 Breve descrição do negócio</b>	<b>3</b>
<b>2.2 O mercado alvo e as projeções de crescimento</b>	<b>3</b>
<b>2.3 A oportunidade e as estratégias</b>	<b>4</b>
<b>2.4 As vantagens competitivas e sustentabilidade do negócio</b>	<b>4</b>
<b>2.5 Ações para o alcance dos objetivos estratégicos da empresa</b>	<b>4</b>
<b>2.6 A equipe envolvida no projeto</b>	<b>4</b>
<b>2.7 Potencial de lucratividade do negócio</b>	<b>5</b>
3. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
4. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS	7
5. ANÁLISE DE MERCADO	8
6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	10
7. ANÁLISE ESTRATÉGICA	12
8. PLANO FINANCEIRO	15
9. CRONOGRAMA	19
10. CONCLUSÃO	20
11. ANEXOS	21

## 2. SUMÁRIO EXECUTIVO

### 2.1 Breve descrição do negócio

#### **Descrição da empresa**

**A escolha do nome:** *Gam* (Gamificação) + *in* (Investimento)

**Tipo de negócio (revenda, distribuição, prestação de serviços, etc):** SaaS, Prestação de serviço

**Localização matriz/filiais:** On-line, Rio do Sul - SC

**Estágio de desenvolvimento (start-up, lançamento de novos produtos ou serviços, etc):** Startup, apenas uma ideia

**Data de fundação da empresa/quando pretende iniciar (start-up):** 27/06/2022

**Total de funcionários:** 2

**Porte (micro, pequena, média, grande):** Micro

**Constituição (ME, Ltda, SA, participação de outras empresas nacionais ou multinacionais na composição societária, etc):** ME Simples

**Sua visão ou perspectivas para os próximos anos (3 a 5 anos):** Se tornar a plataforma referência de gamificação de investimento, possivelmente pronta para venda para uma empresa ou instituição de maior porte.

**Missão:** Tornar o assalariado protagonista de suas finanças provendo os passos para atingir riqueza de forma independente.

#### **Descreva os objetivos e metas:**

- Prover uma plataforma de gamificação de investimento
- Firmar parcerias com corretoras e bancos para facilitar o investimento
- Fornecer material de diferentes níveis para investimento básico à avançado
- Exibir dados relevantes a partir da evolução financeiro do usuário
- Fornecer simuladores em tempo real de como investimentos funcionam

#### **Descrição dos produtos e serviços**

**Liste os produtos e serviços que sua empresa pretende vender:** Plataforma de gamificação de investimentos com simuladores. Meio: web, on-line.

**Cite e resalte seus principais benefícios, tais como conveniência, segurança, garantia, facilidade no uso, prazer, bem estar, etc:** Conveniência (plataforma unificada), facilidade no uso (preocupação com o usuário, interface, UI/UX), gestão (aprendizado e gerenciamento de finanças de forma inteligente para investimentos). Simuladores (valor agregado).

**Explique por que e onde seus produtos e serviços se diferenciam da concorrência:** Apesar de existir em algumas instituições alguns pontos que induzem

a gamificação e estimulem o usuário de certa forma ao estudo do mercado financeiro atualmente não há uma plataforma de gamificação especializada em investimento. São existentes plataformas gerais de gamificação, mas estas não atendem essa demanda. Simuladores é um grande diferencial pois permite ao usuário testar seus conhecimentos sem a necessidade de colocar seu dinheiro em risco num primeiro momento.

**Descreva qual(is) vantagem(ns) o seu público-alvo encontrará em comprar da sua empresa:** A vantagem do produto é funcionar, principalmente, como porta de entrada para o mundo do mercado financeiro a qualquer pessoa, assalariado, que queira compreender melhor sua gestão financeira e como gradualmente evolui-la. Outra vantagem é ter uma plataforma unificada onde você pode gerir seus custos, ter análises e dados históricos que contribuam para visualizar uma evolução.

**Descreva por que os clientes escolherem os seus produtos e serviços e não o do concorrente:** O concorrente não fornece uma solução para essa demanda de forma especializada e dedicada exclusivamente a essa finalidade.

**Explique qual o desenvolvimento tecnológico requerido:**

Em questão de produto é uma ideia inovadora para o mercado brasileiro.

Não é necessário, inicialmente, nenhuma tecnologia nova ou pesquisa para desenvolver o produto, é possível concebê-lo com as tecnologias web já existentes. Sendo um ponto importante a infraestrutura em cloud.

**Descreva como é ou será feita a distribuição:** A distribuição do software se dá pela web, internet, através da aquisição da licença mensal do SaaS.

**Detalhe como funciona ou funcionará a cadeia de produção:** Não se aplica.

**Descreva como funcionará o serviço de pós-venda:** O processo de pós-venda consiste na introdução as funcionalidades do sistema, guiar o usuário para preencher suas informações iniciais, as formas de entrar em contato com a equipe técnica de suporte, e nos primeiro 3 meses um colaborador com expertise em investimento atuando à disposição para responder possíveis dúvidas relacionadas à finanças ou a plataforma.

## 2.2 O mercado alvo e as projeções de crescimento

**Liste o(s) mercado(s) em que pretende atuar:** Educação e gamificação.

**Descreva qual o tamanho atual deste mercado em termos de clientes e competidores:** Notícias e levantamentos realizados pela XP e Empiricus demonstram maior interesse em educação financeira no ano de 2021. Existem grandes players de mercado que oferecem vários produtos financeiros e de educação, entretanto nenhum promove de forma especializada a gamificação. Não se tem dados específicos de quantas instituições/empresas fornecem produtos de educação financeira, mas segundo dados do Banco Central (BC) em 2020 existiam 601 instituições financeiras, entre elas 50 fintechs de crédito. Esse número crescente do setor financeiro explicita a necessidade e interesse do público brasileiro.

**Descreva por que o mercado se mostra promissor e suas tendências de crescimento:** Uma pesquisa realizada no início deste ano apontou que 47% dos entrevistados passaram a fazer planos para o futuro por causa da crise e 90% admitiram ter a necessidade de uma educação financeira. O estudo foi feito pelo Instituto Locomotiva, em parceria com a Xpeed, braço de educação financeira da XP.

**Descreva como será o mercado nos próximos anos:** De acordo com dados apresentados pela Fortune Business Insights, o tamanho do mercado global de gamificação era de US\$ 6,33 bilhões em 2019 e está projetado para atingir US\$ 37 bilhões em 2027. O estudo também aponta um crescimento na adoção de soluções gamificadas baseadas em nuvem por parte das PMEs (Pequenas e Médias Empresas), que ocorre porque estas soluções são mais acessíveis e oferecem serviços avançados, em comparação com as soluções locais, além de reduzir custos por tratar-se de um serviço de larga escala.

**Acrescente os índices que utilizou para chegar a estes dados:** Segundo os dados da Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor, em janeiro deste ano, o endividamento das famílias brasileiras alcançou a marca de 66,5% da população. O alto índice de endividamento revela como os efeitos da crise econômica e a falta de educação financeira.

**Acrescente qual a extensão geográfica e as particularidades regionais:** O produto não é dependente de localização.

**Descreva quais as suas competências e diferenciais para conquistar este mercado:** Fornecer uma plataforma especializada na gamificação de investimentos como meio de educação financeira

- Fornecer uma plataforma centralizada com uma boa experiência de usuário
- Fornecer uma plataforma para o meio web e mobile
- Possuir um preço (mensalidade) acessível e competitiva ao mercado

**Descreva possíveis barreiras para atingir este mercado:**

- Tempo de desenvolvimento do produto
- Time to Market
- Problemas com instituições/corretoras

**Descreva quem são os compradores, o seu perfil, personalidade, estilo de compra, procurando explicar como é sua decisão ou comportamento de compra especificamente para produtos e serviços da mesma natureza que a sua oferta:** Perfil baseado na pesquisa ANBIMA<sup>1</sup>:

Idade média: 24 anos

Sexo: Masculino

Nível educacional: Ensino Médio - Ensino Superior

Renda familiar: R\$7.000,00

Interesses: Mercado financeiro, aumento de renda

Classe social: Classe C

---

<sup>1</sup> Perfil do investidor, disponível em

<[5](https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2021.htm#:~:text=Quem%20%C3%A9%20o%20investidor%20brasileiro,que%20investe%20em%20produtos%20financeiros.></a></p></div><div data-bbox=)

**Descreva todas as ações que pretende realizar para atingir o mercado alvo:**

- Parceria com instituições/corretoras chaves a fim de fornecer o meio de investir
- Marketing e propaganda em canais que falam sobre o assunto

**Descrição da concorrência**

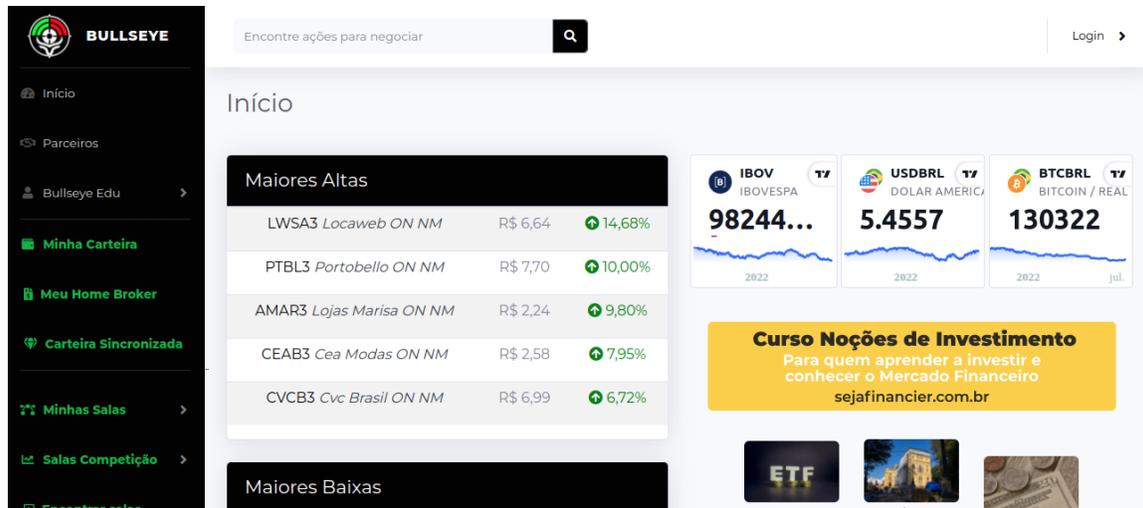
Não existem muitos competidores diretos que focuem nesse mercado de gamificação e investimento. Entre eles podemos citar dois players, um nacional e outro internacional. No internacional há a empresa Etoro que implementa gamificação aos investimentos através de uma plataforma de investimento em multiativos que assenta na colaboração social e na literacia do investidor: uma comunidade onde os utilizadores se podem conectar, partilhar e aprender. Bullseye é uma empresa brasileira que vende a ideia de um "simulador" de investimentos para pessoas que estão iniciando nos investimentos através de uma plataforma de gamificação. O diferencial da Etoro é sua presença no mercado em diversas bolsas no mundo, funcionalidade como CopyFunds e CopyTraders que é um diferencial que permite investimento em grupos de ativos relacionados ou de investidores conhecidos. Bullseye é o que mais se assemelha ao produto da Gamin, fornece uma plataforma com vários tipos de simuladores de como são realizados investimentos em cenários reais sem a necessidade de utilizar dinheiro de verdade.

**Etoro:**

- Características dos produtos e serviços: Oferecem uma plataforma de investimento em ações, moedas, criptomoedas e outros ativos. Possuem funcionalidade como CopyFunds e CopyTraders Incluem algumas funcionalidades que caracterizam gamificação.
- Preço de compra: Não foi possível encontrar a forma que a empresa trata o ganho, inicialmente é divulgado que não há qualquer taxa, mensalidade ou comissão para uso.
- Qualidade: Possui um site como plataforma e aplicativo, ambos bem estruturados e com boas avaliações
- Reconhecimento da marca: Reconhecida internacionalmente
- Relacionamento com os clientes: Possui alguns canais e níveis de suporte, presente em vários países possuem tradução
- Acesso: <https://www.etoro.com/pt-pt/>

**Bullseye:**

- Características dos produtos e serviços: Uma plataforma para apresentar e compreender a bolsa sem arriscar o dinheiro. Possui características de gamificação com a criação de salas e campeonatos entre usuários.
- Preço de compra: Possui dois planos R\$199,00 e R\$499,00
- Qualidade: Possui um site como plataforma, site web não possui muitos atrativos possui alguns problemas de consistência e interface
- Reconhecimento da marca: Não é muito relevante no mercado, pequeno porte
- Relacionamento com os clientes: Possui alguns canais e níveis de suporte
- Acesso: <https://bullseye.com.br/painel/index.php>



Em relação ao Etoro a plataforma Gamin tem um foco levemente diferente, não realiza a venda direta de ativos, mas direciona e ensina sobre estes. O concorrente direto da Gamin é a plataforma Bullseye, entretanto um diferencial da Gamin é que o usuário fornecerá suas informações iniciais e objetivos de forma que a plataforma de forma inteligente indique qual melhor conteúdo e por onde começar antes de utilizar os simuladores.

Bullseye:

- Recursos financeiros: Não se tem informação
- Posicionamento no mercado: Não possui muita relevância
- Competência tecnológica: Não usa tecnologias inovadoras ou própria
- Canais de distribuição: Web (online)
- Estrutura de vendas: Mensalidade
- Parcerias: Instituições de ensino financeiro
- Diferenciais: Simuladores de investimento
- Pontos fracos: Interface, preço, não cobre planejamento do usuário

## 2.3 A oportunidade e as estratégias

**Descreva a oportunidade que está visualizando:** Por ser um mercado pouco explorado há espaço para testar o produto mesmo em um mercado macro que é o de investimentos e educação financeira.

**Descreva quais estratégias utilizará para aproveitar esta oportunidade(s), em termos de: marketing, vendas, distribuição, know-how, infra-estrutura, etc:** Marketing com influenciadores do meio da educação financeira. Estruturar o produto a partir de alguém com conhecimento da área financeira (know-how de um dos fundadores). Infraestrutura cloud para simplificar o processo e escala a longo prazo.

**Descreva as estratégias para atingir os objetivos do empreendimento:** Contratar mão de obra especializada, finanças, desenvolver um MVP. Seguir as dicas propostas no livro Lean Startup. Aproveitar parcerias que provedores cloud dão a startups. Participar de eventos para networking e processos de incubação.

## 2.4 As vantagens competitivas e sustentabilidade do negócio

### **Descreva quais são as vantagens competitivas de seu negócio:**

- Baixa custo de infraestrutura no início
- Alta escalabilidade
- Mercado inexplorado

**Explique de que forma irá explorá-las:** Utilização de serviços de crédito para prover infraestrutura cloud num primeiro momento. Desenvolver um MVP.

### **Liste os principais aspectos que garantirão a sustentabilidade do negócio e sua longevidade:**

Por ser um negócio pouco explorado há espaço para testar o mercado com um produto ainda sem tração. Considerando um custo relativamente baixo de infraestrutura em um produto de cunho intelectual, intangível, ele é escalável. A venda de mais mensalidades não resulta num problema de estoque, por exemplo. Conforme a evolução do produto é possível adicionar novas funcionalidades.

## 2.5 Ações para o alcance dos objetivos estratégicos da empresa

**Tangível/não tangível:** Sendo um produto digital trata-se de um bem intangível de propriedade intelectual.

**Marca:** Guiando seus investimento (slogan)

**Diferenciais:** Simulação do mercado financeiro sem o risco de perder dinheiro real, aprendizagem de termos e técnicas do mercado financeiro de forma cativante (gamificação).

**Características:** Produto online multiplataforma. Idiomas: português, inglês (público global), espanhol (Mercosul/América latina).

**Design:** Em questão do meio físico não se aplica. Quanto ao meio virtual é a interface do sistema UI/UX, pretende-se uma interação minimalista ao mesmo tempo completa.

**Preço:** Conforme o desenvolvimento do projeto a ideia é que tenham mais planos que limitem de acordo com as funcionalidades. Para se tornar acessível inicialmente haverá apenas um plano de R\$159,90 que contempla todas funcionalidades.

**Política de descontos:** Conforme a estratégia de outras empresas SaaS na contratação do plano anualmente haverá um desconto em vez de R\$1908,00 será R\$1500,00

**Serviços:** Pós-venda já foi descrito na seção anterior. SAC, assim que o produto estiver rodando, pretende-se atender as demandas de SAC através de tickets/email no qual uma equipe técnica de assistência estará ativamente respondendo ao SLA estabelecido. A assistência técnica é interna e atenderá problemas encontrados no sistema, questões legais contratuais e recebimento de feedback. Sendo um produto de educação financeira e gamificação propriamente não há qualquer garantia ou troca.

**Fornecedores e parceiros:** AWS (Amazon Web Service) tem o papel de prover a infraestrutura cloud necessária para rodar o produto. O custo, assim como de toda cloud, é variável e depende das aplicações rodando no momento. Influenciadores do meio de educação financeira. Corretoras que vendem ativos para fazer a ponte entre a plataforma de estudo e a compra concreta.

**Vendas:** Vendas internas majoritariamente, excepcionalmente pode ocorrer vendas externas visitando uma empresa por exemplo. Modelo baseado na contratação de empregados vendedores e SDR.

**Equipe:** Para vendedores ideal experiência com vendas de SaaS. Para colaboradores da área de finanças ideal certificação ANBIMA como CPA ou CEA.

## 2.6 A equipe envolvida no projeto

**Liste os principais executivos:** Felipe Geisler Xavier - Fundador; Pedro Jorge Kurth - Fundador

**Descreva a experiência prévia de cada um:** Felipe Geisler Xavier, experiência como desenvolvedor na área de tecnologia e infraestrutura cloud. Pedro Jorge Kurth, experiência com meio digital de marketing e mercado financeiro como especialista em investimentos.

**Descreva qual o papel de cada um dentro da estrutura:** Felipe Geisler Xavier, desenvolvimento do produto, implementação técnica e toda parte de engenharia. Pedro Jorge Kurth, estratégia de negócios, vendas e direcionamento da gamificação de investimentos e requisitos necessários.

## 2.7 Potencial de lucratividade do negócio

**Descreva qual o potencial do negócio em termos financeiros (lucro):** Não se tem uma estimativa, mas espera-se que no primeiro ano e meio o investimento inicial, equipe e infraestrutura, tenha sido pago e a mensalidade sustente o negócio e a partir disso ter tração.

**Descreva quais serão os investimentos necessários e/ou já realizados:** Investimento em infraestrutura, equipe de desenvolvimento, vendas e suporte. Principalmente desenvolvimento.

**Apresente uma planilha com as projeções financeiras, contendo: gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, impostos, projeção de vendas, de lucros, etc:**

DESPESAS MENSAIS		HORAS VENDIDAS			
FIXAS					
Despesa 1	3000				
Despesa 2	0				
Despesa 3	0				
Despesa 4	0				
Combustivel	0				
Água / Luz	100,00	160	Valor mensalidade		
Telefone	150,00	65,94	Custo Hora		
Aluguel	0,00	85,73	Preço Hora	(custo / (1 - Markup/100))	Markup
Internet	150,00			Percentual do Markup	Valor liquido
Total	3.400,00			é quantos % sobre o custo para chegar ao preço	
		Markup	%		
		Lucro	5%		
		ISQN	5%	Imposto de Serviços Qualquer Natureza (ISS)	
		Prop.Publicidade	5%	Marketing	
		Devedores	0%	Duvidosos	
		Investimento	15%		
		%	30%	Percentual do Markup	
				é quantos % sobre o custo para chegar ao preço	
Salário					
Funcionario A	1.000,00				
Funcionario B	850,00				
Funcionario C	3.000,00				
Total	4.850,00				
		Financieiro Mensal	8.250,00		
Impostos Salario		Economico-contábil	10.551,06		
13o.	404,17				
Férias Sal+1/3	538,89				
INSS 20%	970,00				
FGTS 8%	388,00				
Total Impostos	2.301,06				
TOTAL GERAL	10.551,06				

### 3. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

**Explique a escolha do nome – nome fantasia:** *Gam* (Gamificação) + *in* (Investimento)

**Descreva o nome legal – razão social:** GAMIN LTDA

**Acrescente o nome do domínio da empresa, se houver:** gamin.com.br

**Tipo de negócio:** SaaS (Software as a Service)

**Localização matriz:** Rio do Sul - SC

**Área geográfica de atuação:** Nacional

**Data de fundação da empresa:** 18/06/2022

**Porte:** Micro

**Constituição:** ME

**Composição societária:** Felipe Geisler Xavier e Pedro Jorge Kurth

**Total de funcionários:** 2

**Estágio de desenvolvimento:** Startup

**Missão:** Tornar o assalariado protagonista de suas finanças provendo os passos para atingir riqueza de forma independente.

**Visão para os próximos anos (3 a 5 anos):** Se tornar a plataforma referência de gamificação de investimento, possivelmente pronta para venda para uma empresa ou instituição de maior porte.

**Descreva os objetivos e metas da empresa:**

- Prover uma plataforma de gamificação de investimento
- Firmar parcerias com corretoras e bancos para facilitar o investimento
- Fornecer material de diferentes níveis para investimento básico à avançado
- Exibir dados relevantes a partir da evolução financeiro do usuário
- Fornecer simuladores em tempo real de como investimentos funcionam

**Descreva sucintamente como pretende atingir os objetivos da empresa:**

Através da expertise dos dois funcionários e sócios, um da área de computação e outro de economia, tem-se o referencial necessário para desenvolver uma plataforma tecnológica com conteúdo relevante para a área de investimento. Para atingir os objetivos a primeira etapa é realizar um MVP com os requisitos levantados para uma primeira versão para então validar o negócio e seu formato.

**Organograma:** não se faz necessário nesse momento pois são existentes apenas os dois sócios e fundadores dentro da startup recém criada.

### 4. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

**Liste os produtos e serviços que sua empresa pretende vender:** Plataforma de gamificação de investimentos com simuladores. Meio: web, on-line.

**Cite as principais características de seus produtos ou serviços, tais como funcionalidades, aspectos físicos do produto como tamanho, formato, peso, dimensão, cor, composição, etc:**

Plataforma: Web e Mobile

Funcionalidades:

- Configuração e gestão das finanças do usuário
- Indicação de conteúdos e materiais de acordo com a progressão e objetivo do usuário
- Simuladores e salas de competição do funcionamento do mercado financeiro
- Sistema de gamificação e conquistas

**Cite e resalte seus principais benefícios:** Conveniência (plataforma unificada), facilidade no uso (preocupação com o usuário, interface, UI/UX), gestão (aprendizado e gerenciamento de finanças de forma inteligente para investimentos). Simuladores (valor agregado).

**Explique por que e onde seus produtos e serviços se diferenciam da concorrência:** Apesar de existir em algumas instituições alguns pontos que induzem a gamificação e estimulem o usuário de certa forma ao estudo do mercado financeiro atualmente não há uma plataforma de gamificação especializada em investimento. São existentes plataformas gerais de gamificação, mas estas não atendem essa demanda. Simuladores é um grande diferencial pois permite ao usuário testar seus conhecimentos sem a necessidade de colocar seu dinheiro em risco num primeiro momento.

**Descreva qual(is) vantagem(ns) o seu público-alvo encontrará em comprar da sua empresa:** A vantagem do produto é funcionar, principalmente, como porta de entrada para o mundo do mercado financeiro a qualquer pessoa, assalariado, que queira compreender melhor sua gestão financeira e como gradualmente evolui-la. Outra vantagem é ter uma plataforma unificada onde você pode gerir seus custos, ter análises e dados históricos que contribuam para visualizar uma evolução.

**Descreva por que os clientes escolheriam os seus produtos e serviços e não o do concorrente:** O concorrente não fornece uma solução para essa demanda de forma especializada e dedicada exclusivamente a essa finalidade.

**Explique qual o desenvolvimento tecnológico requerido:** Não é necessário, inicialmente, nenhuma tecnologia inovadora ou pesquisa para desenvolver o produto, é possível concebê-lo com as tecnologias web já existentes. Sendo um ponto importante a infraestrutura em cloud.

**Descreva como é ou será feita a distribuição:** A distribuição do software se dá pela web, internet, através da aquisição da licença mensal do SaaS.

**Detalhe como funciona ou funcionará a cadeia de produção:** Não se adequa

**Descreva como funcionará o serviço de pós-venda:** O processo de pós-venda consiste na introdução as funcionalidades do sistema, guiar o usuário para preencher suas informações iniciais, as formas de entrar em contato com a equipe técnica de suporte, e nos primeiros 3 meses um colaborador com expertise em investimento atuando à disposição para responder possíveis dúvidas relacionadas à finanças ou a plataforma.

**Descreva se o produto ou serviço é sazonal:** O produto não é sazonal.

## 5. ANÁLISE DE MERCADO

### Análise do setor

**Liste o(s) setor/ mercado(s) em que pretende atuar:** Educação, Mercado financeiro e Gamificação

**Descreva qual o tamanho atual deste mercado em termos de clientes e competidores:** Notícias e levantamentos realizados pela XP e Empiricus demonstram maior interesse em educação financeira no ano de 2021. Existem grandes players de mercado que oferecem vários produtos financeiros e de educação, entretanto nenhum promove de forma especializada a gamificação. Não se tem dados específicos de quantas instituições/empresas fornecem produtos de educação financeira, mas segundo dados do Banco Central (BC) em 2020 existiam 601 instituições financeiras, entre elas 50 fintechs de crédito. Esse número crescente do setor financeiro explicita a necessidade e interesse do público brasileiro.

**Descreva por que o mercado se mostra promissor e suas tendências de crescimento:** Uma pesquisa realizada no início deste ano apontou que 47% dos entrevistados passaram a fazer planos para o futuro por causa da crise e 90% admitiram ter a necessidade de uma educação financeira. O estudo foi feito pelo Instituto Locomotiva, em parceria com a Xpeed, braço de educação financeira da XP.

**Descreva como será o mercado nos próximos anos:** De acordo com dados apresentados pela Fortune Business Insights, o tamanho do mercado global de gamificação era de US\$ 6,33 bilhões em 2019 e está projetado para atingir US\$ 37 bilhões em 2027. O estudo também aponta um crescimento na adoção de soluções gamificadas baseadas em nuvem por parte das PMEs (Pequenas e Médias Empresas), que ocorre porque estas soluções são mais acessíveis e oferecem serviços avançados, em comparação com as soluções locais, além de reduzir custos por tratar-se de um serviço de larga escala.

**Acrescente os índices que utilizou para chegar a estes dados:** Segundo os dados da Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor, em janeiro deste ano, o endividamento das famílias brasileiras alcançou a marca de 66,5% da população. O alto índice de endividamento revela como os efeitos da crise econômica e a falta de educação financeira.

**Acrescente qual a extensão geográfica e as particularidades regionais:** O produto não é dependente de localização.

**Descreva quais as suas competências e diferenciais para conquistar este mercado:**

- Fornecer uma plataforma especializada na gamificação de investimentos como meio de educação financeira
- Fornecer uma plataforma centralizada com uma boa experiência de usuário
- Fornecer uma plataforma para o meio web e mobile
- Possuir um preço (mensalidade) adequada ao mercado

**Descreva possíveis barreiras para atingir este mercado:**

- Tempo de desenvolvimento do produto
- Time to Market
- Problemas com instituições/corretoras

**Descreva os efeitos da economia em seu setor e empresa, sob o ponto de vista dos fatores abaixo descritos e as medidas que adotará em cada um dos casos ou os mais relevantes para o seu negócio:** Visto o ramo de atuação do produto, a plataforma afeta positivamente a expansão/crescimento da economia visto que estimula o ensino da educação financeira o que leva ao investimento em ativos, commodities etc. Sendo assim, corrobora principalmente com o crescimento do poder de compra do cliente num planejamento de médio e longo prazo.

**Descreva como as tendências em termos de inovações tecnológicas afetarão o seu setor (produção, gestão, controle de estoque, tempo e métodos de entrega dos produtos e serviços, comunicação com o mercado, serviços ao cliente etc):** Sendo um produto tecnológico não dependente de produção não há impacto direto nesse quesito.

**Descrever como este setor se organiza/mobiliza com relação às determinações governamentais:** Não há regulamentação específica que se aplique ao produto somente LGPD e demais leis que são determinadas a softwares.

**Descrever como funciona a distribuição neste setor e quais as oportunidades e ameaças identificadas:** Uma ameaça identificada nesse nicho é o *Time to Market*. Apesar de não existirem competidores diretos no Brasil, há bancos e instituições financeiras começando a implementar gamificação em seus produtos de investimento como a Nubank que efetuou a compra da Easynvest transformando-a na NuInvest. No contexto internacional seria a inclusão de grandes empresas como Robinhood dentro do mercado nacional.

**Descreva qual a média de preços, custos, vendas, tempo de estoque, etc praticados por este setor e o que você fará para no mínimo, manter-se acima da média:** Não se tem informação sobre custos nessa etapa da startup. Quanto ao mercado, único produto semelhante pratica o valor de R\$199,00 e R\$499,00

### **Análise do mercado alvo**

**Descreva quem são os compradores, procurando explicar como se dá a sua decisão ou comportamento de compra, especificamente para produtos e serviços da mesma natureza que a sua oferta, em termos de:**

Perfil baseado na pesquisa ANBIMA<sup>2</sup>:

Idade média: 24 anos

Sexo: Masculino

Nível educacional: Ensino Médio - Ensino Superior

Renda familiar: R\$7.000,00

Interesses: Mercado financeiro, aumento de renda

Classe social: Classe C

**Descreva a área geográfica em que irá atuar, apresentando sua densidade demográfica, as condições climáticas, particularidades etc:** Segundo pesquisa realizada pela ANBIMA<sup>1</sup>, as regiões com maior densidades são sudeste, nordeste e sul.

**Descreva todas as ações que pretende realizar para atingir o mercado alvo:**

- Parceria com instituições/corretoras chaves a fim de fornecer o meio de investir
- Marketing e propaganda em canais que falam sobre o assunto
- Parcerias com escolas, ME/EPP, Sebra.
- Internacionalização com suporte a inglês, espanhol e português.

**Descreva qual o tamanho deste mercado:** O mercado financeiro por si só considerando o volume financeiro dos investimentos dos brasileiros, clientes pessoa física dos segmentos de private e varejo das instituições financeiras, somou R\$ 4,5 trilhões em dezembro de 2021. Considerando o mercado financeiro, o público de investidores do Brasil e possíveis leads, há uma boa fatia do mercado a ser explorada.

**Descreva qual o percentual de crescimento deste mercado:** Não se tem informação direta sobre o crescimento real da intersecção entre o mercado de gamificação e de investimento.

**Descreva quais as mudanças que estão ocorrendo ou que ocorrerão neste mercado e quais as oportunidades que está vislumbrando:** O mercado de gamificação movimenta bilhões conforme citado anteriormente, visto o mercado inexplorado da junção de gamificação e investimento há um nicho a ser explorado.

**Identifique a sensibilidade (alta, média, baixa, inexistente) de compra considerando os itens abaixo e descreva as ações que executará para aqueles que forem relevantes para a sua empresa:**

- preço: Média
- qualidade: Alta
- marca: Média
- características do produto: Alta
- propaganda: Média
- conveniência – uso: Alta
- garantias: Baixa

---

<sup>2</sup> Perfil do investidor, disponível em

<[14](https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2021.htm#:~:text=Quem%20%C3%A9%20o%20investidor%20brasileiro,que%20investe%20em%20produtos%20financeiros.></a></p></div><div data-bbox=)

**Analise quais são as barreiras de entrada bem como as de saída para a inserção neste mercado-alvo, tais como:**

- Altos custos envolvidos: Na plataforma a desenvolver há o custo relacionado ao desenvolvimento e da mão de obra especializada na área financeira, essa é a maior barreira visto o alto custo de desenvolver software com qualidade.
- Saturação de mercado: Não existem muitos players explorando especificamente esse nicho no formato de plataforma.
- Alta concentração de distribuidores e fornecedores: Não se adequa
- Máquinas e equipamentos: Não se adequa
- Alta complexidade da cadeia de produção: Não se adequa
- Requerimento de mão de obra extremamente capacitada e especializada: Apesar de necessitar uma mão de obra especializada existem certificações que facilitam a seleção de colaboradores para área financeira como as certificações fornecidas pela ANBIMA
- Prazos de pagamento excessivamente longos: Não se adequa

## **6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA**

### **Percepção do mercado em relação aos seus concorrentes**

**Descreva todos os seus concorrentes diretos, ou seja, aqueles que competem com os mesmos produtos ou serviços junto ao mesmo mercado-alvo. Descreva os nomes, o que estão vendendo, posição, localização, diferenciais, etc):** Não existem muitos competidores diretos que foquem nesse mercado de gamificação e investimento. Entre eles podemos citar dois players, um nacional e outro internacional. No internacional há a empresa Etoro que implementa gamificação aos investimentos através de uma plataforma de investimento em multiativos que assenta na colaboração social e na literacia do investidor: uma comunidade onde os utilizadores se podem conectar, partilhar e aprender. Bullseye é uma empresa brasileira que vende a ideia de um "simulador" de investimentos para pessoas que estão iniciando nos investimentos através de uma plataforma de gamificação. O diferencial da Etoro é sua presença no mercado em diversas bolsas no mundo, funcionalidade como CopyFunds e CopyTraders que é um diferencial que permite investimento em grupos de ativos relacionados ou de investidores conhecidos. Bullseye é o que mais se assemelha ao produto da Gamin, fornece uma plataforma com vários tipos de simuladores de como são realizados investimentos em cenários reais sem a necessidade de utilizar dinheiro de verdade.

### **Descreva o que seus concorrentes estão oferecendo em termos de:**

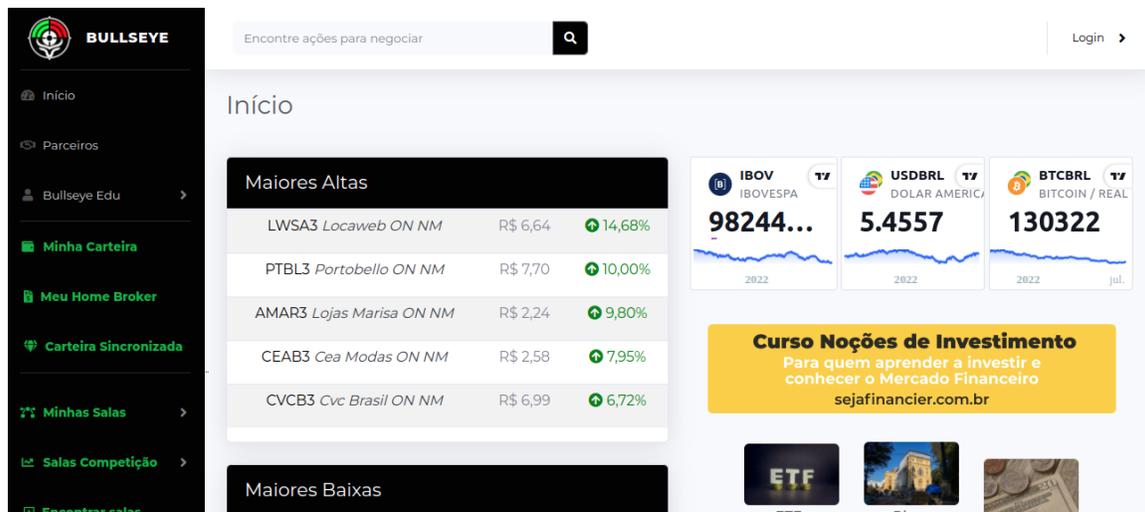
Etoro:

- Características dos produtos e serviços: Oferecem uma plataforma de investimento em ações, moedas, criptomoedas e outros ativos. Possuem funcionalidade como CopyFunds e CopyTraders Incluem algumas funcionalidades que caracterizam gamificação.
- Preço de compra: Não foi possível encontrar a forma que a empresa trata o ganho, inicialmente é divulgado que não há qualquer taxa, mensalidade ou comissão para uso.
- Qualidade: Possui um site como plataforma e aplicativo, ambos bem estruturados e com boas avaliações
- Reconhecimento da marca: Reconhecida internacionalmente

- Relacionamento com os clientes: Possui alguns canais e níveis de suporte, presente em vários países possuem tradução
- Acesso: <https://www.etoro.com/pt-pt/>

#### Bullseye:

- Características dos produtos e serviços: Uma plataforma para apresentar e compreender a bolsa sem arriscar o dinheiro. Possui características de gamificação com a criação de salas e campeonatos entre usuários.
- Preço de compra: Possui dois planos R\$199,00 e R\$499,00
- Qualidade: Possui um site como plataforma, site web não possui muitos atrativos possui alguns problemas de consistência e interface
- Reconhecimento da marca: Não é muito relevante no mercado, pequeno porte
- Relacionamento com os clientes: Possui alguns canais e níveis de suporte
- Acesso: <https://bullseye.com.br/painel/index.php>



**Descreva de que maneira o seu produto ou serviço poderá ser comparado ao de seus concorrentes:** Em relação ao Etoro a plataforma Gamin tem um foco levemente diferente, não realiza a venda direta de ativos, mas direciona e ensina sobre estes. O concorrente direto da Gamin é a plataforma Bullseye, entretanto um diferencial da Gamin é que o usuário fornecerá suas informações iniciais e objetivos de forma que a plataforma de forma inteligente indique qual melhor conteúdo e por onde começar antes de utilizar os simuladores.

#### **Análise operacional dos concorrentes atuais**

##### Bullseye:

- Recursos financeiros: Não se tem informação
- Posicionamento no mercado: Não possui muita relevância
- Competência tecnológica: Não usa tecnologias inovadoras ou própria
- Canais de distribuição: Web (online)
- Estrutura de vendas: Mensalidade
- Parcerias: Instituições de ensino financeiro
- Diferenciais: Simuladores de investimento

- Pontos fracos: Interface, preço, não cobre planejamento do usuário

**Acrescente qual a fatia do mercado alvo que cada um de seus concorrentes possui em termos percentuais:** Não se tem essa informação clara

**Descreva quais ações serão adotadas para deslocar ou minimizar a força da concorrência:** Firmar parcerias-chaves com instituições da área financeira, fornecer uma plataforma com melhor uso que as demais e com mais funcionalidades e conteúdo. Efetuar uma propaganda focada através de influenciadores da área.

### **Análise de futuros concorrentes/ barreiras de entrada**

**Descreva quem você vê como seus concorrentes indiretos (que competem oferecendo outras opções de produtos ou serviços, mas para o mesmo mercado-alvo:**

- Robinhood: venda de fundos, empresa com forte presença de mercado (internacional)
- Infomoney: portal de notícias e consultoria de investimentos, possui algumas características de ensino financeiro e parcerias com players que são desejáveis para a Gamin
- XP Investimentos: corretora de valores brasileira, uma das maiores corretoras independentes do Brasil.

**Descreva quais são os produtos substitutos que os concorrentes estão oferecendo que desempenham a mesma função ou satisfaçam da mesma forma o seu mercado-alvo:** Inclusão de gamificação em algumas das suas funcionalidades como compra e gerenciamento de sua carteira de ativos.

**Descreva o que será feito para deslocar esta concorrência ou minimizar sua força:** O intuito do Gamin é que ele vem antes do uso desses concorrentes indiretos, um cliente da Gamin utilizaria a plataforma para aprender os conceitos e compreender o seu dinheiro para então, possivelmente, comprar os ativos em algumas dessas empresas que são concorrentes indiretos.

**Descreva quais são as barreiras de entrada para os novos concorrentes:** O custo de barreira são essencialmente três, o desenvolvimento do produto em si que corresponde ao software, a plataforma. Essa é a maior barreira de entrada com a contratação do time de tecnologia. Outra barreira é a expertise de mercado, para montar a plataforma é necessário especialistas de domínio do mercado financeiro, ou seja, mão de obra especializada. Por último, atrelada ao desenvolvimento da plataforma está a implementação de simuladores próprios do mercado.

## **7. ANÁLISE ESTRATÉGICA**

**Descreva a sua visão:** Ser a empresa nº 1 de gamificação de investimento em território brasileiro

**Descreva a sua missão:** Pessoas como empresa, propor riqueza através de uma plataforma de investimento de acordo com o perfil do cliente

**Defina e justifique os objetivos e as metas para o alcance dos resultados:**

**Descreva a(s) oportunidade(s) que está visualizando:** Por ser um mercado pouco explorado há espaço para testar o produto mesmo em um mercado macro que é o de investimentos e educação financeira.

**Descreva as estratégias para atingir os objetivos do empreendimento:** Contratar mão de obra especializada, finanças, desenvolver um MVP. Seguir as dicas propostas no livro Lean Startup.

Aproveitar parcerias que provedores cloud dão a startups. Participar de eventos para networking e processos de incubação.

**Descreva quais são as vantagens competitivas de seu negócio:**

- Baixa custo de infraestrutura no início
- Alta escalabilidade
- Mercado inexplorado

**Explique de que forma irá explorá-las:** Utilização de serviços de crédito para prover infraestrutura cloud num primeiro momento. Desenvolver um MVP.

**Liste os principais aspectos que garantirão a sustentabilidade do negócio e sua longevidade:** Por ser um negócio pouco explorado há espaço para testar o mercado com um produto ainda sem tração. Considerando um custo relativamente baixo de infraestrutura em um produto de cunho intelectual, intangível, ele é escalável. A venda de mais mensalidades não resulta num problema de estoque, por exemplo. Conforme a evolução do produto é possível adicionar novas funcionalidades.

**Descreva que ações de marketing que pretende adotar para alcançar os objetivos em termos de:** Dois meios principais de marketing: tráfego pago, anúncios em mídias sociais e parceria com criadores de conteúdo da área como escritores em sites de finanças e influenciadores do meio.

### **produto**

**Tangível/não tangível:** Sendo um produto digital trata-se de um bem intangível de propriedade intelectual.

**Marca:** Guiando seus investimento (slogan)

**Símbolo que irá utilizar:** Próprio símbolo da logomarca

**Embalagem:** Não se aplica

**Diferenciais:** Simulação do mercado financeiro sem o risco de perder dinheiro real, aprendizagem de termos e técnicas do mercado financeiro de forma cativante (gamificação).

**Características:** Produto online multiplataforma

**Design:** Em questão do meio físico não se aplica. Quanto ao meio virtual é a interface do sistema UI/UX, pretende-se uma interação minimalista ao mesmo tempo completa.

### **preço**

**Definição de preços:** Conforme o desenvolvimento do projeto a ideia é que tenham mais planos que limitem de acordo com as funcionalidades. Para se tornar acessível

inicialmente haverá apenas um plano de R\$159,90 que contempla todas funcionalidades.

**Política de descontos:** Conforme a estratégia de outras empresas SaaS na contratação do plano anualmente haverá um desconto em vez de R\$1.908,80 será R\$1.500,00

### **promoção/ comunicação**

**Definição dos canais de comunicação que pretende estabelecer com os clientes veículos que irá utilizar (revistas especializadas, folders, jornais, rádio, internet, etc):** Sendo o produto um ativo digital seu veículo é prontamente a própria internet. Sendo de cunho tecnológico acredito que não faz muito sentido expandir para rádio ou folder por exemplo, sendo que de acordo com o perfil traçado em etapas anteriores espera-se que o usuário tenha já certa familiaridade com tecnologia sendo facilmente alcançável por meio da internet.

**Promoções (ponto de venda, amostras, etc):** Nesse quesito é proposto um teste de 7 dias da plataforma para que o usuário possa testar as funcionalidades do sistema e posteriormente, após a expiração, adquirir a mensalidade. Quanto a PDV ou amostra, não cabe no modelo do produto.

### **ponto/ distribuição**

**Definição de venda direta, indireta ou mix entre as duas:** O produto é vendido por venda direta pelo próprio site da plataforma. Como venda direta, futuramente pode ocorrer a atuação de parceiros divulgando e abordando possíveis clientes, mas a venda é sempre concretizada através do próprio site de forma exclusiva sem terceiros tendo que repassar o valor de uma venda.

**Escolha de parceiros, quais as vantagens:** Os parceiros então como parcerias chave, são instituições, bancos e fintechs que fornecem venda de ativos e investimentos. Um outro possível tipo de parceria é com criadores de conteúdo da área de educação financeira.

**Definição das regras com os distribuidores (contrato, prazos de pagamento, pulverização, etc):** Não há distribuidores terceiros do produto, o que pode ocorrer é o anúncio por parceiros. Na etapa em que a startup se encontra não se tem definido uma política de contrato ou prazos.

**Descreva quantos intermediários existem entre sua empresa e seus clientes:** Não há um intermediário obrigatoriamente, entretanto para efetuar a compra dos ativos, por exemplo, o usuário deverá escolher uma corretora, banco ou instituição que forneça esses ativos para venda, mas para as simulações e gerenciamento na plataforma não há um intermediário direto.

**Descreva que outras alternativas de distribuição existem:** Sendo um produto digital, um software, o meio online é a única forma de distribuição viável.

### **vendas**

**Política de atuação – vendas internas e/ou externas:** Vendas internas majoritariamente, excepcionalmente pode ocorrer vendas externas visitando uma empresa por exemplo.

**Tipo de relacionamento com a equipe gerencial (empregados ou representantes):** modelo baseado na contratação de empregados vendedores e SDR.

**Definição das metas de vendas:** Sendo que a empresa ainda está numa fase inicial, sem um setor estruturado, para um primeiro momento é estabelecido uma meta de venda de 600 mensalidades totalizando R\$95.940,00

**Definição de comissionamento:** O comissionamento é pela venda da mensalidade no primeiro mês. Inicialmente é definido o comissionamento de 5% em cada mensalidade, então no fim do mês se um vendedor fechar um contrato com uma empresa para 50 mensalidades ele tem  $50 \times 159.90,00 \times 0,05$  de comissão adicional ao seu salário.

**Como será alocada a equipe de vendas (por região, por tamanho (porte) do cliente, por relevância do cliente em termos financeiros, de acordo com a experiência individual do vendedor, etc):** A ideia da equipe de vendas é fechar contratos maiores do que uma mensalidade abordando empresas ou grupos interessados. Por ser um produto digital, nacional e não sazonal, num primeiro momento não se faz necessário alocar equipes por região ou porte.

**Definição das responsabilidades e job description da equipe de vendas:** A equipe de vendas é responsável por fechar contratos maiores que uma mensalidade, ou seja, principalmente abordar grupos interessados ou empresas.

**Definição de bônus ou valores adicionais para o estímulo da equipe de vendas:** 30% do salário base quando atingir 1500 mensalidades ativas.

**Definição da política de contratação (requisitos):** Inicialmente há três grupos, desenvolvimento, suporte e vendas. A parte financeira faz mais sentido contratação por meio de um contrato como uma consultoria, nesse caso é exigido experiência no mercado financeiro e prioritariamente alguém com certificação na área de investimentos como as fornecidas pela ANBIMA.

**Definição de responsáveis:** Pedro Jorge Kurth

**Capacitação e treinamento – como funcionará e quem ficará como responsável**

**Projeção de vendas:** A capacitação e projeção de vendas num primeiro momento será feito através de uma consultoria contratada assim que o setor for estruturado.

**Definição do processo de vendas (desde o contato inicial, tramitação do pedido, análise de crédito, liberação dos produtos ou serviços, etc até o pós-venda):** Contato inicial através de e-mail ou telefone, liberação do produto após aceitar os termos de contrato e consolidar o pagamento pela plataforma através de boleto. Processo de pós-venda consiste que nos 3 primeiros meses o cliente tem acesso a uma especialista, suporte, para tirar dúvidas sobre a plataforma e termos relacionados ao mercado de finanças.

## **clientes**

**Política de prospecção:** como meio de captação de clientes pretende-se ter uma equipe de vendas, não muito grande, que atuará abordando possíveis leads. Para tal é composta uma equipe com SDR e vendedores que concluem a compra.

**Quem será o responsável:** Num primeiro momento o fundador responsável pelas estratégias de vendas e negócio é Pedro Jorge Kurth.

**Quais serão os procedimentos ou estrutura de atendimento para quando o potencial cliente entrar em contato com a empresa:** Majoritariamente atendimento por chat on-line no próprio site ou por telefone. O usuário tem o papel de acessar o site para entrar em contato através dos meios de comunicação.

**Que veículos serão disponibilizados para este contato: telefone, website e e-mail, visita pessoal, etc:** telefone, website e e-mail.

## **pesquisa e desenvolvimento**

**Como os produtos ou serviços são desenvolvidos:** se tratando de um produto digital seu desenvolvimento se dá através de dispositivos como computadores e celulares. Forma de metodologia baseada em metodologias ágeis (Scrum).

**Quem são os responsáveis:** como responsável pelo setor de pesquisa e desenvolvimento, num primeiro momento, está o fundador Felipe Geisler Xavier

**Que equipamentos ou conhecimentos são necessários desde a etapa da elaboração, do desenvolvimento até sua produção e qual o tempo médio para o lançamento de novos produtos ou serviços:** Como conhecimentos necessários existem duas classificações: desenvolvimento e finanças. Não é necessário um equipamento específico. Não há estimativa do lançamento do produto, entretanto acredita-se que o desenvolvimento de uma primeira versão do mesmo leve meses.

**Descreva se há novos produtos ou serviços sendo desenvolvidos:** no momento só há um produto em foco, a plataforma de gamificação de investimentos para o meio web e móvel.

Não se esqueça de descrever suas estratégias em termos de operações:

### **INFRAESTRUTURA**

**Descreva as instalações necessárias em termos de imóveis, móveis, equipamentos, etc:** Não é necessário grande investimento em um ambiente físico ou equipamento especiais. Conforme o MVP é lançado e o produto ganhar tração, planeja-se alugar um imóvel para funcionar como sede da empresa, mas é importante ressaltar que a política da empresa é remote first, ou seja, sempre que possível realizar o trabalho de forma remota.

**Descreva a escolha da localização, suas vantagens e desvantagens:** Sendo remote first é um produto intangível a localização não é um ponto que mostre vantagem ou desvantagem para o sucesso da empresa.

### **CONTROLE DE QUALIDADE**

**Descreva como é/será feito o controle de qualidade:** Sendo um software, um produto digital, a forma que qualidade é definida vai depender dos requisitos e objetivos do software em questão. A forma de manter qualidade nesse tipo de produto é através de métricas e indicadores de satisfação dos clientes em relação a usabilidade do sistema. A nível técnico pode-se utilizar testes automatizados.

**Relate como serão encaminhadas as solicitações ou reclamações relativas a qualidade dos produtos por parte dos clientes:** Conforme o produto se tornar mais maduro pretende-se ter esses dados de forma consolidada numa ferramenta de CRM. Inicialmente mantém esses dados em planilhas e banco de dados.

### **FORNECEDORES E PARCEIROS**

**Descreva o papel de cada fornecedor dentro da estrutura (a oferta de cada um):** AWS (Amazon Web Service) tem o papel de prover a infraestrutura cloud necessária para rodar o produto. O custo, assim como de toda cloud, é variável e depende das aplicações rodando no momento.

**Defina sua importância dentro da estrutura de negócios:** extremamente importante, é através da AWS que o produto realmente se torna uma aplicação em produção.

**Descreva outras alternativas para estes fornecedores:** GCP e Azure

**Descreva qual a periodicidade de entrega dos produtos e serviços:** Diário

**Descreva se na hipótese de aumento da demanda, qual a capacidade de cada um em entregar os itens necessários:** a princípio, praticamente ilimitada se tratando de uma cloud os recursos podem ser adquiridos conforme a demanda.

**Descreva os termos do acordo com cada um em termos de pagamento, custos adicionais, pedidos mínimos, aumento da demanda, restrições contratuais, etc:** os custos, termos, aumentos e contratos são públicos e ficam disponíveis na contratação de cada serviço cloud.

## **SERVIÇOS**

**Descreva o processo de pós-venda:** Processo de pós-venda consiste que nos 3 primeiros meses o cliente tem acesso a uma especialista, suporte, para tirar dúvidas sobre a plataforma e termos relacionados ao mercado de finanças.

**Descreva como está ou será estruturado o SAC:** Assim que o produto estiver rodando pretende-se atender as demandas de SAC através de tickets/email no qual uma equipe técnica de assistência estará ativamente respondendo do SLA estabelecido.

**Descreva como funcionará a assistência técnica (se será interna, terceirizada, definição de garantia, trocas, devoluções etc):** A assistência técnica é interna e atenderá problemas encontrados no sistema, questões legais contratuais e recebimento de feedback. Sendo um produto de educação financeira e gamificação propriamente não há qualquer garantia ou troca.

## **EQUIPE GERENCIAL**

**Liste os principais executivos:** Felipe Geisler Xavier - Fundador; Pedro Jorge Kurth - Fundador

**Descreva a experiência prévia de cada um:** Felipe Geisler Xavier, experiência como desenvolvedor na área de tecnologia e infraestrutura cloud. Pedro Jorge Kurth, experiência com meio digital de marketing e mercado financeiro como especialista em investimentos.

**Descreva qual o papel de cada um dentro da estrutura:** Felipe Geisler Xavier, desenvolvimento do produto, implementação técnica e toda parte de engenharia. Pedro Jorge Kurth, estratégia de negócios, vendas e direcionamento da gamificação de investimentos e requisitos necessários.

Para cada estratégia apresentada, indicar as ações e especialmente os resultados que serão obtidos para o cumprimento de objetivos.

# **8. PLANO FINANCEIRO**

**Explique porque você precisa do financiamento:** Estruturação setor de vendas, suporte. Campanha de marketing. Custo infraestrutura cloud.

**Descreva onde irá alocar os recursos:** Contratação de colaboradores, despesas fixas e campanhas de publicidade.

**Explique de que forma o aporte desses recursos impactarão em seu negócio:** Servirão para dar tração ao produto num estágio inicial de desenvolvimento.

**Descreva o que você está esperando obter como retorno:** Primeiros 600 clientes e bater a primeira meta de vendas. Entende-se por clientes como mensalidades.

**Explique como você irá gerar resultados para a sua empresa e para os investidores:** Através de um gerenciamento de custos saudável a longo prazo. Conforme o crescimento do produto, número de mensalidades, maior o ganho dos investidores a longo prazo. Considerando SaaS cada nova mensalidade agrega ao montante anterior.

**Detalhe todas as possíveis fontes de financiamento:** Programas de aceleração, incubadoras, investidores anjo. Sebrae e Bovespa para financiar, escolas e micro/pequenos empresários.

**Explique o impacto de cada uma das formas de financiamento em seu fluxo de caixa:** Vai depender do programa e ou contrato.

**DESPESAS MENSAIS**

FIXAS		HORAS VENDIDAS			
Despesa 1	3000				
Despesa 2	0				
Despesa 3	0				
Despesa 4	0				
Combustivel	0				
Água / Luz	100,00	160	Valor mensalidade		
Telefone	150,00	65,94	Custo Hora	Markup	Valor liquido
Aluguel	0,00	<b>85,73</b>	Preço Hora	(custo / (1 - Markup/100))	25,718197
Internet	150,00			Percentual do Markup	60,01
Total	3.400,00			é quantos % sobre o custo para chegar ao preço	
		Markup	%		
		Lucro		5%	
		ISQN		5%	Imposto de Serviços Qualquer Natureza (ISS)
Salário		Prop.Publicidade		5%	Marketing
Funcionario A	1.000,00	Devedores		0%	Duvidosos
Funcionario B	850,00	Investimento		15%	
Funcionario C	3.000,00	%		30%	Percentual do Markup
				é quantos % sobre o custo para chegar ao preço	
Total	4.850,00				
		Financeiro Mensal		8.250,00	
Impostos Salario		Economico-contábil		10.551,06	
13o.	404,17				
Férias Sal+1/3	538,89				
INSS 20%	970,00				
FGTS 8%	388,00				
Total Impostos	2.301,06				
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>10.551,06</b>				

## 9. CRONOGRAMA

	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<b>Tarefas</b>	Definir os requisitos do software para um MVP. Regras de negócio e funcionalidades.	Prototipação da interface.	Estruturação setor desenvolvimento. Desenvolvimento MVP	Desenvolvimento MVP	Estruturação setor vendas. Primeira versão do produto.
Responsáveis	Felipe e Pedro	Felipe e Pedro	Felipe e Pedro	Felipe e Pedro	Felipe e Pedro
Recursos Financ.	R\$150,00 (Despesas)	R\$150,00 (Despesas)	R\$5000,00	R\$5000,00	R\$8000,00

## **10. CONCLUSÃO**

A partir desse plano de negócio foi possível ter uma ideia da estrutura do negócio para startup Gamin que surgiu como uma plataforma de gamificação de investimentos. Através da pesquisa de concorrência é possível visualizar um mercado pouco explorado e com grande volume em relação ao mercado de gamificação e mercado financeiro como um todo. A Gamin demonstrou ser um produto escalável e com uma barreira de entrada relativamente baixa, sendo o impedimento apenas uma mão de obra especializada na área de finanças para estruturar o produto, um time de desenvolvimento, suporte e vendas como uma empresa convencional de SaaS. O maior desafio é o *Time to Market* e o tempo que o produto tem para ser desenvolvido.

## **11. ANEXOS**

Acrescente todos os documentos que utilizou para fundamentar o seu plano, sem deixar de colocar:

## Contato

47 988264921 (Mobile)  
felipexavier20015@gmail.com

[www.linkedin.com/in/felipe-geisler-xavier-566365174](http://www.linkedin.com/in/felipe-geisler-xavier-566365174) (LinkedIn)

## Principais competências

Java  
PHP  
Node.js

## Languages

Inglês  
Português

# Felipe Geisler Xavier

Desenvolvedor de Software Java | Javascript | PHP | Fullstack  
Rio do Sul

## Resumo

Github: <https://github.com/FelipeGXavier>

## Experiência

### Effecti | Tecnologia para Licitantes

Desenvolvedor de software

novembro de 2019 - abril de 2022 (2 anos 6 meses)

Exercer atividades como manutenção e adição de novas funcionalidades em diversos serviços ligados a web scraping, busca textual e aplicações para cliente final, majoritariamente desenvolvimento backend.

Análise e implementação de regras de negócio, adição de testes automatizados e escalabilidade de serviços distribuídos em ambientes cloud com Kubernetes.

Tecnologias que tive contato:

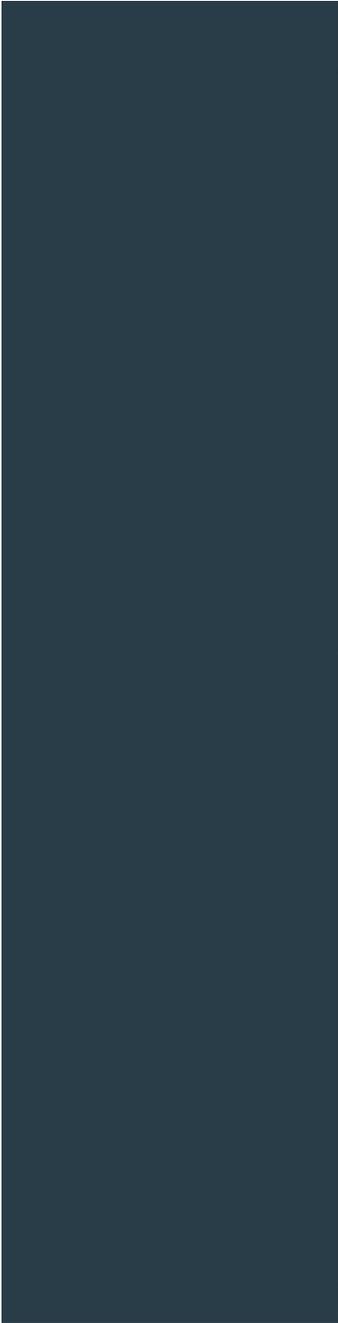
- Kafka
- Elasticsearch
- Docker
- Java, Javascript & PHP
- Websocket
- Redis
- PostgreSQL
- Vue
- Git

### SECRET BR

Analista de suporte técnico

abril de 2019 - outubro de 2019 (7 meses)

Rio do Sul e Região, Brasil



Exercer atividades como manutenção e implantação de serviços em ambiente cloud, resolução de problemas técnicos em ambientes Linux e rotinas de healthcheck.

Tecnologias que tive contato:

- cPanel
- Zimbra
- WHMCS
- CentOS

---

### Formação acadêmica

IFSC - Instituto Federal de Santa Catarina  
Graduação, Ciência da Computação · (2019 - 2022)

IFSC - Instituto Federal de Santa Catarina  
Técnico, Tecnologia da Informação · (2016 - 2018)

## Contato

47999077334 (Mobile)  
pedro.kurthh@hotmail.com

[www.linkedin.com/in/pedrokurth](http://www.linkedin.com/in/pedrokurth)  
(LinkedIn)

## Principais competências

Análise de dados  
Estratégias de marketing  
Marketing de mídias sociais

## Languages

Inglês (Full Professional)  
Francês (Elementary)  
Português (Native or Bilingual)

## Certifications

Empretec  
Certificação CEA

## Honors-Awards

Vencedor do 3º concurso Quero ser Economista  
Destaque FETEC  
Menção Honrosa na OBMEP

# Pedro Kurth

CEA | Especialista em Investimentos ANBIMA  
Blumenau

## Resumo

Trabalho com marketing desde 2019, quando tive minha Startup, já fui consultor acadêmico na área e sou aprovado na certificação para especialista em investimentos ANBIMA (CEA), além de ser Empretec.

Possuo visão empreendedora e rápida curva de aprendizagem.

## Experiência

Planejar Digital  
Assistente de marketing  
junho de 2020 - Present (2 anos 2 meses)  
Remoto

Senac Santa Catarina  
Estagiário de marketing  
março de 2020 - agosto de 2020 (6 meses)  
Rio do Sul e Região, Brasil

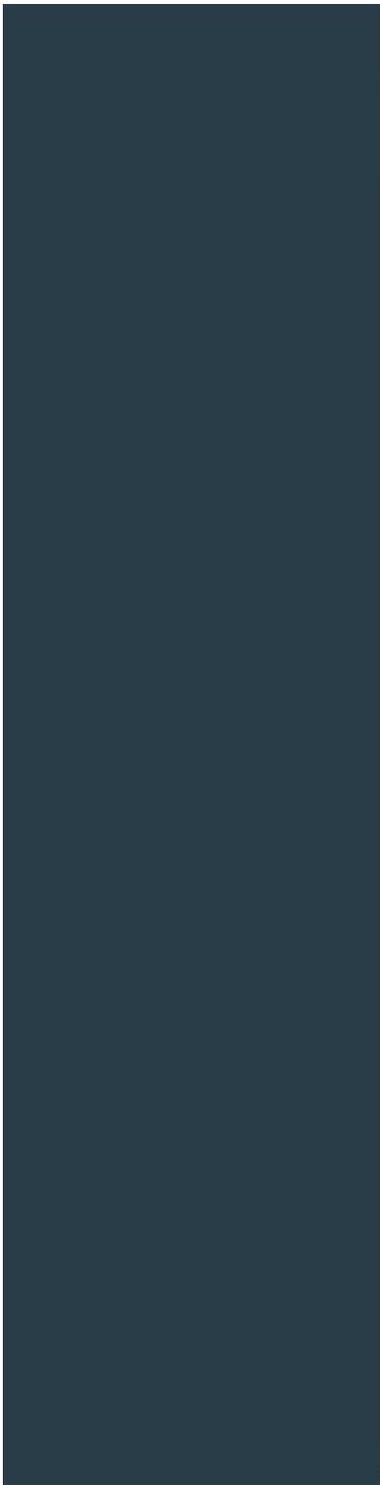
## Formação acadêmica

FURB - Universidade de Blumenau  
Bacharelado em Ciências Econômicas, Economia · (fevereiro de 2022 - julho de 2024)

Unidavi - Universidade Para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajai

Bacharelado em Ciências Econômicas, Economia · (fevereiro de 2020 - dezembro de 2021)

Senac Santa Catarina  
Qualificação em Assistente de Marketing e vendas, Administração, Negócios e Marketing · (2019 - 2019)



Instituto Federal Catarinense

Técnico em Informática, Tecnologia da Informação · (2016 - 2018)